

**Naučno-istraživački centar  
Ekonomski fakultet  
Kamenička 6, Beograd**



**MASTER PLAN  
TURISTIČKE DESTINACIJE  
«DONJE PODUNAVLJE»**



**NARUČILAC PLANA:**  
Vlada Republike Srbije  
Ministarstvo ekonomije i  
regionalnog razvoja  
Bulevar Kralja Aleksandra 15  
11000 Beograd



**SADRŽAJ**

<b>I</b>	<b>ZADACI</b> .....	<b>1</b>
<b>II</b>	<b>PROCEDURE</b> .....	<b>2</b>
<b>III</b>	<b>SITUACIONA ANALIZA</b> .....	<b>5</b>
	1. Analiza prostornih karakteristika područja i društveno-ekonomskog okruženja .....	5
	1.1. Republika Srbija .....	5
	1.1.1. Geografske karakteristike Republike Srbije .....	5
	1.1.2. Ekonomski razvoj Republike Srbije .....	6
	1.1.2.1. Osnovni strateški pravci i prioriteti privrednog razvoja Srbije .....	6
	1.1.2.2. Makroekonomske projekcije razvoja Srbije do 2012. godine .....	8
	1.1.2.3. Mehanizmi i politike za ostvarivanje ciljeva nacionalne strategije .....	9
	1.2. Turističko područje „Donje Podunavlje“ .....	12
	1.2.1. Geografske karakteristike .....	12
	1.2.2. Lokacija i društveno-ekonomski razvoj .....	14
	1.3. Prostorna i društveno-ekonomska analiza po opštinama .....	17
	1.3.1. Opština Veliko Gradište .....	17
	1.3.2. Opština Golubac .....	24
	1.3.3. Opština Majdanpek .....	32
	1.3.4. Opština Kladovo .....	44
	1.3.5. Opština Negotin .....	53
	2. Analiza turističkih resursa na području Donjeg Podunavlja .....	60
	2.1. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Veliko Gradište .....	60
	2.2. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Golubac .....	64
	2.3. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Majdanpek .....	67
	2.4. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Kladovo .....	77
	2.5. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Negotin .....	82
	2.6. Nacionalni park „Đerdap“ .....	89
	3. Svodna ocena situacione analize Donjeg Podunavlja .....	93
<b>IV</b>	<b>TRŽIŠNA ANALIZA</b> .....	<b>95</b>
	1. Srbija .....	95
	1.1. Atrakcije i turistička infrastruktura .....	95
	1.2. Smeštaj .....	95
	1.3. Tražnja .....	96
	1.4. Turistički proizvod Srbije .....	97
	2. Donje podunavlje .....	98
	2.1. Atrakcije i turistička infrastruktura područja .....	98
	2.2. Smeštaj .....	98
	2.3. Tražnja .....	100
	2.4. Turistički proizvodi .....	102
	3. Aktuelni trendovi u turizmu .....	108
	3.1. Domaće tržište .....	108
	3.2. Inostrano tržište .....	109
	3.3. Zaključak .....	111
	4. Benčmark projekti i analiza konkurencije .....	112
	4.1. Šta pokazuje benčmark analiza i analiza konkurencije? .....	112
	4.2. Prikaz oglednih praksi i primera konkurencije .....	114
	4.2.1. Nautički turizam na Dunavu .....	114

4.2.2.	Krstarenje Volgom.....	134
4.2.3.	Krstarenje Nilom.....	140
4.2.4.	Bugarski nacionalni parkovi.....	144
4.2.5.	Nacionalni park Australijski Alpi.....	150
4.2.6.	Wellness – ostrvo Margitsiget na Dunavu .....	155
4.2.7.	Wellness Saint Malo – najveća marina u Francuskoj.....	158
<b>V</b>	<b>VIZIJA I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE.....</b>	<b>163</b>
1.	SWOT analiza kao osnova za definisanje vizije .....	163
2.	Vizija razvoja turizma.....	166
2.1.	Strateška uporišta vizije .....	166
2.2.	Definisanje vizije razvoja turizma .....	172
3.	Vodeće strategije i ključna područja za realizaciju vizije .....	173
3.1.	Strategije razvoja turističke suprustrukture .....	174
3.1.1.	Razvoj malih i srednjih preduzeća.....	175
3.1.2.	Podržavanje vodećih preduzeća u turističkom sektoru .....	176
3.1.3.	Privlačenje novih igrača u turistički sektor .....	176
3.1.4.	Specijalizacija i profilisanje učesnika u lancu kreiranja nove vrednosti .....	176
3.1.5.	Kooperacija i interorganizacijski menadžment učesnika u lancu vrednosti .....	177
3.1.6.	Sprovođenje ofanzivne profesionalizacije i odgovornosti preduzeća .....	178
3.1.7.	Ciljano sprovođenje privatizacije .....	178
3.1.8.	Podsticanje postojećih privatnih preduzeća na investiranje .....	179
3.2.	Razvoj turističke infrastrukture .....	180
3.3.	Turistička organizacija .....	182
3.4.	Prostorno i urbanističko uređenje, zaštita prostora i standardi.....	183
3.5.	Profesionalizacija ljudskih resursa i tržište rada za turizam .....	185
3.5.1.	Ofanzivna profesionalizacija ljudskih resursa.....	185
3.5.2.	Tržište rada za turizam.....	186
3.6.	Strategije umrežavanja sa drugim sektorima .....	187
3.6.1.	Trgovina .....	188
3.6.2.	Poljoprivreda .....	188
3.6.3.	Zanatstvo.....	189
3.6.4.	Kultura.....	189
3.6.5.	Zaštita prirode .....	189
3.7.	Finansiranje i podsticaji.....	190
4.	Strategija tržišnog pozicioniranja destinacije "DONJE PODUNAVLJE".....	192
4.1.	Turističke fascinacije „Donjeg Podunavlja“ .....	192
4.2.	Pozicioniranje i iskustveno strukturiranje destinacije .....	198
<b>VI</b>	<b>RAZVOJ PROIZVODA, KONCEPT UPOTREBE PROSTORA I MODEL RASTA .....</b>	<b>205</b>
1.	Razvoj proizvoda.....	205
1.1.	Predlog budućeg razvoja turističkih proizvoda.....	205
1.2.	Portfolio proizvoda „Donjeg Podunavlja“ .....	209
1.2.1.	Nautika .....	211
1.2.2.	Kratki odmori .....	213
1.2.3.	Odmori.....	215
1.2.4.	Specijalni interesi .....	218
1.2.5.	Kružne ture.....	220
1.2.6.	Sport.....	223
1.2.7.	Poslovni turizam + MICE .....	224
1.2.8.	Ruralni turizam .....	226
1.2.9.	Događaji .....	227
2.	Koncept upotrebe prostora .....	229



3.	Model rasta .....	232
3.1.	Okviri rasta .....	232
3.2.	Projekcije ključnih indikatora turističkog sektora do 2012. i 2020. godine .....	233
3.3.	Projekcije investicija u smeštajne kapacitete .....	237
3.4.	Očekivani ukupni efekti .....	238
<b>VII</b>	<b>PLAN KONKURENTNOSTI .....</b>	<b>241</b>
1.	Višestruki značaj konkurentnosti turističke destinacije .....	241
2.	Konkurentski nedostaci .....	242
3.	Dijamant konkurentnosti .....	243
4.	Programi konkurentnosti .....	244
5.	Zaključak .....	291
<b>VIII</b>	<b>KLJUČNI INVESTICIONI PROJEKTI .....</b>	<b>293</b>
1.	“Silver lake city” Veliko Gradište .....	294
1.1.	Opis lokacije .....	295
1.2.	Evaluacija lokacije .....	296
1.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	299
1.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	299
1.5.	Poslovni model .....	300
1.6.	Predlog investicije .....	301
2.	Tematski kulturno istorijski centar “Golubački grad” .....	302
2.1.	Opis lokacije .....	303
2.2.	Evaluacija lokacije .....	303
2.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	304
2.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	305
2.5.	Poslovni model .....	306
2.6.	Predlog investicije .....	306
3.	Hotel “GOLUBAČKI GRAD”, GOLUBAC .....	307
3.1.	Opis lokacije .....	308
3.2.	Evaluacija lokacije .....	308
3.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	309
3.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	310
3.5.	Poslovni model .....	311
3.6.	Predlog investicije .....	311
4.	Tematski kulturno istorijski centar “Lepenski vir” .....	312
4.1.	Opis lokacije .....	313
4.2.	Evaluacija lokacije .....	313
4.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	314
4.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	315
4.5.	Poslovni model .....	316
4.6.	Predlog investicije .....	316
5.	Tematski nautički centar „Porečki zaliv“ .....	317
5.1.	Opis lokacije .....	318
5.2.	Evaluacija lokacije .....	318
5.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	319
5.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	320
5.5.	Poslovni model .....	321
5.6.	Predlog investicije .....	321
6.	Pristanište sa šetalištem i marinom- Donji Milanovac .....	322
6.1.	Opis lokacije .....	323
6.2.	Evaluacija lokacije .....	323

6.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	324
6.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	325
6.5.	Poslovni model.....	326
6.6.	Predlog investicije .....	326
7.	Hotel "Lepenski vir", Donji Milanovac .....	327
7.1.	Opis lokacije.....	328
7.2.	Evaluacija lokacije.....	328
7.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	329
7.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	330
7.5.	Poslovni model.....	331
7.6.	Predlog investicije .....	331
8.	Novi gradski hotel, Donji Milanovac.....	332
8.1.	Opis lokacije.....	333
8.2.	Evaluacija lokacije.....	333
8.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	334
8.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	335
8.5.	Poslovni model.....	336
8.6.	Predlog investicije .....	336
9.	Hotel "AQUVA STAR - DANUBE", Kladovo .....	337
9.1.	Opis lokacije.....	338
9.2.	Evaluacija lokacije.....	338
9.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	339
9.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	340
9.5.	Poslovni model.....	341
9.6.	Predlog investicije .....	341
10.	Hotel "Đerdap", Kladovo.....	342
10.1.	Opis lokacije.....	343
10.2.	Evaluacija lokacije.....	343
10.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	344
10.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	345
10.5.	Poslovni model.....	346
10.6.	Predlog investicije .....	346
11.	Hotel "Inex", Negotin.....	347
11.1.	Opis lokacije.....	348
11.2.	Evaluacija lokacije.....	348
11.3.	Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije .....	349
11.4.	Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda .....	350
11.5.	Poslovni model.....	351
11.6.	Predlog investicije .....	351
12.	Specifični Investicioni projekti.....	352
12.1.	Vinski resort.....	352
12.1.1.	Lokacija i dostupnost .....	352
12.1.2.	Trenutno stanje.....	352
12.1.3.	Pozicioniranje .....	353
12.1.4.	Aktivnosti i turistička infrastruktura .....	353
12.1.5.	Smeštaj.....	354
12.1.6.	Programi/&proizvodi .....	354
12.1.7.	Investicije.....	354
12.1.8.	Benčmark .....	354
12.2.	Ribarsko selo Tekija.....	359
12.2.1.	Lokacija i dostupnost .....	359
12.2.2.	Trenutno stanje.....	360

12.2.3.	Pozicioniranje .....	360
12.2.4.	Investicija.....	361
12.2.5.	Benchmark .....	361
13.	Ostali projekti .....	362
<b>IX</b>	<b>MARKETING PLAN .....</b>	<b>365</b>
1.	Strateški prioriteti .....	365
2.	Istraživanje tržišta .....	365
3.	Brendiranje.....	367
4.	Internet.....	369
5.	Plan marketinga proizvoda.....	370
5.1.	Nautika .....	370
5.2.	Kratki odmori .....	372
5.3.	Odmori.....	373
5.4.	Specijalni interesi.....	374
5.5.	Kružne ture .....	375
5.6.	MICE + poslovni turizam.....	377
5.7.	Ruralni turizam.....	378
5.8.	Sport.....	379
5.9.	Događaji .....	380
6.	Integrirane marketinške komunikacije .....	381
6.1.	Stvaranje brenda .....	381
6.2.	Oblici promocije i promocioni materijali .....	382
6.3.	Komunikacione aktivnosti .....	386
6.4.	Praćenje izvršenih aktivnosti .....	387
7.	Zaključak .....	388
<b>X</b>	<b>POSLOVNO-UPRAVLJAČKI MODEL.....</b>	<b>389</b>
1.	Polazne osnove.....	389
2.	Potreba sagledavanja svih postojećih i potencijalnih stejkholdera .....	391
2.1.	Veliki broj subjekata za javno-privatno partnerstvo.....	391
2.2.	Nosioci dosadašnjih inicijativa .....	392
2.3.	Nadležni subjekti razvoja .....	393
2.4.	Nosioci glavnih investicionih programa koji su u toku: .....	394
2.5.	Novi ključni programi otvoreni za tržište kapitala: .....	394
2.6.	Ostali zainteresovani subjekti za razvoj:.....	395
3.	Sumarni pregled velikog broja stejkholdera .....	395
4.	Kvalifikacija interesa u budućem DMO.....	396
5.	Izgradnja integrisanog preduzeća za upravljanje poslovima destinacije Donje Podunavlje ..	397
5.1.	Nužnost višefaznog pristupa u procesu izgradnje DMO .....	397
5.2.	Predlog formiranja jedinstvene regionalne TO za čitavo područje „Donje Podunavlje“	398
5.3.	Formiranje i sadržaj rada destinacijske menadžment organizacije (DMO) .....	399
5.4.	Na koji način i kako formirati DMO? .....	402
6.	U čemu su posebne specifičnosti za efikasno upravljanje destinacijom Donje Podunavlje?	403
7.	Ključni zaključci i predlozi.....	405
<b>XI</b>	<b>ZAKLJUČCI SA PREDLOGOM PRIORITETA I NEPOSREDNIH ZADATAKA .....</b>	<b>407</b>



## UVODNE NAPOMENE

Na osnovu javnog poziva sprovedenog u decembru 2006. godine Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Nemanjina broj 22-26 je poverilo Ekonomskom fakultetu u Beogradu izradu poslovnog (master) plana za turističku destinaciju „Donje Podunavlje“. Poznato je da su pre ovog zadatka Ekonomski fakultet iz Beograda i Horwath Consulting Zagreb - član Horwath Internationala - New York uradili projekat "Strategija razvoja turizma Republike Srbije". Navedena strategija usvojena je od strane Vlade Republike Srbije i u toku je njena operacionalizacija, što, između ostalog, ilustruje i izrada ovog master plana. Izrada master plana u turizmu specifična je, pre svega, u tome što se zahteva multidisciplinarn pristup u istraživanju i celovito sagledavanje konkretnih uslova u prostoru konkretne turističke destinacije.

Imajući izloženo u vidu, bilo je neophodno da se angažuje veliki broj saradnika i to, kako sa Ekonomskog fakulteta, tako isto, i veliki broj spoljnih saradnika – stručnjaka za određene oblasti integralnog turističkog sektora privrede. Otuda je teško nabrojati sve učesnike u izradi ovog master plana. Međutim, učesnike užeg istraživačkog tima svakako treba navesti, kao što su: dr Bojan Zečević (rukovodilac tima), mr Dragan Stojković (menadžer projekta), ing. Slobodan Mitrović, dr Jurij Bajec, mr Emilija Manić, mr Aleksandar Đorđević, dr Miroslav Todorović, dr Slobodan Aćimović, dr Jordan Aleksić, mr Ivan Ičin, Marija Džopalić, Slađana Đorđević i Zoran Arsenović. Zahvalnost dugujemo velikom broju učesnika vorkšopova i stručnjaka po pojedinim opštinama koji su dali doprinos u celovitom sagledavanju potencijala za razvoj turizma na području „Donjeg Podunavlja“. Posebnu ulogu kao saradnik i koordinator istraživanja na terenu imala je Vesna Vandić, direktor TO Majdanpek.

Zahvaljujući dosadašnjoj veoma uspešnoj saradnji Ekonomskog fakulteta i Horwath Consulting-a sprovedeno je više zajedničkih radionica i rasprava o budućem razvoju turizma na području „Donjeg Podunavlja“. Vrhunski i priznati stručnjaci iz navedene međunarodne konsultantske kuće pružili su nesebičnu i dragocenu pomoć u uobličavanju strateških predloga i kreiranju ključnih rešenja koji se izlažu u ovom master planu. Zbog svega toga im dugujemo veliku zahvalnost.

Na kraju želimo da istaknemo da ćemo biti zahvalni svima koji u javnoj raspravi o ovom projektu budu dali korisne primedbe i sugestije.

U Beogradu 15. septembra 2007. godine

**KOORDINATOR  
ISTRAŽIVANJA  
I REDAKTOR PROJEKTA**  
Prof. dr Stipe Lovreta





## I ZADACI

Na osnovu javnog poziva sprovedenog u decembru 2006. godine **Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Nemanjina broj 22-26** poverilo je Ekonomskom fakultetu u Beogradu izradu projekta Poslovni (master) planovi prioritetnih turističkih destinacija za četiri turistička područja. U okviru ovog projekta radi se master plan za turističku destinaciju “Donje Podunavlje”.

Ključni zadatak ovog projekta je da posluži kao osnova za turističku valorizaciju prirodno-ekoloških i kulturnih resursa područja, koja će biti bazirana na održivom razvoju.

Ugovorom koji je zaključen sa Ekonomskim fakultetom precizirani su sledeći **konkretni zadaci ovog Master plana:**

- analiza i evaluacija prostornih mogućnosti i ukupnih potencijala za razvoj turističkog sektora privrede;
- analiza tržišta sa analizom konkurencije i benčmarking analizom;
- oblikovanje jasne vizije održivog razvoja turizma za „Donje Podunavlje“, s razrađenim ciljevima i razvojnom strategijom i modelom rasta orijentisanim ka generisanju ekonomskog prosperiteta;
- izrada plana konkurentnosti za navedeno područje, koji uključuje razvoj novih proizvoda i iskustava, kao i novih standarda kvaliteta;
- izrada delotvornog plana marketinškog pozicioniranja navedenog područja na turističkom tržištu, putem stvaranja jasnog imidža u svesti potencijalnih turista na emitivnim tržištima; i
- definisanje investicione strategije i globalnog plana investiranja u javni i privatni sektor, zasnovane na tržišnim podsticajima i adekvatnim stopama prinosa na investicije.

U realizaciji predloženih zadataka projektnim planom je predviđeno da se posebno razradi način uspostavljanja saradnje između javnog i privatnog sektora s ciljem stvaranja baze za javno-privatna partnerstva. U tom smislu je i u javnom pozivu istaknuto da izrada master plana “Donjeg Podunavlja” treba da:

- odigra jednu od ključnih uloga u ekonomskom razvoju regije;
- unapredi stabilnost za celu mrežu sadašnjih i budućih ulagača u turizam “Donjeg Podunavlja “ koji se obuhvata ovim master planom;
- ukaže na okvirna načela i uslove investicionih ulaganja u turistički sektor, postizući tako transparentnost i rastući podsticaj za ulagače;
- garantuje celokupni pristup ka razvijanju i korišćenju turističkog potencijala, te izgrađivanju lanca modernih turističkih vrednosti; i konačno
- stvori marketinšku koncepciju za izgrađivanje poverenja u realne potencijale koje “Donje Podunavlje” ima za celovit razvoj turističkog sektora, kao jednog od vodećih u ukupnom privrednom razvoju ovog područja.

## II 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. Budući je reč o području koje tek treba da zaigra na kartu turizma u nadolazećem ekonomskom i društvenom razvoju, ovaj Master plan je više fokusiran na elaboriranje i formulaciju predloga rešenja, a manje na proučavanja proteklog razdoblja i sadašnje situacije u turizmu koja, gledano s pozicije razvijenosti turističke infrastrukture i prometa, nije posebno relevantna. Naime, „Donje Podunavlje“ je turistički još uvek krajnje neiskorišćeno područje.

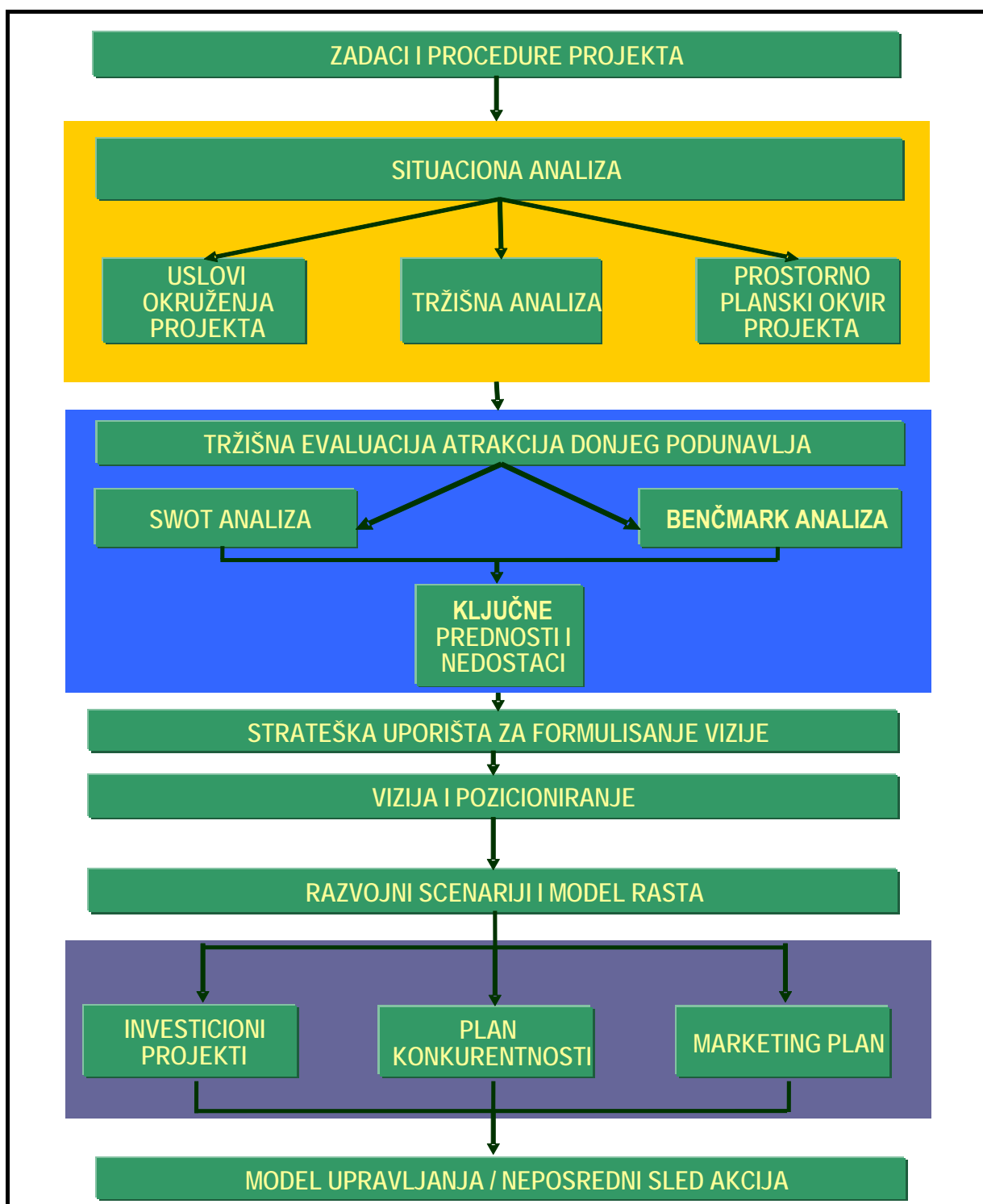
U tom smislu sprovedene radne procedure izrade ovog Master plana fokusirane su na analizu i ocenu internih i eksternih potencijala turizma, kao i na otkrivanje dosad zabeleženih aktivnosti i procesa u svetskom turizmu i aktera koji u njemu učestvuju.

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 Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin;
- detaljni uvid i evaluacija dosad izrađenih programa i studija turističkog razvoja „Donjeg Podunavlja“ 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, te analize internacionalnih turističkih trendova, kretanja srpskog turističkog tržišta i uvida u uzornu praksu razvoja turizma u područjima sa sličnim karakteristikama;
- sprovedene ciljane radionice sa ključnim predstavnicima privatnog i javnog sektora;
- fizički obilazak terena i stvaranja fotodokumentacije o ključnim elementima sadašnjeg lanca vrednosti u turizmu;
- sprovedeni individualni intervjui i razgovori s ključnim igračima u turističkom sektoru regije; i
- nekoliko brainstorming-a članova projektnog tima.

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

Šematski se ova procedura ilustruje na sledeći način:







## III SITUACIONA ANALIZA

U okviru ovog poglavlja detaljno se analiziraju prostorne karakteristike područja “Donje Podunavlje”. Posebno se akcentat stavlja na brojne turističke atrakcije koje predstavljaju jedinstven i veoma značajan potencijal za razvoj turizma koji u ukupnom “paketu ponude” može biti realno dobro pozicioniran na svetskom turističkom tržištu.

### 1. ANALIZA PROSTORNIH KARAKTERISTIKA PODRUČJA I DRUŠTVENO-EKONOMSKOG OKRUŽENJA

#### 1.1. Republika Srbija

##### 1.1.1. Geografske karakteristike Republike Srbije

Srbija je locirana u jugoistočnom delu Evrope, na centralnom delu Balkanskog poluostrva i nalazi se na raskrsnici puteva koji vode od Zapadne i Centralne Evrope ka jugu Balkana, Maloj Aziji i Bliskom istoku. Zauzima površinu od 88.361 km<sup>2</sup> koju karakterišu nizijski predeli na severu, dok prema jugu preovladava pretežno brdsko-planinski reljef Dinarida i Rodopa. Prema popisu 2002. godine u Srbiji je bilo 9,3 miliona stanovnika (broj stanovnika na Kosovu i Metohiji je procenjen), sa najvećom gustinom naseljenosti u većim gradskim centrima poput Beograda, Novog Sada, Niša i Kragujevca, i znatno manjom u ruralnim predelima Srbije, pretežno na jugu.

U Srbiji prevladava umereno kontinentalna klima koju karakterišu hladne zime i topla leta, sa dobro raspoređenim padavinama i umerenim prelazima između godišnjih doba. U južnim delovima Srbije, pretežno brdsko-planinskog reljefa, oseća se jači uticaj planinske klime sa snažnijim temperaturnim razlikama u periodu zima-letu.

Turistička atraktivnost Srbije valorizovana je kroz 5 nacionalnih parkova, 20 parkova prirode kao i nekoliko lokaliteta pod zaštitom UNESCO-a koje predstavljaju dobru bazu za značajni doprinos turističkoj atraktivnosti zemlje.

Srbija ima povoljan saobraćajni položaj jer se nalazi na raskrsnici važnih panevropskih koridora: koridora VII (Dunav, što je za ovaj master plan od izuzetnog značaja) i koridora X (autoput od Salcburga do Soluna), koji obuhvataju 14 evropskih država i 2.360 km. Srbija učestvuje u koridoru X sa 800 kilometara.

**Mreža autoputeva** kao i ostalih magistralnih puteva je nedovoljno razvijena, odnosno postojanje samo jednog auto puta (Šid - Beograd - Niš) u dužini od 420 km, kao i dela autoputa sa punim profilom Beograd - Novi Sad u dužini od 77 km je apsolutno nedovoljno, iako je u planu izgradnja punog profila autoputa prema Subotici na severu, kao i autoputa prema Skoplju na jugu. Drumski saobraćaj u Srbiji karakteriše i loš kvalitet puteva, naročito u unutrašnjosti zemlje.

Ista konstatacija važi i za **železničku mrežu** (3.809 km, od čega je 1.217 km elektrifikovano) koja je, kao i veliki deo voznog parka, zastarela.

**Vazdušni saobraćaj** je uglavnom fokusiran na aerodrom u Beogradu i vrlo malo na aerodrom u Nišu, ali je opšta konstatacija da je vazdušni saobraćaj nedovoljno razvijen za prihvat putnika i roba, iako postoji ukupno 19 aerodroma sa asfaltiranim pistama i još

44 aerodroma sa neasfaltiranim pistama. Potencijal vazdušnog saobraćaja leži u činjenici da vreme leta do svih većih destinacija u Evropi iznosi najduže do tri časa.

Osim mogućnosti pristupa drumskim, železničkim i vazdušnim putem, za Srbiju je izuzetno važan i **rečni saobraćaj** (Sava, Dunav - panevropski koridor VII., kanal Dunav-Tisa-Dunav), pri čemu plovnost Dunava celim svojim tokom (587 km) nesumnjivo predstavlja najveći ekonomski potencijal.

Planom Republike Srbije u modernizovanju panevropskog koridora X sa predviđenim dugoročnim ulaganjima od 2 milijarde evra, obuhvata autoput i železničku prugu, ali i izgradnju gasovoda, mreže optičkih kablova, motela i benzinskih pumpi, kao i četiri tehnološka parka. Sve to treba da predstavlja veliku šansu Srbije u priključenju evropskim integracijama.

## 1.1.2. Ekonomski razvoj Republike Srbije

### 1.1.2.1. Osnovni strateški pravci i prioriteti privrednog razvoja Srbije

Vlada Republike Srbije je krajem 2006.godine usvojila *Nacionalnu strategiju privrednog razvoja* koja na konzistentan i celovit način definiše osnovne razvojne prioritete zemlje do 2012.godine 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. godine gde prosečna neto zarada dostiže 325 EUR što govori o rastućoj kupovnoj moći;
- 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 .

<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.

Imajući, međutim, u vidu činjenicu da je Srbija i po nivou razvijenosti i po konkurentnosti među poslednjima u Evropi, da još nije završila proces privatizacije i reforme privrednog sistema, da je tehnološki zaostala, da ima izrazito visoku stopu nezaposlenosti (preko 20%), da i dalje ima loš politički imidž u svetu što povećava rizik ulaganja, od odlučujućeg značaja je da Srbija u narednom periodu napravi novi razvojni skok u cilju povećanja standarda svoji građana.

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

1. Stvaranje atraktivnog poslovnog ambijenta kao osnovnog uslova 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 aktiviranje domaćeg kapitala kroz brži razvoj malih i srednjih preduzeća, zahteva sprovođenje razvojne politike bez administrativnog odugovlačenja pri registraciji, zapošljavanju, izvozu, kao i obezbeđivanje pravne zaštite uz postojanja transparentne pravne regulative i efikasnog bankarskog, odnosno, finansijskog sistema.
2. 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.
3. Razvoj efikasne privredne infrastrukture koja pruža usluge od ključnog značaja za razvoj industrije, trgovine, turizma 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.
4. 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.
5. Održiv razvoj što podrazumeva usaglašenost i usklađenost ekonomskog razvoja sa politikom životne sredine, socijalnom i drugim politikama.
6. Ravnomerniji regionalni razvoj. Višedecenijsko nasleđe regionalne neravnomernosti, koje su još više povećane kroz proces tranzicije, 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.

### 1.1.2.2. 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, relativno 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. godine treba da dostigne 25% BDP. To će omogućiti ulaganje u korporativni sektor od 47 milijardi dolara i 23 milijardi dolara u infrastrukturu.
- Do 2012.godine 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 izvoznoj strukturi srpske privrede.Vodeću poziciju zadržaće prehrambeni proizvodi piće i duvan, zatim metal i hemija. Takođe, učešće visokotehnoloških 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%.

### 1.1.2.3. Mehanizmi i politike za ostvarivanje ciljeva nacionalne strategije

#### 1. 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.

#### 2. 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, prekvalifikacije, obuke ili sticanja dodatnih veština;
- Važna je odluka države da do 2012.godine poveća izdvajanja iz budžeta za obrazovanje; i
- Primena mera aktivne politike zapošljavanja u skladu sa usvojenim *Nacionalnim planom zapošljavanja*.

#### 3. 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 privatizacione prihode, korišćenje različitih oblika javno-privatnog partnerstva i povoljne međunarodne zajmove treba usmeravati u prioritetne infrastrukturne projekte kojima se pospešuje integracija u EU i stvaranje preduslova 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.godine predviđeno je da se uloži oko 23 milijarde dolara u oblast energetike, drumskog, železničkog, vazdušnog i rečnog saobraćaja, telekomunikacije, vodoprivredu i zaštitu prirodne sredine.



#### 4. 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.

#### 5. 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. godine 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, umanjnjem, odnosno oslobađanjem plaćanja poreza na dobit u dužem vremenskom periodu;
- Uvođenje neoprezivog cenzusa od 5000 dinara u okviru poreza na dohodak građana važna je olakšica u nerazvijenim područjima gde su zarade po pravilu najniže; i
- Važan je i podsticaj od 90 000 dinara 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 dinara, a preko 100 novozaposlenih bez ograničenja);
- Takođe, iz sredstva 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 pretpripravnih 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 „Donje Podunavlje“

### 1.2.1. Geografske karakteristike

Turističko područje „Donje Podunavlje“ prostire se u istočnoj Srbiji, duž leve obale Dunava, na njegovom toku između Velikog Gradišta i ušća Timoka. Prema kopnenom zaleđu ovo područje pruža se vododelnicom između sliva Dunava i sliva Morave, a preko Velikog brda, Rakobarskog visa i Šomrde, spuštajući se na jug do Homoljskih planina, Malog i Velikog krša i Deli Jovana.

**Karta 1:** Položaj turističkog područja „Donje podunavlje“



Izvor: [www.danube-research.com](http://www.danube-research.com)

Geomorfološki, ovo područje je veoma atraktivno, najatraktivniji geomorfološki oblik je Đerdapska klisura. Ona je istovremeno poligenetska, polifazna, poprečna, antecedentna, kompozitna, laktasta i klisurasta dolina. To je:

- najveća klisura Evrope dužine 98 km;
- kompozitna klisura koja se sastoji od 4 klisure i 3 kotline (Golubačka klisura, Ljupkovska kotlina, klisura Gospodin vir, Donjomilanovačka kotlina, klisura Veliki i Mali Kazan, Oršavska kotlina, Sipska klisura);

- antecendentna rečna dolina i najveća klisura probojnica u Evropi;
- klisura u kojoj je izmerena najveća rečna dubina u Evropi pre izgradnje HE „Đerdap I“ od 82 m (nakon izgradnje brane dubina je 90 m); i
- klisura u kojoj širina Dunava varira između 2000 m u Donjomilanovačkoj kotlini, do 150 m u klisuri Kazan.

Osim pomenute klisure, na ovom području brojne su klisuraste i kanjonske doline pritoka Dunava, koje se slivaju sa planinskih padina Severnog Kučaja (803 m nv), Malog krša (929 m nv), Deli Jovana (1136 m nv) i Miroča (768 m nv). Raznovrsni su kraški oblici reljefa (pećine, jame, vrtače i uvale), kao i geomorfološki fenomeni poput prerasti – prirodnih kamenih mostova. Klima „Donjeg Podunavlja“ je umereno-kontinentalna, sa izraženim godišnjim dobima i značajnim godišnjim temperaturnim amplitudama i odlikama modifikovane planinske klime u zaleđu. Hidrološki resursi ovog područja su, takođe, brojni: Dunav, rečni tokovi dunavskih pritoka (Tumanska reka, Brnjica, Dobranjska reka, Boljetinska reka, Porečka reka sa svojim pritokama Šaškom i Crnajkom, Vratna i Zamna, Timok). Najveće jezero područja, ali i najveće veštačko jezero Srbije, jeste Đerdapsko:

- nastalo izgradnjom brane i hidroelektrane „Đerdap I“;
- površine koja varira u zavisnosti od visine vodostaja i kreće se od 170 do 253 km<sup>2</sup>, a dužine od 135 do 265 km;
- malih amplituda vodostaja (pre izgradnje brane amplitude vodostaja dostizale su i vrednosti od 10-12 m, a nakon izgradnje brane održavaju se uglavnom konstantni vodostaji); i
- sa kotlinskim sektorima (Ljupkovska, Donjemilanovačka i Oršavska kotlina) čiji su obalski delovi pristupačni sa kopnene i jezerske pozicije, sa prelazima ka jezerskom dnu koji su postepeni što predstavlja dobru predispoziciju za formiranje prirodnih plaža. U klisurastim delovima obalski prelazi su strmi i zalaze naglo u velike dubine.

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, Kladašnica i Davidovac.

U pogledu biogeografskih karakteristika, područjem „Donje Podunavlje“ dominira šumska vegetacija bogata raznovrsnim florističkim i faunističkim vrstama, koje su najviše koncentrisane u zoni Nacionalnog parka „Đerdap“. Nacionalni park (NP) „Đerdap“, koji se prostire duž toka Dunava, od Golupca do Kladova, zauzimajući prostor od 63.608,45 ha, predstavlja zaštićeni prostor sa visokom koncentracijom geomorfoloških, hidroloških i biogeografskih resursa, kao i značajnim spomenicima kulture civilizacija koje su na ovom prostoru egzistirale tokom prošlih vremena (ostaci zajednica mlađeg kamenog doba od 8000 godina p.n.e, ostaci rimske civilizacije). Oko zone Nacionalnog parka prostire se zaštitna zona površine 90.629,43 ha.

Komparirajući četiri najznačajnije evropske reke (Volga, Dunav, Rajna i Elba), analize su pokazale da je Dunav potencijalno najisplativiji saobraćajni pravac, a istovremeno sa velikim potencijalom povećanja intenziteta saobraćaja. Plovni put Dunava je visoko kvalitetan plovni koridor (Koridor VII: Severno more – Rajna – Majna – Dunav – Crno

more) ukupne dužine 2415 km. Na tom plovnom putu, najatraktivniji sektor predstavlja, upravo Đerdapska klisura (*Iron gate*), nastala kao probojnica kroz planinski masiv Karpata.

Karta 2: Plovni put Dunava u okviru evropskih krizing puteva



Izvor: www.gaeltravel.com

Što se tiče kopnenog saobraćaja, „Donje Podunavlje“ je preko Požarevca povezano sa delom evropskog koridora X, koji prolazi kroz Srbiju. Ova veza se ne može oceniti kao adekvatna jer njena prohodnost i kvalitet ne zadovoljavaju saobraćajne potrebe ovog dela Srbije. Glavni magistralni put područja predstavlja Đerdapska magistrala – M25.1 (Požarevac - Veliko Gradište – Golubac - Donji Milanovac - Kladovo). Intenzitet vozila na ovom putu varira od 700–3500 mereno PGDS. Najviše vozila gravitira oko većih mesta, a najmanji intenzitet saobraćaja je na središnjem delu puta. Usled dugogodišnjeg nedovoljnog ulaganja, ovaj magistralni pravac je u lošem stanju, sa puno odrona i relativno čestim usporavanjima ili prekidima saobraćaja, kao i malim dozvoljenim brzinama. Đerdapskom magistralom se odvija i teretni saobraćaj, što je nedopustivo ako se zna da, od Golubačke tvrđave do nadomak Kladova, ova saobraćajnica prolazi kroz I zonu zaštite Nacionalnog parka „Đerdap“. Zato za „Donje Podunavlje“ posebno interesantan pravac postaje magistralni put M24 (Požarevac – Kučevo – Majdanpek – Negotin). Iako intenzitet saobraćaja (u rasponu od 800-3000 PGDS vozila) ni izbliza ne zadovoljava standarde za izgradnu auto-puta (ili barem poluauto-puta), postoje planovi da bi ovaj pravac za nekoliko godina, s obzirom na njegov regionalni i internacionalni karakter, kao i potrebe izmeštanja teškog transporta sa područja Nacionalnog parka, mogao dobiti karakter poluautoputa Požarevac-Vidin.

### 1.2.2. Lokacija i društveno-ekonomski razvoj

Turističko područje „Donje Podunavlje“ zauzima površinu od 3362 km<sup>2</sup>, na kome živi 121.306 stanovnika<sup>2</sup>. U odnosu na popis stanovništva 1991. godine, broj stanovnika na ovom području smanjio se za 16.350 žitelja. To je direktna posledica negativnog prirodnog priraštaja u svim opštinama područja (od -6.2% u Kladovu do -11.2% koliko iznosi u Golupcu, što je daleko ispod republičkog proseka koji iznosi -3,5%).

<sup>2</sup> Popis stanovništva 2002. godine, SZS, Beograd, 2003.



Tome treba dodati i činjenicu da je u svim opštinama ovog područja prisutan negativan migracioni saldo, na šta ukazuje i ukupan broj stanovnika na privremenom radu u inostranstvu, koji iznosi oko 35.000 stanovnika. Trendovi koji su prisutni u prirodnom i mehaničkom kretanju populacije područja „Donje Podunavlje“ za posledicu su imali i nastanak dosta nepovoljne starosne strukture stanovništva, gde je prosečna starost populacije na celom području 42 godine, a udeo stanovništva starosti 65 i više godina iznosi 21% ukupne populacije (republički prosek kada je u pitanju prosečna starost stanovništva iznosi 40,43 godine, dok je udeo najstarije populacije u ukupnoj u Republici 16,5%). U pogledu obrazovne strukture, procentualni udeo stanovnika starijih od 15 godina, sa višom i visokom stručnom spremom, iznosi 5,9%, dok je udeo onih bez školske sprema 8,8%. Na nepovoljnu obrazovnu strukturu utiče i činjenica da je udeo stanovnika starijih od 15 godina koji nemaju završenu osnovnu školu 28,4%, što znači da zajedno sa onim stanovnicima koji su bez školske sprema, ukupan broj stanovnika starijih od 15 godina koji nikada nisu ušli u sistem srednjoškolskog obrazovanja iznosi 34,3% (ovaj segment stanovništva na nivou Republike čini 21,8% ukupne populacije starije od 15 godina).

Kada je privreda u pitanju, prema zvaničnim statističkim podacima, turističko područje „Donje Podunavlje“, tj. pet posmatranih opština, zajedno su učestvovala sa oko 0,88% u ukupnom društvenom proizvodu Srbije<sup>3</sup>. Visina društvenog proizvoda područja per capita je iznosila 80.965 dinara u 2005. godini, što je za više od 40% ispod proseka Republike. Sve opštine koje spadaju u ovo turističko područje su daleko ispod republičkog proseka po stepenu privredne razvijenosti, pri čemu Golubac spada i u nedovoljno razvijene opštine.

Zvanična statistika prati strukturu narodnog dohotka<sup>4</sup>, preko koje možemo dobiti okvirnu sliku strukture privrede na posmatranom području. U strukturi narodnog dohotka u 2005. godini dominira Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda sa 62%, sledi Trgovina sa oko 15%, dok Prerađivačka industrija učestvuje sa oko 13%. Hoteli i restorani učestvuju sa skoro 5% u narodnom dohotku prema zvaničnoj statistici, ali treba reći da je njihovo učešće potcenjeno zbog primene koncepcije materijalne proizvodnje prilikom obračuna narodnog dohotka. Bez obzira na potcenjenost i relativno visoko učešće u odnosu na druge regione, učešće ove delatnosti je znatno manje nego što je moguće. Navedena struktura narodnog dohotka ukazuje na nerazvijenost područja, jer dominira poljoprivreda, a industrija i usluge su nerazvijene. Međutim, treba naglasiti da struktura narodnog dohotka u 2005. godini iskrivljuje realno stanje privrede ovog područja, jer se kroz nju ne može videti značajno učešće delatnosti Proizvodnja i snabdevanje električnom energijom, gasom i vodom, koja je u 2005. godini ostvarila negativan narodni dohodak, a u suštini ima veoma jak privredni uticaj u privredi ovog područja, s obzirom na postojanje HEPS „Đerdap“.

<sup>3</sup> Podaci o visini društvenog proizvoda za 2005. godinu, kao i procena broja stanovnika na dan 30.06., po opštinama su preuzeti iz publikaciji *Opštine u Srbiji 2005*, Republički zavod za statistiku, Beograd 2006. Treba napomenuti da su navedeni podaci o društvenom proizvodu, kao i podaci o narodnom dohotku po opštinama dobijeni primenom koncepcije materijalne proizvodnje, koja u obračun uključuje samo delatnosti koje pokrivaju materijalnu proizvodnju i proizvodne usluge, tako da je ukupna vrednost usluga značajno potcenjena jer se ne uključuju tzv. neproizvodne usluge. Podaci za 2005. godinu nisu uporedivi sa ranijim godinama, jer u njih nije uključena vrednost PDV-a, dok je porez na promet bio uključen u vrednost društvenog proizvoda i narodnog dohotka u ranijim godinama.

<sup>4</sup> Narodni dohodak predstavlja novostvorenu vrednost u toku godine i dobija se kao razlika društvenog proizvoda i materijalnih troškova.

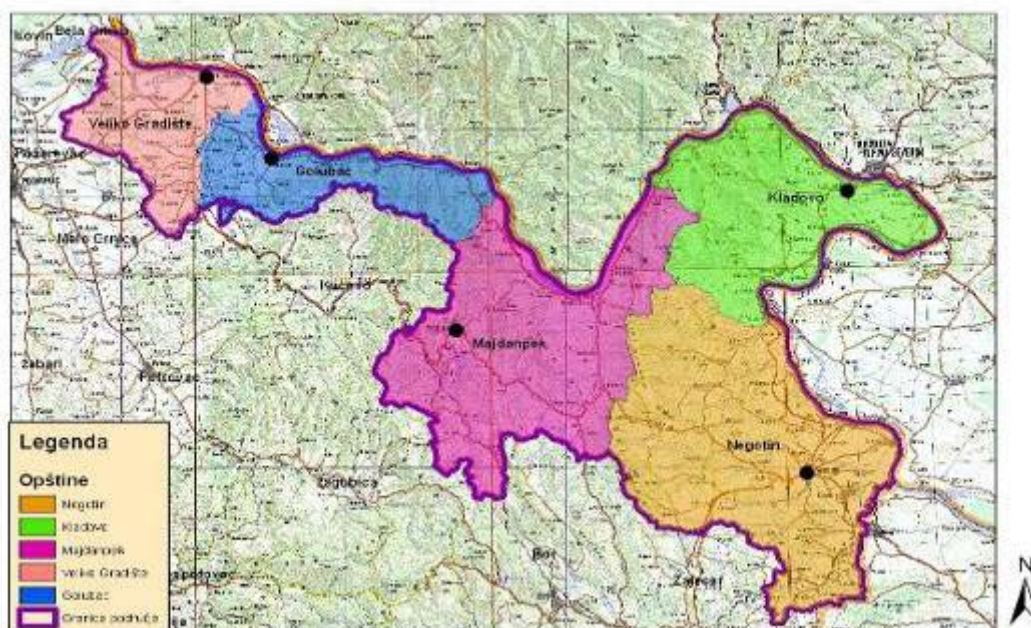
Na posmatranom području je u 2005. godini ukupno bilo zaposleno 17.978 lica, a najveću zaposlenost generisala je preradivačka industrija sa oko 25%, dok su delatnosti trgovine na veliko i malo, opravka, proizvodnja električne energije, gasa i vode, zatim oblast obrazovanja i zdravstvenog i socijalnog rada imale učešće u ukupnoj zaposlenosti područja „Donje Podunavlje“ od oko 10%. Razlog je taj što se veliki broj stanovnika područja bavi poljoprivredom, a istovremeno je zaposlen u nekoj drugoj delatnosti. Hoteli i restorani učestvuju sa 2,7% u ukupnoj zaposlenosti i to je još jedan pokazatelj nerazvijenosti turističke privrede na ovom području. Pri tome treba naglasiti da navedeni podatak treba uzeti sa rezervom, jer u strukturu zaposlenih nisu uključeni privatni preduzetnici i zaposleni kod njih, a poznato je da oni imaju visoko učešće u strukturi delatnosti koja je u zvaničnoj statistici nazvana Hoteli i restorani.

Posmatrano područje se može smatrati privredno nerazvijenim, pre svega zbog lošeg položaja preduzeća koja su nekada uspešno poslovala. Ulaganje u turistički sektor može da bude jedan od motivatora privlačenja kapitala u ovo privredno nerazvijeno područje i motor razvoja posmatranih opština, jer su turistički potencijali „Donjeg Podunavlja“ veoma veliki.

U administrativnom smislu, turističko područje „Donje Podunavlje“ obuhvata pet opština istočne Srbije: Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin, te su granice turističkog područja definisane upravo administrativnim granicama pomenutih opština.

**Karta 3: Turističko područje „Donje podunavlje“**

**Opštine turističkog područja "Donje Podunavlje"**



Izvor: obrada na topografskim podlogama 1:300000

Tabela 1: Opštine turističkog područja „Donje podunavlje“

	Veliko Gradište	Golubac	Majdanpek	Negotin	Kladovo	UKUPNO
Površina opštine, km <sup>2</sup>	344	368	932	1089	629	3362
Broj naselja	26	24	14	39	23	126
Gustina naseljenosti	59	26	24	39	37	36
Broj stanovnika (1991)	22969	10882	26952	50139	26714	137656
Broj stanovnika (2002)	20659	9913	23703	43418	23613	121306

Izvor: Opštine Srbije, SZS, Beograd, 2006.

Turističko područje „Donje Podunavlje“ predstavlja prostor na kome se nalazi visoka koncentracija prirodnih i antropogenih turističkih resursa, u različitom stepenu zaštite, očuvanosti i valorizacije za potrebe turizma. To je prostor koji je neosporno turistički potencijalan, u kome se prožimaju prirodne specifičnosti i atraktivnosti sa kulturom, istorijom i tradicijom naroda koji su na ovim prostorima živeli i onih koji tu danas žive. Međutim, na putu njegove potpune aktivacije u turističkom biznisu, postoje još uvek brojne prepreke: saobraćajne (loša povezanost sa glavnim kopnenim koridorima i tranzitni saobraćaj koji se obavlja kroz Nacionalni park, kao i ne postojanje domaće rečne flote i slaba uređenost priobalnog područja), demografske (depulacija stanovništva, nepovoljna starosna i obrazovna struktura populacije), ekonomske (nizak stepen ekonomske razvijenosti, tranzicioni i privatizacioni problemi društvenih preduzeća, visoka nezaposlenost).

### 1.3. Prostorna i društveno-ekonomska analiza po opštinama

Zbog veličine posmatranog područja i specifičnosti vezanih za prostorno okruženje i ukupnu društveno-ekonomsku situaciju, ocenjujemo značajnim da se za potrebe ovog master plana i predloga koji će uslediti, izvrši i globalna analiza po pojedinim opštinama.

#### 1.3.1. 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.



**Karta 4:** Geografski položaj opštine Veliko Gradište



Izvor: www.infoshop.org

**Karta 5:** Opština Veliko Gradište



Izvor: Obrada sa topografskih osnova 1:300000

U administrativnom smislu opština Veliko Gradište se graniči sa opštinom Požarevac na zapadu, opštinom Malo Crniće 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 344 km<sup>2</sup>, obuhvata 26 naselja i prosečna gustina naseljenosti opštine iznosi 26 st/km<sup>2</sup>.

### Geografske karakteristike

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 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 opštine je umereno-kontinentalna, sa veoma toplim letima (često je temperatura vazduha u julu mesecu preko 25<sup>0</sup>C) i hladnim zimama. Srednja godišnja temperatura vazduha Velikog Gradišta iznosi 11,2<sup>0</sup>C, a prosečna godišnja količina padavina je 672 mm.

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.

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).

### Saobraćajni položaj opštine Veliko Gradište

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 i 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.

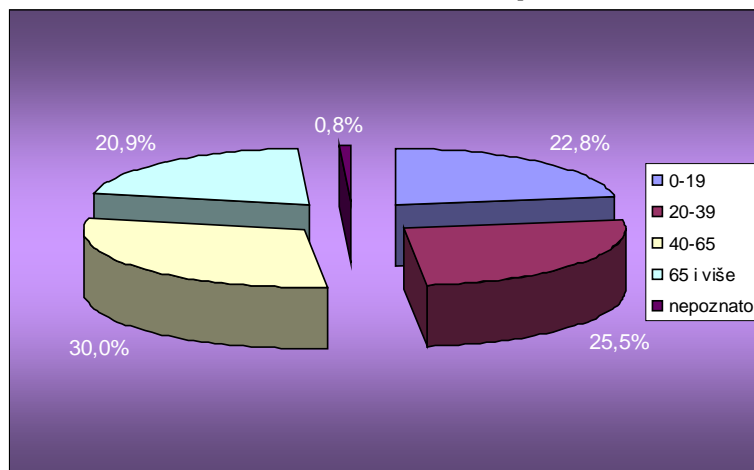
Najbliža vazдушna luka opštini Veliko Gradište je aerodrom „Nikola Tesla“ u Beogradu.

### 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 od -6,5‰. 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, a indeks starenja iznosi 108,8. Na privremenom radu u inostranstvu nalazi se preko 5.000 građana opštine (uglavnom u zemljama zapadne Evrope).

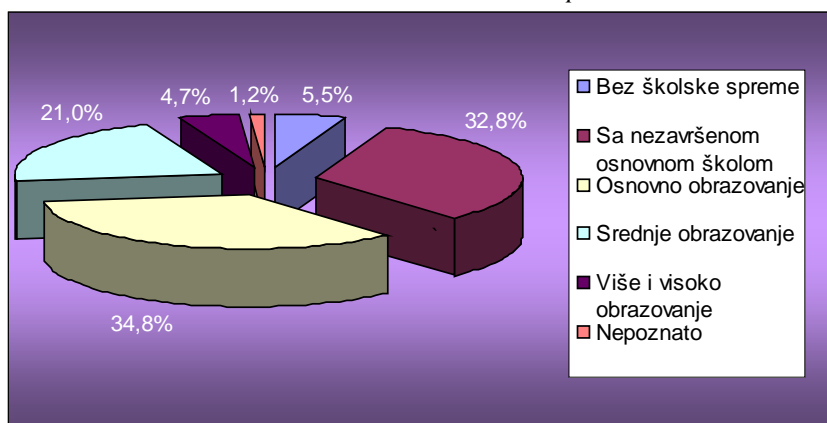
**Grafikon 1:** Starosna struktura stanovništva opštine Veliko Gradište



*Izvor:* Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006

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!).

**Grafikon 2:** Obrazovna struktura stanovništva opštine Veliko Gradište



*Izvor:* Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006

U pogledu etničke strukture u opštini Veliko Gradište dominira srpsko stanovništvo sa 94,6%, dok su među manjinama najzastupljeni Vlasi sa 2%, pa onda slede Romi i Rumuni sa manje od jednog procenta.

### 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. Glavnu ulogu u privredi Velikog Gradišta ima poljoprivreda što se može sagledati iz Tabele 2.

Tabela 2. Struktura narodnog dohotka u 2005.	
Delatnost	2005
Poljop.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:* Opštine u Srbije 2006, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2007.

U novostvorenoj vrednosti Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda učestvuju sa 58,54%, Prerađivačka industrija sa 14,02%, a Trgovina na veliko i malo 11,44%. Hoteli i restorani učestvuju sa 3,08%, s tim što treba imati u vidu da je iznos potcenjen iz statističko-metodoloških razloga koji su objašnjeni u uvodnom delu. Uprkos tome, nisko učešće hotela i restorana pokazuje da je turistička privreda u Velikom Gradištu nedovoljno razvijena i da jedan deo turističkih potencijala nije iskorišćen. Ovde treba dodati i veliki udeo neregistrovanog turističkog prometa koji nije uključen u zvaničnu statistiku.

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 od oko 25%, zatim oblast trgovine na veliko i malo približno 15%, kao i poljoprivreda, obrazovanje, zdravstvena zaštita i socijalni rad, koji u protekle dve godine beleže približno istu stopu 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.

Privreda Velikog Gradišta ostvaruje rezultate ispod proseka Republike i u velikoj meri se bazira na poljoprivredi. Turizam sve više dobija na značaju, s obzirom na značajna ulaganja i velike potencijale, pa se očekuje s pravom da postane jedna od vodećih privrednih grana opštine.

### Planska analiza

**Prostorni plan opštine Veliko Gradište** – prostorni plan nalazi se u fazi pokretanja postupka za njegovu izradu. Opština je svojom odlukom pokrenula donošenje ovog planskog dokumenta usled zastarelosti prostorno-planske regulative kojom se definiše i propisuju namena, odnosno način korišćenja prostora u opštini Veliko Gradište<sup>5</sup>.

Opština Veliko Gradište je izrazito monocentrično područje, obzirom da je najveći deo privrednih kapaciteta smešten u gradu. Sa stanovišta interesa preduzeća koja traže lokaciju u okviru opštine, trenutno je ekonomski najpovoljniji prostor u granicama urbanog područja (komunalno i infrastrukturno opremljeno zemljište, blizina stambenih objekata, kvalitetna radna snaga). Može se zaključiti da je najveći potencijal uspostavljen u gradu Velikom Gradištu i njegovoj prigradskoj zoni, dok su potencijali ostalih centara u opštini još uvek nedovoljni da bi mogli da doprinesu bržem i samostalnijem razvoju aktivnosti u tim centrima.

**Generalni urbanistički plan Velikog Gradišta** – plan se nalazi u fazi donošenja. Prethodni plan je donet 1991. godine i on je delimično na snazi do donošenja novog planskog dokumenta (*Odluka o primeni urbanističkih planova donetih do dana stupanja na snagu Zakona o planiranju i izgradnji od novembra 2003. godine*).

<sup>5</sup> Program za izradu prostornog plana opštine Veliko Gradište, JP „Direkcija za izgradnju opštine Veliko Gradište“, 2006. – radna verzija.

Postojeće stanje osnovne namene površina podrazumeva organizaciju prostorno-funkcionalnih celina za sve vrste stanovanja i javne objekte i površine. Ono što se posebno može naglasiti kao specifične karakteristike područja postojećeg GUP-a su<sup>6</sup>:

- mešovito stanovanje sa sadržajima skoncentrisanim na centralne delove grada;
- porodično stanovanje zauzima najveće površine građevinskog područja;
- ruralno stanovanje vezano je za periferne delove grada;
- spontana stambena gradnja prisutna je na nekoliko lokacija u gradu gde su nikli neplanski objekti sa neuređenim površinama (velika zona takve gradnje nalazi se van grada uz obale Srebrnog jezera);
- vikend zone pretežno su vezane za obale Srebrnog jezera; i
- javni objekti i površine podrazumevaju industriju (zona na ulazu u grad sa obe strane ulice Voje Bogdanovića), komercijalna zona, proizvodno-zanatski objekti, skladišta i magacini, komunalne površine i infrastruktura, izletišta i zona „Beli bagrem“, zelene površine i zone rekreacije, ostale površine, poljoprivredne površine.

Novim GUP-om preispituje se postojeće stanje na području plana i regulišu pravila gradnje, funkcionalne i morfološke celine, od kojih smo kao posebno interesantne izdvojili:

- *Gradsko jezgro* je prostorna celina koja se proteže oko glavne ulice „Knez Lazar“ i gde je imperativ očuvanje postojeće regulacije uz maksimalnu zauzetost do 70%, uz rešavanje problema parkiranja u sklopu parcele. Pravila gradnje, što se tiče spratnosti, propisana su i odnose se na nove objekte (P+1+P<sub>k</sub> ili P+2 sa iskorišćavanjem potkrovlja, dok su objekti P+3+P<sub>k</sub> mogući na uglovima blokova), kao i sa posebnim naglaskom na visinsku regulaciju u skladu sa postojećim nepokretnim kulturnim dobrima. U ovoj celini nisu dozvoljene industrijska i proizvodna funkcija, s tim što se prizemlja objekata namenjuju za komercijalnu, uslužnu ili javnu funkciju;
- *Centar* predstavlja celinu šireg gradskog jezgra i pravilima gradnje maksimalna zauzetost iznosi 60%, a spratnost P+2 nadzemnih etaža. Mora se za svaki objekat obezbediti praking unutar parcele, a prizemlja objekata predviđaju se za komercijalni i uslužni sadržaj;
- *Zona „Beli bagrem“* – ova zona se uređuje Planom opšteg uređenja u okviru Urbanističkog plana šire i uže zone kompleksa „Beli bagrem“;
- *Prošireno gradsko područje* svojom opremljenošću objektima za potrebe sekundarnih i tercijarnih delatnosti predstavlja pogodan prostor za izgradnju novih objekata za razvoj pomenutih delatnosti. Naselja u prigradskoj zoni, zahvaljujući konstantnom razvoju infrastrukture i objekata naseljske opreme, znatno su dobila na svojoj atraktivnosti za dalju izgradnju. Posebno treba istaći da u naselju „Rasadnik“ postoji prostor od 700 placeva na površini od 50 ha, rezervisan za širenje grada. Istovremeno HE „Đerdap“ radi projekat koji treba da bude investiran od strane Ministarstva za kapitalne investicije, a kojim bi trebao da se stvori nova površina od 2,5 ha.

<sup>6</sup> *Urbanistički plan Veliko Gradište – Plan generalne regulacije*, JP „Direkcija za izgradnju opštine Veliko Gradište“, 2006. – radna verzija



**Vodosnabdevanje**

U pogledu vodosnabdevanja, grad Veliko Gradište ima sopstvenu vodovodnu mrežu, koja snadbeva pijaćom vodom još sela Kusiće i Požežno i delimično zonu „Beli bagrem“. Ova turistička zona se, osim pomenute vodovodne mreže, vodosnabdeva i sa izvorišta „Jelak“ (60 lit/s), što sve zajedno ipak nije dovoljno, posebno tokom letnje sezone kada se naglo povećava potrošnja vode (problem snabdevanja pitkom vodom predat je na rešavanje Institutu „Jaroslav Černi“). Predviđena je, takođe, izgradnja reni bunara u aluvionu Srebrnog jezera, na lokaciji Gajski Brod preko puta Ostrva, kapaciteta 60 lit/s u prvoj fazi. Taj sistem bi snabdevao vodom naselja Zatonje, Ostrvo, Biskuplje i Kisiljevo, a mogao bi biti i povezan sa vodovodnim sistemom u „Belom bagremu“, čime bi se ostvarilo snabdevanje sa dve strane, što bi za duže vreme rešilo sve probleme sa vodosnabdevanjem.

**Kanalizacija i odlaganje otpada**

Na području zone „Beli bagrem“ izgradnja kanalizacije započela je izgradnjom kanalizacije za potrebe hotela "Srebrno jezero" (kanal promera 400 mm, pumpe, taložnice i bunari). S obzirom da su se u međuvremenu, na ovu kanalizaciju priključili i mnogi drugi korisnici (vikend naselje), a i usled povećanog nivoa podzemne vode (posledica usporavanja Dunava), izgrađen je dodatni kanal (promera 400 mm) s ciljem da reši problem fekalne odvodnje iz hotela i depandansa, plaže, dela apartmanskog naselja i manjeg dela vikend naselja. Trenutno se realizuje projekat izgradnje kanalizacije oko Jezera celom dužinom (28 km) i vodovodne mreže.

Gradska deponija se nalazi u ataru sela Požežno, a dokument o *Strateškoj proceni uticaja na životnu sredinu* nalazi se na uvidu javnosti i tek predstoji njegovo usvajanje, nakon čega će se precizno definisati dalje aktivnosti na polju saniranja postojeće deponije i odabira lokacije za novu deponiju, odnosno transfer stanicu prema *Nacionalnoj strategiji upravljanja otpadom*.

**Elektroenergetska mreža, gasovod i telekomunikacije**

Područje opštine Veliko Gradište snadbeva se električnom energijom iz jedne trafostanice prenosnog odnosa 110/35 kV „Veliko Gradište“, koja je od grada udaljena oko 2 km. Prema proračunima, a na osnovu sadašnje potrošnje, postojeća trafostanica vršiće funkciju adekvatnog snabdevanja električnom energijom opštinu Veliko Gradište do 2020. godine.

Gasovod ne postoji na teritoriji opštine Veliko Gradište.

Telekomunikaciona mreža opštine je u lošem stanju jer jedna mala telefonska centrala u Velikom Gradištu više nema mogućnosti za proširivanje i povećanje broja pretplatnika, a propusna moć postojećih telekomunikacionih kablova je mala. Jedan optički kabl na relaciji Požarevac - Veliko Gradište pušten je u rad 2006. godine, čime su delimično poboljšane veze.

### 1.3.2. Opština Golubac

Opština Golubac smeštena je u severoistočnoj Srbiji, na desnoj obali reke Dunav. Svojim zapadnim delovima prostire se na području Panonskog oboda, dok su istočni delovi opštine predstavljeni padinama Severnog Kučaja. Geomorfološko-hidrološku granicu opštine predstavlja dolina reke Pek na zapadu, i blago zatalasna pobrđa na jugu i istoku (padine Severnog Kučaja - Kornavski vis 632 m nv i Šomrda 735 m nv).

**Karta 7:** Geografski položaj opštine Golubac



Izvor: [www.infoshop.org](http://www.infoshop.org)

**Karta 8:** Opština Golubac



Izvor: Obrada sa topografskih osnova 1:300000

U administrativnom smislu, opština Golubac se graniči na zapadu sa opštinom Veliko Gradište, a na jugu, jugoistoku i istoku sa opštinama Kučevo i Majdanpek. Severnu granicu opštine, u dužini od 52 km, čini Dunav, duž koga se proteže i državna granica sa Rumunijom. Opština Golubac prostire se na površini od 368 km<sup>2</sup> sa prosečnom gustinom naseljenosti od 24 st/km<sup>2</sup> i obuhvata 24 naselja.

#### Geografske karakteristike

Prostorno - položajna uslovljenost kontaktnom zonom jugoistočnog obodnog dela Panonskog basena i Karpatskog planinskog sistema, opredeljuje glavne prirodne karakteristike i uslove područja opštine Golubac. Zapadni deo opštine predstavlja prostor vrlo složene geografske strukture - dolina Peka, delovi Požeženske peščare i blago zatalasano pobrđe. U istočnom delu opštine prevladavaju brdsko-planinski tereni.

Najmarkantniji geomorfološki oblik na teritoriji opštine je Golubačka klisura, koja je prva klisura u nizu kompozitne doline Đerdapa. Nakon Golubačke klisure, Dunav ulazi u Ljupkovsku kotlinu, dužine 12 km, gde se nalazi i potopljeno ušće Dobranjske reke. U krajnjim istočnim delovima opštine, započinje klisra Gosodin vir, prepuna podvodnih stena i džinovskih lonaca u kojima su izmerene najveće dubine Dunava (pre izgradnje HE „Đerdap I“ u ovoj klisuri, kod stene Pjetra Lunga, izmerena je najveća rečna dubina Evrope 82 m, koja je nakon formiranja Đerdapskog jezera prerasla u najveću jezersku dubinu od 90 m).

Klima opštine Golubac je umereno-kontinentalna, sa srednjom godišnjom temperaturom vazduha od oko 11°C, pri čemu je januar najhladniji, a juli najtopliji mesec. Maksimum padavina je krajem proleća i početkom leta, sa prosečnom količinom padavina oko 700 mm godišnje. Najdominantniji vetar u ovom delu Srbije je košava, koja duva iz jugoistočnog pravca.

Glavni vodotok na teritoriji opštine je reka Dunav, koja kod Golupca dostiže najveći širinu na svom toku kroz Srbiju (od 5-6 km) i tu Dunav, zaista, izgleda kao pravo more. Drugi po veličini tok na teritoriji opštine je reka Pek, ali ona kroz opštinu protiče samo jednim manjim, zapadnim delom njene teritorije. Znatno interesantniji vodotoci su reke koje se slivaju sa planinskih strana prema Dunavu, gradeći kratke doline, često klisurastog tipa. Njihova ušća su nakon izgradnje hidroelektrane mahom pretvorena u male zalive (Tumanska reka, Brnjica, Dobranska reka, Kožica, Čezava).

Pod šumama se nalazi oko 16.000 ha teritorije opštine Golubac i to uglavnom rasprostranjenih u zapadnim i južnim delovima opštine. Upravo su to teritorije koje ulaze u sastav Nacionalnog parka „Đerdap“, koji počinje na području opštine Golubac (prvi primarni ulaz u NP „Đerdap“ je ulaz „Golubačka tvrđava“). Prostor Nacionalnog parka i njegove zaštitne zone obuhvata 235 km<sup>2</sup> teritorije opštine Golubac (KO Golubac - deo, KO Brnjica i KO Dobra). Na teritoriji opštine su izdvojena 4 stroga rezervata prirode:

- Bosman - Sokolac (281,34 ha), koji se, osim po specifičnoj flori, izdvaja i po očuvanoj mezozojskoj fauni;
- Golubački grad (23,04 ha);
- Bojana (27,44 ha) u kome preovladavaju sastojine oraha, mečije leske i crnog jasena;
- Tatarski vis (25,08 ha).

Prirodne predeone celine su zone II stepen zaštite i njih čine: Golubačka klisura (1236,24 ha), deo područja Sokolac - Vlasac (1040,62 ha), kanjon reke Brnjice (1051 ha), deo Šomrde (6294,37 ha), prostor oko Golubačke tvrđave (prirodni prostor oko nepokretnog kulturnog dobra površine 118,75 ha), Čezava - Kastrum Nove (prirodni prostor oko nepokretnog kulturnog dobra površine 65,38 ha).

### **Saobraćajni položaj opštine Golubac**

Opština Golubac je od Beograda udaljena 130 km magistralnim pravcem M25.1 Beograd - Kladovo, koji je za opštinu ujedno i najznačajniji putni koridor (Đerdapska magistrala).

Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Golubac iznosi 139 km, od čega savremenom kolovozu pripada celokupna mreža. Magistralni putevi imaju dužinu od 44 km, regionalni 27 km, a najduža je mreža lokalnih puteva koja iznosi 68 km. Osim magistralnog puta M25.1 Beograd - Kladovo, za drumski saobraćaj u opštini značajana su još tri regionalna pravca: R108 Braničevo - Lješnica dolinom Peka, R256 Golubac - Turija i R108a Golubac – Maleševo - Zelenik. Međutim, iako je magistralni pravac M25.1 naznačen kao najznačajni saobraćajni koridor za opštinu Golubac, ovaj putni pravac prolazi kroz samu Golubačku tvrđavu, spomenik kulture I stepena (prokopana su dva tunela kroz samu tvrđavu), što je tvrđavu narušilo i otvorilo put njenoj kontinuiranoj devastaciji tranzitnim terentnim saobraćajem. Zbog toga, a i činjenice da je Golubačka tvrđava primarni ulaz u NP „Đerdap“ i u okviru njega Strogog rezervata

prirode „Golubački grad“, neophodno je hitno pristupiti izgradnji adekvatne obilaznice oko same tvrđave, ali i rasterećenja čitave Đerdapske magistrale od ovakvog intenziteta saobraćaja (intenzitet vozila na ovom putu varira od 700 – 3500 mereno PGDS).

Rečni saobraćaj na teritoriji opštine ima veliki potencijal zahvaljujući plovnom putu Dunava, ali je preduslov za njegov intenzivniji razvoj uređenje priobalja i pristaništa, kao i ponovno aktiviranje domaće rečne flote. Komparativne analize velikih rečnih plovniha sistema Evrope (Dunava, Volge, Rajne i Elbe) pokazale su da je Dunav potencijalno najisplativiji saobraćajni pravac i istovremeno saobraćajni pravac sa velikim potencijalom povećanja intenziteta saobraćaja.

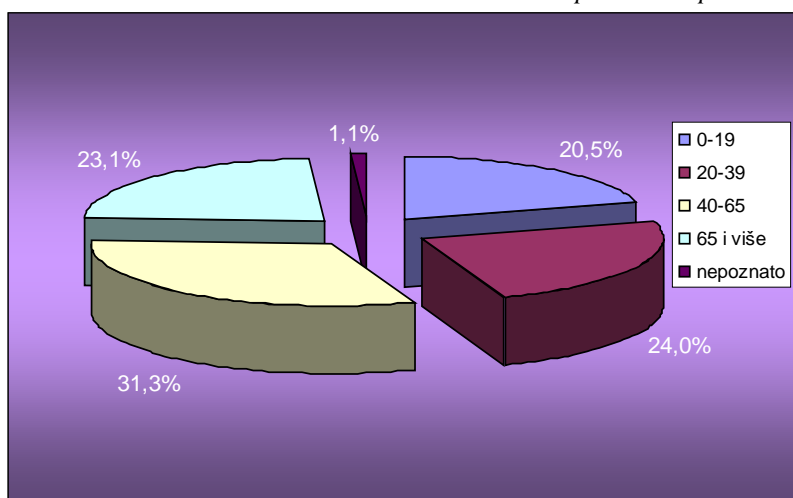
Železnički saobraćaj na teritoriji opštine Golubac nije razvijen, a najbliži aerodrom je „Nikola Tesla“ u Beogradu.

### Stanovništvo

Na teritoriji opštine Golubac, prema popisu stanovništva iz 2002. godine, živi 9.913 stanovnika, razmeštenih u 24 naselja. Opštinski centar je naselje Golubac, smešten na samoj obali Dunava, sa 1.896 stanovnika.

U odnosu na popis stanovništva iz 1991. godine, broj stanovnika u opštini Golubac se smanjio za 969 žitelja. Ovakav pad broja stanovnika je posledica negativnog prirodnog priraštaja koji za ovu opštinu iznosi, čak, -11,2%. Otuda je i starosna struktura stanovništva nepovoljna (procentualni udeo stanovništva starog 65 i više godina iznosi 23,1%).

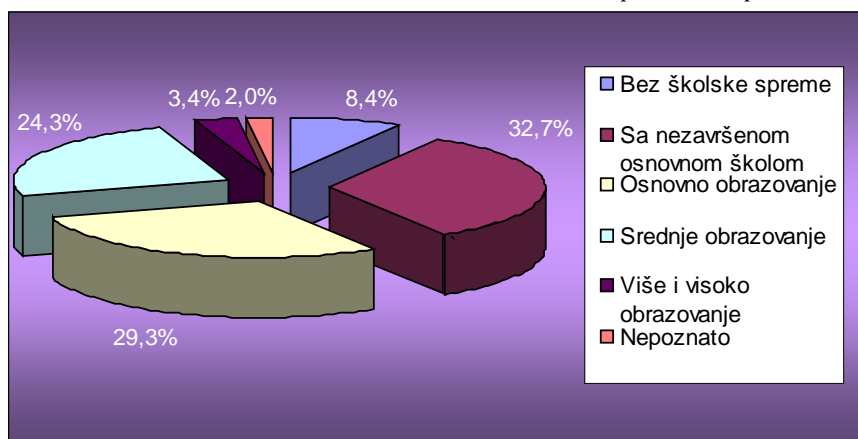
**Grafikon 3:** Starosna struktura stanovništva opštine Golupca



*Izvor: Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006*

Ovakvi trendovi u prirodnom kretanju stanovništva učinili su da je prosečna starost populacije opštine Golubac 42.6 godina, što je iznad republičkog proseka (40,43 godina). Na privremenom boravku u inostranstvu boravi oko 5.000 stanovnika.

Obrazovna struktura stanovništva opštine je dosta nepovoljna jer višu i visoku školsku spremu ima samo 3,4% populacije starije od 15 godina, dok je udeo stanovništva bez školske spreme 8,4%, a završenu osnovnu školu nema čak 32,7% stanovnika strijih od 15 godina.

**Grafikon 4: Obrazovna struktura stanovništva opštine Golupca**

*Izvor: Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006*

U pogledu etničke strukture dominira stanovništvo srpske pripadnosti (87%), dok je od manjina najviše Vlaha (8,8%) i Rumuna (0,7%).

### 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. Glavnu ulogu u privredi Golupca imaju poljoprivreda i prerađivačka industrija što se može sagledati iz Tabele 3.

Tabela 3. Struktura narodnog dohotka u 2005.

Delatnost	2005
Poljop.lov, šumarstvo i vodoprivreda	35,61%
Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	6,24%
Prerađivačka 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: Opštine u Srbije 2006, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2007.*

U novostvorenoj vrednosti Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda učestvuje sa 35,61%, Prerađivačka industrija sa 30,48%, a Trgovina na veliko i malo 8,87%. Hoteli i restorani učestvuju sa 3,52%, s tim što treba imati u vidu da je iznos potcenjen iz statističko-metodoloških razloga koji su objašnjeni u uvodnom delu. Uprkos tome, nisko učešće hotela i restorana pokazuje da je turistička privreda u Golupcu nedovoljno razvijena i da jedan deo turističkih potencijala nije iskorišćen.



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.

Privreda Golupca ostvaruje rezultate ispod proseka Republike i zato ova opština spada u red nedovoljno razvijenih opština. S obzirom na velike potencijale, turizam bi trebalo da postane jedna od vodećih privrednih grana u opštini.

### Planska analiza

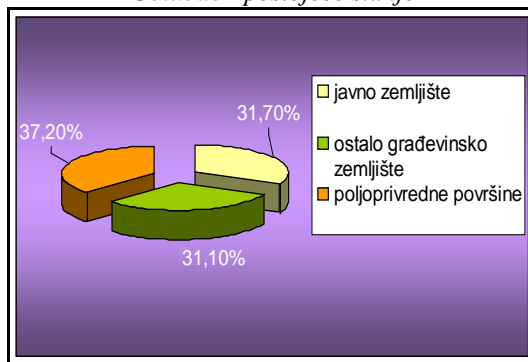
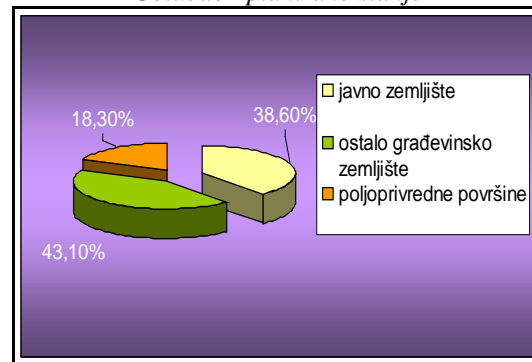
**Prostorni plan opštine Golubac** – plan je u fazi donošenja, koja traje već dve godine. Opštinu danas karakterišu relativno do apsolutno niski stepen korišćenja prostora, a novim Planom predviđa se, između ostalog, značajno veća uloga turizma u ukupnom razvoju opštine<sup>7</sup>. Turizam je s razlogom izdvojen kao jedna od naperspektivnijih delatnosti za opštinu zbog čega je u Planu istaknuta neophodnost usmeravanja investicionih sredstava u izgradnju turističkih, ugostiteljskih i pratećih objekata i površina (sportskih, rekreativnih, trgovinskih, infrastrukturnih). Ispravno je sugerisano potpuno iskorišćavanje područja uz obalu Dunava (trenutno priobalni deo zemljišta u naselju Golubac pripada HE „Đerdap I“). Posle donošenja Prostornog plana stvoriće se uslovi za povratak dela zemljišta u vlasništvo Opštine (trenutno Opština ima pravo korišćenja nad manje atraktivnim lokacijama udaljenim od obale Dunava).

Planom se opravdano predviđa sprečavanje "unošenja" industrijskih i drugih zagađivača vazduha, vode, zemljišta i ambijenata na teritoriji opštine Golubac. Posebno je naglašena potreba da se, svako turističko naselje, kao i naselje u blizini turističkih lokaliteta, planski (urbanistički) razvija u cilju povećavanja turističkih atraktivnosti.

**Generalni urbanistički plan Golupca** – plan je donet i usvojen 2002. godine i preispitan je u skladu sa Zakonom o prostornom planiranju iz 2003. godine (*Odluka o primeni urbanističkih planova* donetih do dana stupanja na snagu Zakona o planiranju i izgradnji od novembra 2003. godine). Ovim Planom izdvojene su funkcipnalne zone u okviru GUP-a: Centar, Parlog, Priorište i Vinogradi<sup>8</sup>. Prosečna veličina građevinskog fonda iznosi 54 m<sup>2</sup>/stanovniku, s tim što je najveća u Centru 39 m<sup>2</sup>/stanovniku, a najmanja u Parlogu 28 m<sup>2</sup>/stanovniku. Razlog ovako velikog građevinskog fonda za naselje veličine Golupca, posledica je gradnje individualnih objekata velike kvadrature po stanovniku, odnosno činjenice da veliki broj vlasnika tih novoizgrađenih objekata živi u inostranstvu. Generalnim planom je predviđen razvoj tri gradska centra, od kojih je jedan primarnog, a dva su sekundarnog značaja. Planirani centar primarnog značaja, koji je i postojeći gradski centar, pruža se duž Đerdapske magistrale sa izraženom koncentracijom na potezu od hotela do zgrade Opštine.

<sup>7</sup> *Prostorni plan opštine Golubac*, Arhitektonski fakultet u Beogradu i Opština Golubac, 2006. – radna verzija

<sup>8</sup> *Generalni urbanistički plan Golupca*, „Energoprojekt – Urbanizam i arhitektura“, 2002.

**Grafikon 5:** Bilans površina u opštini Golubac - postojeće stanje**Grafikon 6:** Bilans površina u opštini Golubac - planirano stanje

*Izvor:* Generalni urbanistički plan Golupca, „Energoprojekt – Urbanizam i arhitektura“, 2002

GUP-om je planirano povećavanje indeksa iskorišćenosti i izgrađene površine, uz smanjivanje gustine stanovanja. Istovremeno se planira i povećavanje površine poslovnih prostora za oko 15% (povećavaju se površine za građevinsko zemljište, a na račun smanjivanja poljoprivrednih površina).

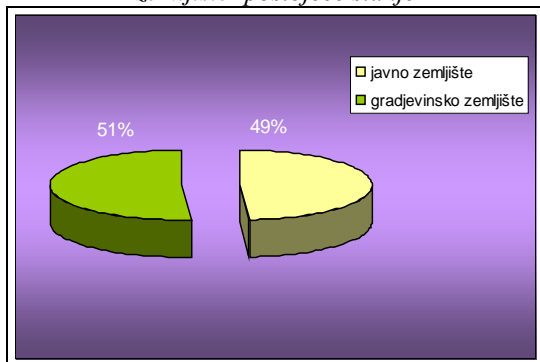
U centralnoj zoni duž glavne ulice, planirane su višeporodične kuće u nizu na mestu postojećih dotrajalih kuća i onih koje svojim gabaritima nisu u skladu sa planom regulacije. Posebno treba istaći da je Planom predviđeno povećavanje površina za trgovinu i zanatstvo, kao i izgradnja novih objekata za turizam i ugostiteljstvo (planirana je izgradnja ugostiteljskih objekata ukupne površine 160 m<sup>2</sup>, a u okviru postojećeg gradskog centra i planiranih sekundarnih centara, prostora marine, dok se specijalizovani riblji restorani planiraju na površini od 230 m<sup>2</sup> u centralnoj zoni – kapaciteti restorana hotela “Golubački grad” nisu obuhvaćeni ovim proračunima). Duž magistralnog puta, neposredno uz obalu, na potezu od marine uz benzinsku pumpu do ulaska u Golubac iz pravca Požarevca, planirana je pešačka staza denivelisana u odnosu na magistralni put. Sportsko-rekreativne površine su planirane na delu marine i delu obale predviđene za nasipanje, između parka uz hotel “Golubački grad” i dečijeg vrtića, odnosno osnovne škole. Drugi sportsko-rekreativni kompleks predviđen je na delu uzvodno od marine, između puta i rečne marine i završava se uređenom plažom.

**Plan opšteg uređenja priobalja Golupca** – plan se nalazi u fazi izrade.

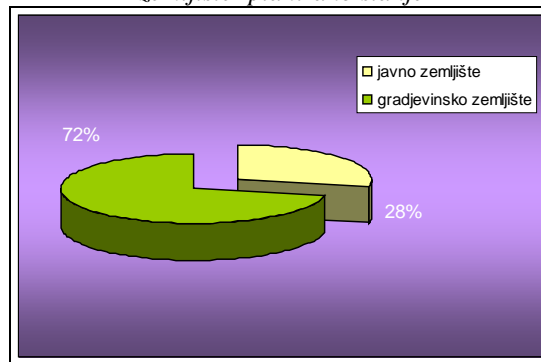
Ovaj Plan zahvata površinu od 216,50 ha, u dužini oko 12 km, odnosno 0,55 % teritorije opštine<sup>9</sup>. Međutim, iako mali po površini, ovaj priobalni pojas predstavlja najatraktivniji deo teritorije opštine Golubac i njen najveći potencijal. Planom je planirana izgradnja novih sadržaja od oko 90000 m<sup>2</sup> bruto građevinske površine.

<sup>9</sup> Plan opšteg uređenja priobalja Golupca, Arhitektonski fakultet u Beogradu, 2006.- radna verzija

**Grafikon 7:** Javno i ostalo građevinsko zemljište- postojeće stanje



**Grafikon 8:** Javno i ostalo građevinsko zemljište- planirano stanje



Izvor: Plan opšteg uređenja priobalja Golupac, Arhitektonski fakultet u Beogradu, 2006.- radna verzija

U okviru planiranih novih sadržaja, značajno mesto zauzimaju smeštajni kapaciteti (planirani broj ležaja je 1028, od čega je 130 hotelskih kapaciteta, 858 u vilama, apartmanima, vikendicama i pansionima i 40 ležaja u motelu). U ukupno planirane kapacitete, pored smeštajnih, ubrajaju se tehnička infrastruktura, prateći i ostali društveni sadržaji koji delom postoje, zelene, parkovske i rekreativne površine, kao i brojni komercijalni sadržaji koje tek treba graditi.

Ovim planom izdvojeno je plansko područje na 12 zona:

- *zona 1* – Golubački grad sa Golubačkom tvrđavom, izdvojena kao najatraktivnija i reperna zona područja Plana, sa mogućnosti da se u njoj razvijaju javne funkcije, komercijalno-poslovne i uslužne delatnosti turističkom ponudom kao težištem;
- *zona 2* – obuhvata prostor koji se rezerviše za rekreaciju i turizam, komercijalno-poslovne funkcije, stanovanje uz prateće zelenilo;
- *zona 3* – preovladavaju javne, kulturne i poslovne funkcije, pri čemu bi cela zona bila prepoznata kao regionalni ekološki centar;
- *zona 4* – centralna gradska zona u kojoj se i sada nalaze javne funkcije, ali i sadržaji poslovnih i stambenih objekata, sa uređenim gradskim zelenilom;
- *zone 5 i 6* – slične po svojim funkcionalnim karakteristikama jer objedinjuju javne-edukativne i rekreativne sadržaje sa postojećim hotelom i uređenim zelenim i parkovskim površinama, kao i sportskim terenima;
- *zona 7* – koncentracija javnih funkcija, ali i objekata stanovanja sa trgovačkim i uslužnim sadržajima i uređenom marinom sa pratećim sadržajima;
- *zona 8* – prostire se linijski duž magistrale i priobalja, a obuhvata stanovanje, trgovinsko-ugostiteljske sadržaje i uređene prostore za rekreaciju;
- *zona 9*- predviđena je izgradnja smeštajnih kompleksa (vile i apartmani) sa rekreacijom kao pratećom funkcijom i poslovno-komercijalnim sadržajima uklopljenim u uređene zelene površine;
- *zona 10* – slični sadržaji kao i kod zone 9, s tim što se predviđa i uređenje otvorenog prostora za skupove sa pratećim trgovačko-uslužnim sadržajima;



- *zona 11* – karakteriše se dominantnom stambeno funkcijom uz pratće trgovačko-uslužne sadržaje, a planira se da uz pristanište i carinarnicu budu izgrađeni prateći sadržaji trgovine i usluge, informativni punkt i uređenje zelenih i rekreativnih površina;
- *zona 12* - nalazi se između reke i naseljskog puta, a trenutno je dominantne stambene funkcije sa postojećim vikend objektima. Planira se njeno uređenje i zaokruživanje u smislu izgradnje pratećih sadržaja trgovine, usluga, rekreacije.

Planom se opravdano predlaže osnivanje Turističke agencije u okviru opštine ili na nivou regiona koja bi objedinjavala aktivnosti oko poslovanja čitavim ovim i okolnim prostorom sa jedinstvenim nastupom prema potencijalnim domaćim i stranim investitorima. No to tome će više biti reči u sklopu upravljačkog modela za ukupnu destinaciju „Donje Podunavlje”.

### Vodosnabdevanje

Na području naselja Golubac i gravitirajućih naselja postoji vodovodni sistem, koji se napaja iz rezervoara na lokaciji „Vinogradi“, do koga voda stiže zahvatom iz okolnih bunara. Planirana je izgradnja još tri nova bunara i novog rezervoara „Žuti breg“, zatim intervencije na vodovodnoj distributivnoj mreži i rezervoarskom prostoru, kao i na postrojenjima za proizvodnju vode za piće.

### Kanalizacija i odlaganje otpada

Naselje Golubac pokriveno je kanalizacionom mrežom, ali ona ne postoji u ostalim naseljima opštine. Međutim, kanalizaciona mreža u Golupcu nema izgrađeno postrojenje za preradu otpadnih voda, pa se fekalne vode ispuštaju u neki od recipijenata što degradira kvalitet njihovih voda. Prema GUP-u Golupca predlaže se izgradnja mreže fekalne kanalizacije usmerene ka postojećim kolektorima. Sakupljene vode, kolektorski sistem odvodi do fekalne crpne stanice, odakle se prepumpava do sistema za biološko prečišćavanje lociranog na platou pored puta za Kladovo.



Postojeća deponija naselja Golubac nalazi se na katastarskoj parceli Braničevo i aktivno se koristi počev od 2002. godine. Za lokaciju postojeće deponije ne postoji građevinska odnosno upotrebna dozvola već samo prikupljena dokumentacija koja datira iz 1992. godine. Deponija je uglavnom neuređena i bez ikakvih pratećih objekata i mera zaštite. Sakupljanje otpada se vrši u naselju Golubac. U jednom delu godine, uglavnom u letnjem, otpad se sakuplja i u vikend naseljima Vinci i Usije.

„Divljih“ deponija na teritoriji opštine Golubac ima oko 30 i locirane su na teritorijama:



KO Brnjica (kod Brodservisa, na izlazu iz sela – Brnjička reka, na izlazu iz sela – Velika svinja), KO Dobra (u putnom pojasu M25.1 na ulazu u selo, u blizini sela –Medovnica, iza stadiona na obali Dunava, iznad bazena – Desna reka, iznad bazena – Leva reka), duž puta a van naseljenih mesta, oko parkinga i vikend naselja i divljih kampova.

U *Nacionalnoj strategiji upravljanja otpadom*, zvanična deponija otpada opštine Golubac nalazi se u kategoriji K4, gde je u operativnim merama predviđeno zatvaranje takvih smetlišta do 2006.godine. Prema preporukama iz Strategije opština Golubac pripada području sa regionalnom deponijom Smederevo – Požarevac. Princip regionalizacije nameće obavezu formiranja i gradnje transfer/ reciklažnih stanica za opštinu Golubac (opština Golubac, sa još 13 opština, pripada regionu REC 8 u okviru 17 planiranih reciklažnih centara, čije lokacije još nisu utvrđene). Golubac je, takođe, u regionu KOM3 u okviru planiranih 7 stanica za kompostiranje i u regionu INS 2 u okviru 4 insineratora za komunalni otpad u Srbiji.

### Elektroenergetska mreža, gasovod i telekomunikacije

Grad Golubac ima jednu transformatorska stanicu TS 35/10 kV "Golubac", snage 1 x 4 MVA+ 1 x 2,5 MV, koja napaja naselje sa odgovarajućom razvodnom mrežom. Postojeća mreža je, međutim, nedovoljna za sadašnji i projektovani nivo potrošača pa se predlaže njeno proširivanje.

Gasovodna mreža ne postoji na teritoriji opštine Golubac.

Na području Golupca nalazi se automatska telefonska centrala "Golubac" koja pripada mrežnoj grupi 012, odnosno Požarevcu. Postojeća automatska telefonska centrala ne može da pokrije sve potrebe stanovništva za priključcima, te je neophodno proširivanje kapaciteta, ali i potpuna digitalizacija postojećih.

### 1.3.3. Opština Majdanpek

Opština Majdanpek nalazi se u severoistočnom delu centralne Srbije i proteže se duž toka Dunava, obuhvatajući u južnim delovima brdsko-planinski prostor venca Karpatskih planina (deo Severnog Kučaja i planine Miroč). Geomorfološku granicu opštine čine Šomrda na zapadu, venci Homoljskih planina, Malog i Velikog Krša na jugu, dok sa istoka granicu opštine predstavlja venac Deli Jovana. Niski predeli sa zatalasanim pobrđima prostiru se duž rečnih dolina: Dunava, Peka i Porečke reke.

**Karta 9:** Geografski položaj opštine Majdanpek



Izvor: www.infoshop.org

**Karta 10:** Opština Majdanpek



Izvor: Obrada sa topografskih osnova 1:300000

U administrativnom pogledu, opština Majdanpek graniči se na severozapadu sa opštinom Golubac, sa opštinama Kučevo i Žagubica na zapadu i jugozapadu, dok njenu granicu prema jugu predstavlja opština Bor, a prema istoku opštine Negotin i Kladovo. Sevenu granicu opštine čini reka Dunav, odnosno državna granica sa Rumunijom. 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

Teritorija opštine Majdanpek je pretežno brdsko-planinska (77% ukupne površine opštine čine brdsko-planinski tereni), gde su najmarkantniji oblici reljefa planine: Miroč (768 m nv), Šomrda (803 m nv), Mali krš (929 m nv), Veliki krš (1065 m nv), Deli Jovan (1136 m nv) i planina Starica (796 m nv). Brojni vodotoci izgradili su specifične rečne doline:

- Đerdapsku klisuru koja se na teritoriji opštine Majdanpek prostire istočnim delom klisure Gospodin vir, Donjomilanovačkom kotlinom (dužine 19 km, gde širina jezera dostiže 2 km) i zapadnim delom klisure Veliki Kazan;
- kanjon Boljetinske reke;
- kanjon reke Gradašnice;

Krečnjački sastav planina na teritoriji opštine stvorio je predispozicije za formiranje površinskih i podzemnih oblika kraškog reljefa:

- Rajkova pećina – nalazi se na 3 km od Majdanpeka, na izvorištu Malog Peka;
- pećina Gradašnica na padinama Miroča;
- Rakin ponor – jedna od najdubljih jama u Srbiji;
- jama u Laništu;
- Ibrin ponor i Buronov ponor - na planini Miroč.

Klima opštine Majdanpek je umereno-kontinentalna sa naznakama mikroklike jer su, u odnosu na okolne oblasti, zime relativno blage a leta nisu tako žarka. To je posledica zaklonjenosti terena od hladnih kontinentalnih vazdušnih masa i blizine velike vodene mase Dunava. Periodi sa srednjim dnevnim temperaturama višim od 5<sup>0</sup>C iznose prosečno 260 dana, dok period sa srednjim dnevnim temperaturama iznad 15<sup>0</sup>C iznosi 149 dana (od početka maja do kraja septembra). Kupališna sezona traje više od 50 dana, od kraja juna do kraja avgusta. Sneg počinje da pada krajem novembra, a u planinskom zaleđu zadrži se do druge polovine aprila. Prosečan broj dana sa snežnim pokrivačem je 32, a prosečna debljina snežnog pokrivača u dunavskom obalnom pojasu kreće se između 10 i 20 cm, dok je u planinskom zaleđu i do 50 cm. Padavine su obilnije nego u susednim oblastima i prosečno iznose 786 mm godišnje.

Dunav je najznačajniji tok na području opštine Majdanpek i teče njenom severnom granicom u dužini od 54 km. Odlikuju ga atraktivne obale (plaža u Donjem Milanovcu i strmi odseci u klisuri Veliki Kazan), kao i brojni zalivi (ušća Boljetinske reke, ušće Porečke reke – najveći zaliv na Dunavu u ovom delu toka). Temperatura vode Dunava kod Donjeg Milanovca leti iznosi u proseku 23 °C. 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. Izgradnjom HE „Đerdap I“ potopljeno je njeno ušće i tako je formiran Porečki zaliv;
- Zaticu - reku koja protiče kroz stari deo Milanovca - Oreškovicu. Ona je nekada bila zlatonosna, a zlato se tu eksploatisalo još u doba Rimljana. Uliva se u Dunav na 3km uzvodno od Milanovca, gradeći manji zaliv;
- Boljetinsku reku – sa pritokama Grabovicom i Malom rekom, koja neposredno pre ušća gradi velepnu kanjonsku dolinu. U slivu Boljetinske reke nalaze se rezervati prirode: Lepenski vir, Kanjon Boljetinske reke-Greben, Ciganski potok i Šomrda;
- Pek - pritoka Dunava, koja postaje od rečica Lipe i Jagnjila, a poznata je po zlatonosnosti, otkrivenoj još u doba Rimljana. Za opštinu Majdanpek najznačajniji je njen gornji tok, u kome ona gradi svoju klisuru. Danas se veoma malo zlata ispira na Peku i ova reka više je ostala u legendama zlatonosna nego što je to danas;
- manja jezera - Balta Alušontu (ili Zlatno jezero) nastalo 1883. godine kada se masa peskovitog i šljunkovitog materijala sručila u dolinu Paprenice stvarivši prirodnu branu (jezero je duboko 11 m, dugo 132 m, a široko 60 m i ima dužinu obale od 372 m), jezero Kazanskog potoka, jezero Veliki zaton koje se nalazi na samo 2 km od Majdanpeka, u blizini Rajkove pećine;
- brojne izvore na teritoriji Nacionalnog parka.

U pogledu biogeografskih odlika, dovoljno je reći da je najveći deo opštine u zoni Nacionalnog parka „Đerdap“ (KO Boljetin, D.Milanovac, Mosna i delovi KO Majdanpek, Topolnica, Golubinje i Miroč). Računajući i zaštitinu zonu Nacionalnog parka, ukupna površina zaštićenih oblasti na teritoriji opštine Majdanpek iznosi 636km<sup>2</sup>. Brojne su florističke i faunističke vrste koje su pod nekim od stepena zaštite u okviru Nacionalnog parka:

- Šomrda – strogi rezervat prirode (30,07 ha) – stanište biljne vrste zelenika, a tu su i mešovita šuma balkanske bukve, graba, jasena i javora;
- Čoka Njalta sa Pesačom - strogi rezervat prirode (524 ha);
- Lepenski vir - strogi rezervat prirode (131,35 ha);
- Kanjon Boljetinske reke - Graben - strogi rezervat prirode (99,92 ha) – gde se na površini od 60 ha, nalazi veliki broj jursko-kredskih fosila, raznobojni geološki slojevi, jako izvijenih bore, zemljane piramide i drugi geomorfološki oblici, kao i endemične i reliktno biljne vrste;
- Jezero Balta Alušantu – Paprenički potok - prirodni spomenik (25 ha);
- Glavica - prirodni spomenik (6 ha);
- Pećina Gradašnica (14 ha);
- Deo Šomrde – prirodna predeona celina pod II stepenom zaštite;
- Predeo oko lokaliteta „Lepenski vir“ – prirodni prostori oko nepokretnog kulturnog dobra;
- Velja prerast – geomorfološki spomenik prirode;
- Prirodni spomenici van teritorije Nacionalnog parka „Đerdap“: Mali Štrbac, Ciganski potok, Konjska glava, Mustafa i Filješana.



Na teritoriji opštine postoje dva obeležena primaran ulaza u područje Nacionalnog parka i to: ulaz „Kapetanske livade“ i ulaz „Topolnica“.

U zaleđu dunavskog priobalja nalaze se i velike lovne površine i u njima nastanjeni izuzetni primerci jelena kapitalca, divokoze, medvedi, lisice, vukovi, risovi, orlovi, zečevi, srne, jastrebi, zmije i kornjače. Brojnost i raznovrsnost ihtiofaune ogleda se u 58 stalno nastanjenih vrsta riba u Dunavu, od koji su najznačajnije: som, smud, štuka, bucov, klen, mrena, bodorka, crvenperka, deverika, kesega, šaran, kečiga.

### **Saobraćajni položaj opštine Majdanpek**

Opština Majdanpek se nalazi na plovnom putu Dunava i povezana je sa Beogradom magistralnim pravcem Beograd – Kladovo (Đerdapska magistrala), od koga je udaljena 190 km. Sa Koridorom X, opština Majdanpek je povezana preko Požarevca (131 km) i preko Paraćina (170 km).

Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Majdanpek iznosi 406 km, ali je savremenim kolovozom prekriveno samo 221 km. Magistralnim pravcima pripada 115 km, regionalnim 94 km, a lokalnu mrežu puteva čini 197 km. Najznačajniji putni pravci su: magistralni put M24 (Požarevac – Kučevo – Majdanpek – Negotin) i magistralni put M25.1 – Đerdapska magistrala (Požarevac – Veliko Gradište – Golubac – Donji Milanovac – Kladovo). Regionalni putevi u opštini Majdanpek su: R-104 (Brza Palanka – Miroc - Porečki most – Majdanpek - Debeli Lug – Jasikovo - Žagubica), R-104a (Jasikovo – Vlaole – Gornjane - Bor) i R-106 (Porečki most – Miloševa kula – Zagradje – Zaječar - Bor), a drumske komunikacije upotpunjuju i 172 km lokalnih nekategorisanih puteva.

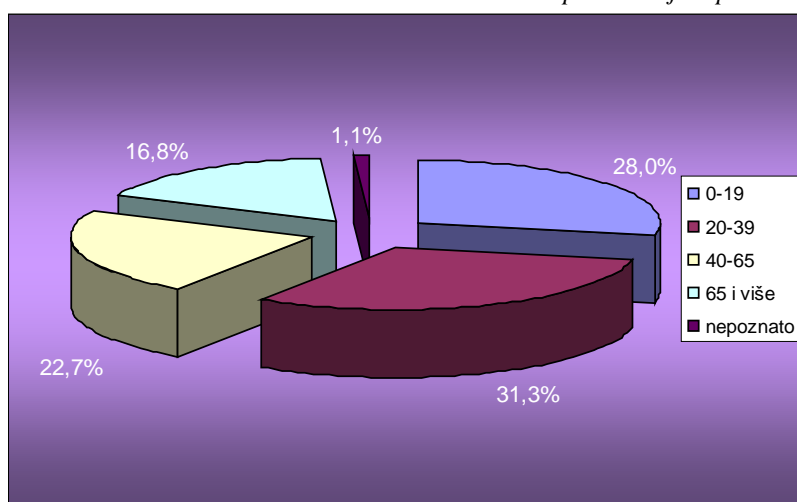
Đerdapska magistrala je trenutno veoma važan tranzitni pravac za celu opštinu, iako prolazi kroz zonu zaštite I stepena u okviru Nacionalnog parka. Putni pojas (širine 5-20 m), koji se uređuje po posebnim projektima i planovima uređenja i izgradnje pratećih sadržaja magistralnih puteva, u nadležnosti je JP „Putevi Srbije“. Preduzeće za puteve „Zaječar“ iz Zaječara, održava deonicu ovog magistralnog puta od Golupca do Kladova (granica sa Rumunijom), i deonicu magistralnog puta M25.1 od Kladova do Negotina (granica sa Bugarskom), a preduzeće za puteve „Požarevac“ održava deonicu Đerdapske magistrale od Golupca, preko Velikog Gradišta, do Požarevca. Oba preduzeća nemaju sveobuhvatan projekat uređenja ovih magistralnih puteva, ali imaju planove redovnog godišnjeg održavanja koje se odnosi na uklanjanje klizišta, odrona i redovnog održavanja puta. Ove radove odobrava i finansira JP „Putevi Srbije“, sa kojim oba preduzeća imaju ugovore. Međutim, stanje na Đerdapskoj magistrali je veoma loše – veliki je broj odrona i količina kamena na kolovozu, a česta klizišta se ne otklanjaju dovoljno brzo.

Rečni saobraćaj se odvija Dunavom, koji u dužini od 54 km teče 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, ali je nepostojanje domaće rečne flote znatno umanjilo značaj rečnog saobraćaja za opštinu i celo područje. Predviđanja su da će se stalno povećati broj pristanja stranih kruzing brodova u Donjem Milanovcu.

Železničku mrežu na teritoriji opštine Majdanpek čini pruga Beograd – Kučevo - Požarevac i železnički pravac prema Nišu, preko Bora i Zaječara. Železnicom su neposredno povezana samo četiri naselja u opštini: Debeli Lug, Vlaole, Jasikovo i Leskovo. Vazdušni saobraćaj na teritoriji opštine nije razvijen.

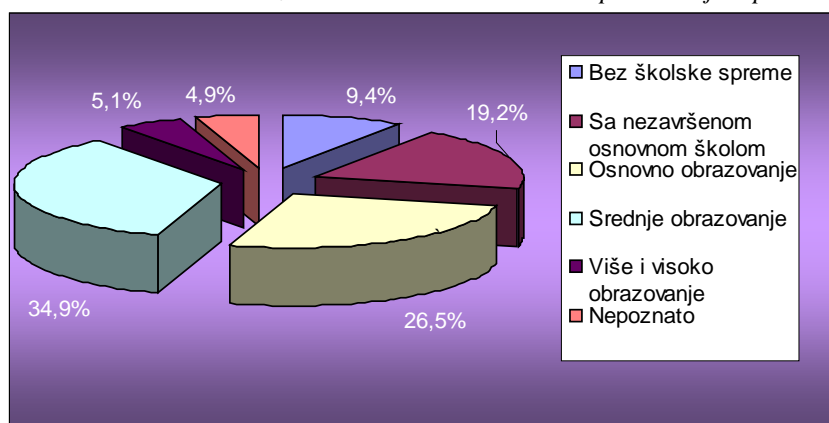
Stanovništvo

Na teritoriji opštine Majdanpek živi 23.703 stanovnika, nastanjenih u 14 naselja, od kojih su najveća Majdanpek – administrativni centar opštine sa 10.071 stanovnikom i Donji Milanovac sa 3.132 stanovnika. Pad broja stanovnika je evidentan i još je drastičniji nego u zapadnim krajevima područja „Donje Podunavlje“. U odnosu na 1991. godinu, u opštini Majdanpek danas živi 3.249 stanovnika manje. To je posledica negativnog prirodnog priraštaja koji iznosi -6,7%. Međutim, kada je reč o starosnoj strukturi, staro stanovništvo u Majdanpeku čini svega 14,1% ukupnog stanovništva opštine, što je niži procenat u odnosu na druge opštine ovog područja i republički prosek (staro stanovništvo čini 16,5% ukupnog stanovništva Srbije). Prosečna starost stanovništva opštine iznosi 39,7 godina, što je, takođe, ispod republičkog proseka (40,43 godine). Indeks starenja je ovde 86,5 (na nivou Republike on iznosi 100,3). Ukupan broj radnika na privremnom radu u inostranstvu je oko 4.000.

**Grafikon 9:** Starosna struktura stanovništva opštine Majdanpek

Izvor: Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006

U pogledu obrazovne strukture, procentualni udeo lica starijih od 15 godina sa višom i visokom stručnom spremom iznosi 5,1%, dok je udeo onih bez školske spreme 9,4%. Završenu osnovnu školu nema 19,2% stanovnika, što u celini posmatrano, predstavlja povoljniju obrazovnu strukturu u odnosu na druge opštine turističkog područja „Donje Podunavlje“.

**Grafikon 10:** Obrazovna struktura stanovništva opštine Majdanpek

Izvor: Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006

U pogledu etničke strukture stanovništva opštine Majdanpek, dominira srpsko stanovništvo sa 81.6%, a zatim slede Vlasi sa 11.9%, kao najbrojnija manjina.

### **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. Glavnu ulogu u privredi ove opštine prema učešću u novostvorenoj vrednosti ima poljoprivreda što se može sagledati iz Tabele 4.

Tabela 4. Struktura narodnog dohotka u 2005.	
Delatnost	2005
Poljop.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, durštvene i lične usluge	0,00%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

*Izvor: Opštine u Srbije 2006, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2007.*

U novostvorenoj vrednosti Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda učestvuje sa 31,33%, Trgovina na veliko i malo sa 15,15%, Vađenje rude i kamena sa 13,52%. Hoteli i restorani imaju visoko učešće od 9,91% u novostvorenoj vrednosti što je daleko više od svih posmatranih opština, a tome treba dodati i činjenicu da je posmatrani procenat potcenjen iz statističko-metodoloških razloga koji su objašnjeni u uvodnom delu. Međutim, kada se analiziraju apsolutni iznosi, može se tvrditi da turistički sektor opštine Majdanpek može da ostvari mnogo bolje rezultate uz odgovarajuća ulaganja, s obzirom na turističke potencijale ove opštine.

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 271 zaposlenih. 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 uporedi učešće pojedinih delatnosti u ukupnoj zaposlenosti i u novostvorenoj vrednosti.



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.

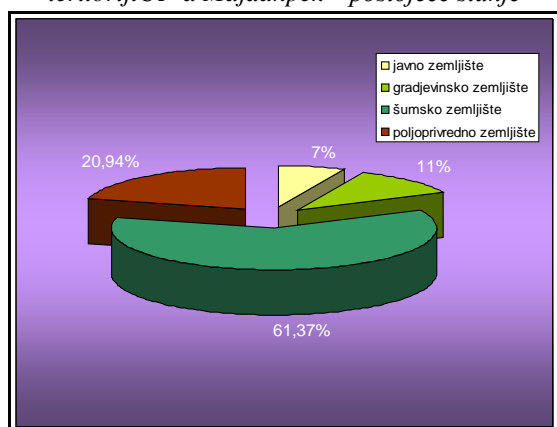
Privreda Majdanpeka ostvaruje rezultate ispod proseka Republike. Poseban problem su veliki sistemi kao što je rudnik bakra, u kojima je zaposlen veliki broj ljudi, a ne ostvaruju se dobri poslovni rezultati. Kada je u pitanju razvoj turizma, veoma je bitno da se ekološki čista područja ne ugroze, a da se ugrožena područja revitalizuju ukoliko se utvrdi da mogu da imaju značajnu turističku primenu.

### Planska analiza

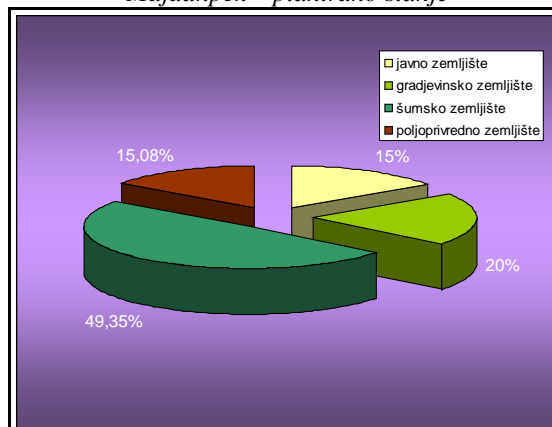
**Prostorni plan opštine Majdanpek** – plan je usvojen 1987.godine i danas se primenjuje *Odlukom o primeni urbanističkih planova* donetih do dana stupanja na snagu Zakona o planiranju i izgradnji od novembra 2003. godine. Iz ovog Prostornog plana izuzimaju se samo oni delovi koji su *Programom za izradu Generalnog plana* predviđeni za promenu namene površina, gde će važiti privremena pravila građenja za namenu koja je predviđena Programom. Međutim, postojeći Plan je prevaziđen (urađen je pre 20 godina) i neophodno je uraditi nov Prostorni plan.

**Generalni urbanistički plan Majdanpeka** – plan je usvojen 2006. godine. U okviru planskog područja, a prema postojećem stanju izdvojene su celine sa osnovnom namenom zemljišta, gde je najveći procenat odlazio na šumsko zemljište (61,37%), dok je građevinsko zemljište (javno i ostalo) zauzimalo svega 17,69% ukupne površine GUP-a<sup>10</sup>. Novim GUP-om povećane su površine za građevinsko zemljište na 35,57%, a na račun smanjivanja površina šumskog i poljoprivrednog zemljišta:

**Grafikon 11:** *Namena površina na teritoriji teritorijiUP-a Majdanpek – postojeće stanje*



**Grafikon 12:** *Namena površina na GUP-a Majdanpek – planirano stanje*



*Izvor: Generalni urbanistički plan Majdanpeka, „Direkcija za izgradnju i urbanizam Kragujevac“, 2006.*

<sup>10</sup> *Generalni urbanistički plan Majdanpeka, „Direkcija za izgradnju i urbanizam Kragujevac“, 2006.*

Ovim planom teritorija grada Majdanpeka izdvojena je na osam zona, od kojih za potrebe turizma i rekreacije treba posebno izdvojiti zone sa posebnim uslovima za uređenje i korišćenje:

- zona „Rajkovo“ - široka zona u severoistočnom delu naselja koja predstavlja zonu velikog ekološkog kapaciteta. Nalazi se severno od površinskih kopova i do nje ne dopiru zagađujući uticaji;
- zona „Ciganske livade“ - smeštena je u centralnom delu naselja i predstavlja zonu izrazite ekološke vrednosti. Ima nadvisujući položaj i planirana je kao park-šuma; i
- zona „Debeli Lug“ – nalazi se u južnom delu naselja u zoni Velikog Peka i Todorove reke. Planirana je kao zona sporta i rekreacije.

U granicama Generalnog plana nalaze se sledeća kulturna dobra, evidentirana i zaštićena prostornim planom Nacionalnog parka “Đerdap”:

- Bakarnica (topionica bakra) - nalazi se na 5 km od Majdanpeka u pravcu prema Debelom Lugu, a datira iz 1852.godine;
- Crkva sv. Nikole - predstavlja crkvu bondručara sa ispunom od opeke iz 1857. godine; i
- Ambijentalna celina u Šaškoj ulici – predstavljena rudarskim stambenim objektima iz prvog perioda razvoja Majdanpeka.

Na području plana postoje lokacije sa objektima i delatnostima koje su potencijalni izvori zagađivanja. Razmešteni su u priobaljima reka Peka i Malog Peka. Takođe, karakterističan je, narušen i degradiran pejzaž i predeoni izgled zaleđa grada, predstavljen u prvom redu površinskim kopovima rudnika bakra. Osim filtraže RBM-a, najznačajnije lokacije degradiranog prostora su: radni pogon „Simp“, skladište “Jugopetrol“, magacin sirovina i repromaterijala, servis lakih vozila, „FBC“, fabrika „Zlatara” - pogon hemije i metalurgije, deponija industrijskih sirovina, fabrika „Zlatara za ukrasne predmete”, fabrika „Zlatara Majdanpek“.

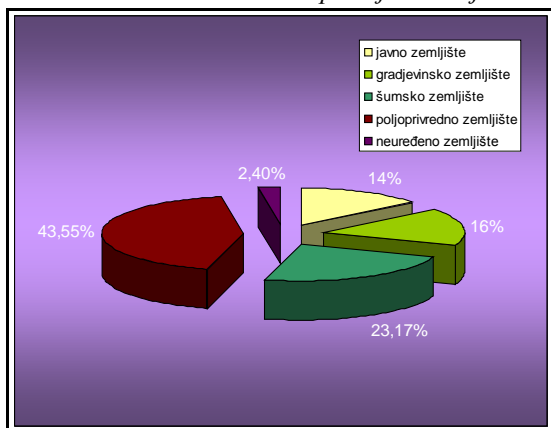


**Generalni urbanistički plan Donjeg Milanovca** – plan je donet 1996. godine, a Odlukom o primeni urbanističkih planova donetih do dana stupanja na snagu Zakona o planiranju i izgradnji od novembra 2003., Plan se prihvata u celosti („Službeni list opštine“ 13/98), osim za deo plana gde je predviđena promena namena katastarske parcele broj 2324/1, a za koju se prihvata postojeće stanje izvedenog objekta za vodosnabdevanje D.Milanovca i koje će se rešiti urbanističkim projektom. Izmene GUP-a Donji Milanovac nisu urađene, postupak tek predstoji.

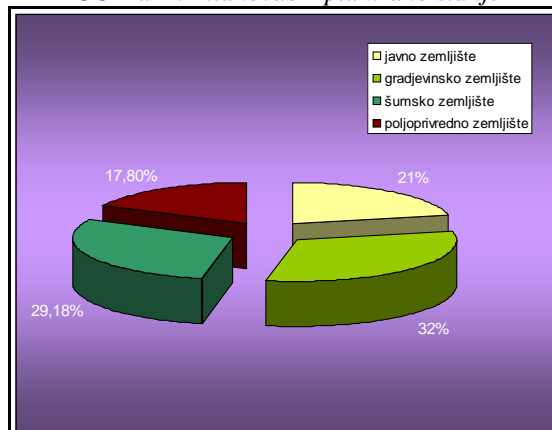
U okviru postojećeg GUP-a Donji Milanovac, a u odnosu na stanje pre donošenja GUP-a, predviđeno je značajno povećanje površina javnog i ostalog građevinskog zemljišta, odnosno u okviru toga površina za stanovanje, za trgovinu, usluge i turizam, kao i rekreativnih i sportskih površina i površina pod šumama, a na račun smanjivanja površina pod poljoprivrednim zemljištem<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Generalni urbanistički plan Donjeg Milanovca, „Energoprojekt – Urbanizam i arhitektura“, 1996.

**Grafikon 13:** Namena površina na teritoriji GUP-a D.Milanovac – postojeće stanje



**Grafikon 14:** Namena površina na teritoriji GUP-a D.Milanovac – planirano stanje



Izvor: Generalni urbanistički plan Donjeg Milanovca, „Energoprojekt – Urbanizam i arhitektura“, 1996.

Postojećim GUP-om izdvojeno je sedam funkcionalnih zona predviđenih za stanovanje, javne funkcije i industriju, kao i tri zone za turizam i rekreaciju:

- *kompleks hotela „Lepenski vir“* – zona u kojoj je predviđena dalja izgradnja i unapređenja turističkih sadržaja;
- *zona zelenila sa turističko-rekreativnim sadržajima* (postojeći sportski tereni, šumski kompleks sa mogućim vidikovcima, novi turistički sadržaji); i
- *zona užeg centra uz obalu Dunava* za koju su predviđeni stambeno-poslovni objekti sa drugim sadržajima.

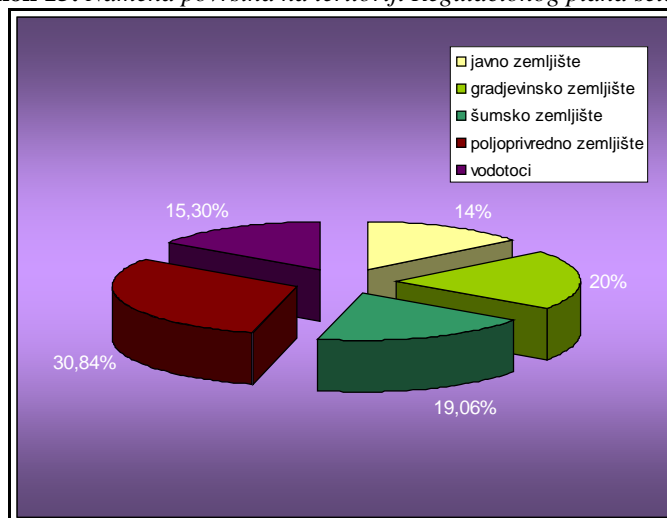
**Regulacioni plan sela Mosna** – plan je donet 2000. godine i primenom *Odluke o primeni urbanističkih planova* donetih do dana stupanja na snagu Zakona o planiranju i izgradnji od novembra 2003, prihvata se u celosti, osim za delove koji su predviđeni za promene namene površina:

- prostor predviđen za sportsko-rekreativni centar neposredno uz stočni sajam;
- potez uz regionalni put, nasuprot drvne industrije „Poreč“, od potoka Korešin do granice KO Topolnica i KO Mosna, ograničen sa severne strane ulicom, gde će se raditi detaljni planovi regulacije; i
- deo prostora oko zaštićenog dela izvorišta-naplavnog polja, gde će se raditi urbanistički projekat.

Na građevinskom području sela Mosna izdvajaju se dve osovine razvoja: Porečka reka sa Dunavcem, kao njenim proširenim ušćem u Dunav i pritokama, i druga osovina razvoja predstavlja prostor duž regionalnog puta R106 (povezuje Đerdapsku magistralu i magistralni pravac Majdanpek-Negotin). Konceptom ovog Regulacionog plana prioritet ima zaštita šumskih, poljoprivrednih i vodnih resursa<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Regulacioni plan sela Mosna, „Zavod za urbanizam i komunalnu delatnost Srbije“, 2000

Grafikon 15: Namena površina na teritoriji Regulacionog plana sela Mosne



Izvor: Regulacioni plan sela Mosna, „Zavod za urbanizam i komunalnu delatnost Srbije“, 2000.

U strukturi namene površina skoro polovinu ukupnog planskog područja čine poljoprivredne i šumske površine (49,9%), dok na građevinsko zemljište otpada 34% područja Plana. Zona industrije je smeštena na desnoj obali Porečke reke sa Dunavcem, sa rezervisanom zonom FEP-a na levoj obali reke, preko puta postojeće industrijske zone (zbog potrebe zaštite RP Mosna planirano je izmeštanje pojedinih programa „Megaplast“-a u Rudnu Glavu i susedne Boljetin i Golubinje). Zone stanovanja i tercijarnih delatnosti su se uglavnom skoncentrisale na desnu obalu Porečke reke, a Planom se predviđa i širenje ovih zona na levu obalu. Atraktivan prostor sve više postaje područje oko regionalnog puta R106, sa zonama primarnog ulaza u Nacionalni park i mogućim informativnim punktom, turističkim, komercijalnim i sportsko-rekreativnim sadržajima

**Plan detaljne regulacije arheološkog lokaliteta „Lepenski vir“** – plan je urađen i predstoji procedura njegovog donošenja.

Teritorija koju obuhvata Plan prostire se duž Dunava, u dužini od oko 1650 m i širinom od 500-200/150 m<sup>13</sup>. Magistralni put Beograd-Kladovo deli teritoriju na dve celine:

- **prvu celinu** koja se prostire duž Dunava celom dužinom planskog područja. Ona je organizovana u 14 prostornih podcelina koje pripadaju javnom građevinskom zemljištu i svaka se formira kao posebna građevinska parcela. Upravo na ovoj celini predviđeni su svi objekti lokaliteta i pratećih sadržaja: muzej „Lepenski vir“, naučno-istraživački centar sa objektima smeštaja, etno-selo i odgovarajući infrastrukturni sadržaji i objekti, pristan za manja plovila i pristan za čamce, plaža sa bazenom i restoranom, park-šumica i zaštitno zelenilo.
- **drugu celinu** predstavlja pojas zaštitnog zelenila koje se prostire zapadno od magistralnog puta. Kategorisano je u celini kao ostalo zemljište, bez podele postojećih katastarskih parcela.

<sup>13</sup> Plan detaljne regulacije područja arheološkog lokaliteta Lepenski vir u opštini Majdanpek sa elementima urbanističkog projekta, Republički zavod za zaštitu spomenika kulture – Beograd, 2007.

Ovim projektom istovremeno se obuhvata prostor ušća Boljetinske reke u Dunav i devastiran prostor napuštene betonske baze "Planum". Takođe, predviđene su mere sanacije degradiranih zona putnog pojasa u neposrednoj blizini lokaliteta.

**Detaljni urbanistički plan Fabrike bakarnih i mesinganih cevi „Čekić“ Majdanpek - Debeli Lug** - plan je donet 1974. godine i *Odlukom o primeni urbanističkih planova* donetih do dana stupanja na snagu Zakona o planiranju i izgradnji od novembra 2003. godine, plan se prihvata u celini.

### Vodosnabdevanje

Na teritoriji opštine Majdanpek postoje dva gradska centra: opštinski i administrativni centar - grad Majdanpek i najveće naselje na obali Dunava – grad Donji Milanovac. Majdanpek se vodom snabdeva sa slivnog područja Mali i Veliki Pek. Postoje dve filter stanice za fizičku i hemijsku obradu vode:

- "Pemska", kapaciteta 20 l/sec koja nema rezervoar za akumulaciju vode, pa se voda dovodi sa 4 izvorišta: reke Mali Pek, izvora Štamet (koji je gotovo presušio zbog širenja kopa rudnika bakra Majdanpek), izvora Baščau i akumulacije "Veliki Zaton" (koja je ugrožena mulj em i visokim sadržajem organskih materija u fazi raspadanja). Sa ovog vodovoda snabdeva se oko 20% grada Majdanpeka i neki industrijski objekti;
- "Nova" (zahvata količinu vode od 50 do 55 l/sec zavisno od vodostaja na reci), snabdeva se vodom pumpama, sa akumulacije "Pustinjac", koja je izgrađena na reci Veliki Pek. Ima dva rezervoara, zapremine po 500 m<sup>3</sup>. Sama akumulacija "Pustinjac" je preopterećena zasipnim materijalom (zemlja, pesak, materijal biljnog porekla), te je ugrožena velikom količinom mulja i nedopustivo visokim sadržajem organskih materija. Često pranje filtera uzrokuje zastoje u vodosnabdevanju grada. Sa ovog vodovoda snabdeva se 80% grada vodom.

Dužina vodovodne mreže novog vodovoda u Majdanpeku, odnosno dela grada koji se snabdeva iz vodozahvata "Pustinjac" je 15km, prečnika 300mm, a starog, tj. dela grada koji se snabdeva iz vodozahvata "Veliki zaton" je 2,5km prečnika 200mm.

Čišćenje jezera Veliki zaton i akumulacije „Pustinjac“ od nanetog mulja je osnovni uslov obezbeđenja sigurnog vodosnabdevanja grada. Za zaštitu izvorišta Peka, na kome se nalazi jezero „Pustinjac“ potrebno je izgraditi vodonepropusnu zavesu radi sprečavanja zagađenja rudničkim vodama.

Postojeći sistem vodosnabdevanja Donjeg Milanovca je vodozahvat „Mosna“, sa oko 20 l/sec, koji nije potrebne izdašnosti i u sušnim periodima godine nedovoljan za vodosnabdevanje Donjeg Milanovca. Zato je urađen projekat izgradnje fabrike vode u Donjem Milanovcu. Projekat je realizovan, fabrika vode je u probnom režimu rada sa kapacitetom 50 l/sec kojim bi se vodosnabdevali: Donji Milanovac, Golubinje, Mosna, Oreškovića i vikend naselja Krapačos i Obljaga Mare (atar sela Mosna).

Pripremljeni su projekti za vodosnabdevanje određenog broja sela na teritoriji opštine (Boljetin, Blizna, Rudna Glava, Debeli Lug i industrijska zona Majdanpeka)



**Kanalizacija i odlaganje otpada**

Kanalizaciona mreža je izgrađena u Majdanpeku, Donjem Milanovcu i Debelom Lugu, dok ostala seoska naselja nemaju izgrađenu kanalizacionu mrežu. Majdanpek ima delimično izgrađenu kanalizacionu mrežu (Šaška ulica u gradu nema kanalizacionu mrežu), ali je dotrajala i neophodna je njena rekonstrukcija. Fekalni kolektor nije izgrađen, pa se fekalne vode preko taložnika odvođe u reku Mali Pek. Opština Majdanpek je dobila sredstva iz NIP-a za izgradnju prostrojenja za preradu otpadnih voda na osnovu podnetog projekta. Donji Milanovac ima kanalizacioni sistem koji je u celini vezan za jednu fekalnu stanicu, sa taložnikom bez tehnološkog prečišćavanja otpadnih voda, koje se ispuštaju u Dunav. Naime, nakon poplave 1993. godine uređaj za prečišćavanje je potopljen i uništen tako da ni danas nije u funkciji. Selo Boljetin koje se nalazi u zoni stroge zaštite Nacionalnog parka ima veliki problem sa kanalizacionim otpadnim vodama jer preko 90% domaćinstava nema septičke jame i komunalne vode se izlivaju direktno u Boljetinsku reku.

Odlaganje otpada je veliki problem za celu opštinu Majdanpek. Grad Majdanpek nema dozvolu za odlaganje i deponovanje komunalnog otpada, niti postoji uređena lokacija. Donji Milanovac, takođe, nema dozvolu za odlaganje i deponovanje komunalnog otpada na postojećoj lokaciji, koja se nalazi uzvodno od Donjeg Milanovca, na samoj obali Dunava. Deponija je smeštena u putnom pojasu M25.1 – na šestom kilometru od grada prema Golupcu. Otpad se odlaže na platou dužine oko 100 m i širine oko 30 m, i prema vodenoj akvatoriji Dunava škarpa nekih 50 m. Deponija tu postoji od 1971. godine, a u toku je izrada Programa izmeštanja deponije Donji Milanovac na lokaciju „Tri štubeja“, van područja Nacionalnog parka. Cela opština Majdanpek, sa svoja oba gradska naselja, planirana je Nacionalnom strategijom upravljanja otpadom, da se priključi regionalnoj deponiji čija bi lokacija bila na teritoriji opštine Zaječar, s tim da se na teritoriji opštine Majdanpek identifikuju odgovarajuće lokacije za transfer stanice. Opština Majdanpek pripada regionu REC 10 reciklažnih centara (ne zna se tačna lokacija ovog centra), kao i regionu INS 4 insineratora komunalnog otpada.

Čini se, međutim, da je još veći problem sa pojavama „divljih“ deponija, posebno ako se ima na umu da je deo opštine Majdanpek u zoni nacionalnog parka. „Divlje“ deponije na teritoriji opštine Majdanpek evidentirane su na više lokacija: Boljetin (ulazak u selo, u kanjonu, u blizini seoskih domaćinstava), Oreškovića (na ulazu u selo, majdanpečki put – stara vozila i olupine), Donji Milanovac (u putnom pojasu M25.1 – Deverika, ulica Lepenski vir- iznad obdaništa, Paprenički potok), Mosna (u putnom pojasu – Megaplast, obalski pojas Porečke reke – pilanski otpad, obalni pojas Porečke reke – FEP, Korešenski potok, smetlišta kod vodozahvata i potoka), Golubinje (u putnom pojasu M25 – ulaz u selo, smetlišta u blizini seoskih domaćinstava), selo Miroč (na ulazu u selo – seoska deponija, u blizini seoskih domaćinstava).

**Elektroenergetska mreža, gasovod i telekomunikacije**

Postojeće trafostanice kapaciteta 110/X kV u Majdanpeku se zadržavaju u potpunosti i ne planira se njihovo proširenje. Mreža 110 kV će se graditi i eksploatirati kao zatvorena (petljasta) mreža, osim dela mreže za napajanje direktnih potrošača. Prema toj koncepciji svakoj TS 110/X kV u mreži treba da bude obezbeđeno dvostrano napajanje. Pošto uslova za instalisanje drugog transformatora u TS „Majdanpek 1“ nema, predlaže se izgradnja voda 35 kV TS 35/10 kV „Debeli Lug“-TS 110/35 kV „Majdanpek 1“. U TS 110/35 kV „Majdanpek 2“ postojeća instalisana snaga od 31,5+20 MVA zadovoljava potrebe za električnom energijom do kraja 2020. godine.

Postojeća elektroenergetska mreža Donjeg Milanovca sastoji se od jedne TS 35/10kV „Donji Milanovac“, do koje vodi dalekovod iz Majdanpeka, a gde je planirana izgradnja još jednog vazdušnog voda napona 110kV i nove TS 110/35kV „Mosna“.

Na teritoriji opštine Majdanpek ne postoji gasovodna mreža.

Postojeći sistem telefonske mreže je bio nedovoljan za područje Donjeg Milanovca, te je uradjeno proširenje i završena je izgradnja nove ATC, kao i postavljanje TT kablova. U ovoj oblasti očekuje se i uvođenje trećeg operatera, kako bi se konkurencijom sa postojećim postigli veći kapaciteti i bolji kvalitet usluga, uz povoljnije uslove za korisnike.

### 1.3.4. Opština Kladovo

Opština Kladovo nalazi se na krajnjem severoistoku Srbije, na prostoru Dunavskog Ključa, a u njegovom najvećem meandru. Osim područja Ključa, odnosno dela Vlaško-pontijske nizije, opština se u zapadnom delu prostire na brdskim terenima planine Miroč. Prirodne granice opštine Kladovo predstavljaju, sa jedne strane planine Miroč, Veliki Graben i Deli Jovan, a sa druge reka Dunav.

**Karta 11:** Geografski položaj opštine Kladovo



Izvor: [www.infoshop.org](http://www.infoshop.org)

**Karta 12:** Opština Kladovo



Izvor: Obrada sa topografskih osnova 1:300000

U administrativnom smislu, opština Kladovo se graniči sa opštinama Majdanpek na zapadu i Negotin na jugu i jugoistoku, dok reka Dunav predstavlja njenu severnu granicu i državnu granicu prema susednoj Rumuniji.

Opština Kladovo prostire se na površini od 629 km<sup>2</sup> sa srednjom gustinom naseljenosti od 23 st/km<sup>2</sup> i obuhvata 23 naselja, od kojih je Kladovo kao administrativni i privredni centar opštine najveće sa 9.142 stanovnika, a potom sledi Brza palanka kao drugo gradsko naselje u opštini sa 1.076 stanovnika.



Geografske karakteristike

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

- Donji Ključ (obuhvata 50,3% ukupne površine opštine) - predstavljaju ga: nizija Ključa, dunavske terase i aluvijalna ravan Dunava;
- Gornji Ključ (obuhvata 324 km<sup>2</sup>, odnosno 49,7% teritorije opštine) – predstavlja brdsko-planinski teren planine Miroč.

Klima opštine Kladovo je umereno-kontinentalna sa jasno izraženim godišnjim dobima i velikim temperaturnim amplitudama u toku godine (maksimalne temperature mogu se popeti i preko +35°C, a minimalne mogu pasti i ispod -15°C). Padavine su prosečne za ovaj deo Srbije (između 600 i 700 mm godišnje). Snežni pokrivač se znatno duže zadržava na brdsko-planinskom delu opštine, dok je u priobalju kratkotrajniji, najviše zbog toplotnog kapaciteta Dunava.

Najznačajnij hidrološki resurs opštine je reka Dunav, koja kroz opštinu Kladovo protiče u dužini od 91km, prolazeći kroz dve potpuno različite morfološke celine: Đerdapsku klisuru (klisure Veliki i Mali Kazan i Sipska klisura) i nizijski deo u kome je Dunav stvorio i svoj najveći meandar. Po kvalitetu vode u ovom sektoru Dunav pripadaju II klasi čistoće vode. Osim Dunava, na teritoriji opštine Kladovo treba pomenuti i druge vodotoke koje teku sa padina planinskog zaleđa i ulivaju se u Dunav (Velika reka, Podvrška reka). Nedaleko od tvrđave Fetislam nalaze se i dva jezera – jedno kupališno, a drugo retenziono koje trenutno služi kao recepijent atmosferskih voda. Na celokupnoj teritoriji opštine postoji veliki broj izvora, od kojih je jedan broj i termalnih: u dolini Površke reke izvori Banje (najperspektivniji), izvor Banjica u dolini Rečke reke i izvor Beledreje. Njihova temperatura kreće se od 17,5-19,5°C. Neka od ovih izvorišta ugrožena su lokalnim deponijama (kod Vajuge i Sipa), druga ispustima kanalizacionih sadržaja (kod Kladova i Tekije), a u zaleđu mnoga seoska izvorišta zagađena su lošom sanitacijom naselja.

U pogledu biogeografskih odlika, u opštini Kladovo dominira šumska vegetacija koja se prostire na 45% opštinske teritorije. Šumske površine dominiraju na prostoru Gornjeg Ključa, dok se u Donjem Ključu javljaju samo mestimično. Nad jednim delom opštinske teritorije uspostavljena je zona stroge zaštite pod okriljem Nacionalnog parka „Đerdap“ (KO Petrovo Selo i Tekija, polovina KO Sip i manji delovi KO Manastirica i Podvrška). Ostali deo opštine pripada zaštitnoj zoni Nacionalnog parka. Na teritoriji opštine Kladovo izvojena su dva primarna ulaza u Nacionalni park – primarni ulaz Dijana-Karataš i primarni ulaz na HE „Đerdap I“. Kao posebna predeona celina izdvojeni su Veliki i Mali Štrbac (površine 899,4 ha) - nesporno najinteresantniji deo Đerdapa i stavljeni su pod poseban režim zaštite (park prirode).

**Saobraćajni položaj opštine Kladovo**

Opština Kladovo ima izrazito periferan saobraćajni položaj u odnosu na glavne kopnene koridore u Republici, oslanjajući se na tok Dunava u dužini od 91km. Opština je od Beograda udaljena 270 km, a od Niša 200 km.

Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Kladovo iznosi 262 km, od čega je 136 km sa savremenim kolovozom. Magistralni putevi imaju dužinu od 64 km, regionalni 54 km, a lokalni 144 km, od čega oko 26,5 km lokalnih puteva ima asfaltni zastor na kolovozu, dok je oko 50 km lokalne putne mreže sa tucaničkim kolovoznim zastorom, a oko 38 km ima zemljani zastor. U najlošijem stanju su putevi koji vode ka seoskim naseljima, na većim nadmorskim visinama, gde su uglavnom nekategorisani i šumski putevi.

Najznačajni saobraćajni koridori na teritoriji opštine Kladovo su:

- magistralni put M 25.1 (Požarevac – Veliko Gradište – Golubac – Kladovo) u dužini 39,5 km prolazi kroz opštinu Kladovo. Prema GUP-u Kladova predviđa se izmeštanje ovog puta iz naselja Kladovo, odnosno izgradnja obilaznice oko Kladova, jer se trenutno celokupan tranzit obavlja kroz sam grad, što je jedan od značajnih zagađivača vazduha u Kladovu, posebno u toku zimskih meseci;
- magistralni put M 25 (Kladovo – Negotin – Zaječar – Niš) koji se na teritoriji opštine Kladovo prostire u dužini od 29,5km;
- regionalni put R 250 (Kladovo – Korbovo – Vajuga – Milutinovac) u dužini od 31,2 km na teritoriji opštine, a važan je jer povezuje naselja u istočnom delu opštine; i
- regionalni put R 104 (Kupusište – Slatina – Donji Milanovac) koji tangira granicu opštine u dužini od 1,5 km.

Jedan od problema izgradnje saobraćajnica na teritoriji opštine Kladovo jesu pojave i klizišta. Na teritoriji opštine evidentirana su klizišta: dva spojena klizišta u zoni Malog i Velikog Kazana u Đerdapskoj klisuri (najopasnija klizišta na celom toku Dunava), zona Fajfurskog potoka (oko 3 km nizvodno od klizišta u zoni Kazana), klizište u zaleđu Kladova, na lesnom odseku iznad rečne terase u zaleđu sela M.Vrbica, lesni odsek na samoj obali Dunava od V.Vrbice do nizvodnog kraja Rtkova (veliko klizište jer ograničava građenje), zaleđe Vajuge i Milutinovca, jaruge nizvodno od Vajuge čije strane su nestabilne, nizvodno od Brze Palanke i ostrva Ciganašu.

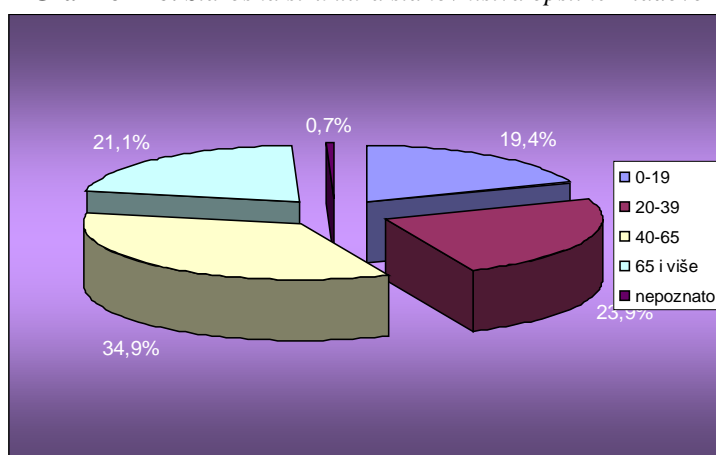
Rečni saobraćaj u opštini Kladovo nedovoljno je iskorišćen u odnosu na potencijal kojim opština raspolaže (plovni put Koridor VII). Iako su izgradnjom odgovarajućih brodskih prevodnica rešeni svi problemi plovidbe na teškom đerdapskom sektoru, posebno oni koji su ranije ograničavali plovidbu na sektoru Šipskog kanala, i dalje je domaći rečni saobraćaj skromnih razmera. Prema klasifikaciji Evropske ekonomske komisije razmatrani potez Dunava pripada VII klasi, koji podrazumeva širinu plovnog puta 180 m u pravcu, odnosno, 200 m u krivinama, pri dubini od 3,5 m u odnosu na najniži usporeni nivo. Ti uslovi su realizacijom obe stepenice u celosti ispunjeni, tako da je sada plovidba isključivo uslovljena režimom leda. Opština Kladovo ima pristane za putnički saobraćaj u Tekiji, Kladovu i Brzjoj Palanci, i pristanište za teretni saobraćaj u brodogradilištu u Kladovu.

Na području opštine Kladovo ne postoji železnička infrastruktura (pruga i objekti), niti je razvijen vazdušni saobraćaj.

**Stanovništvo**

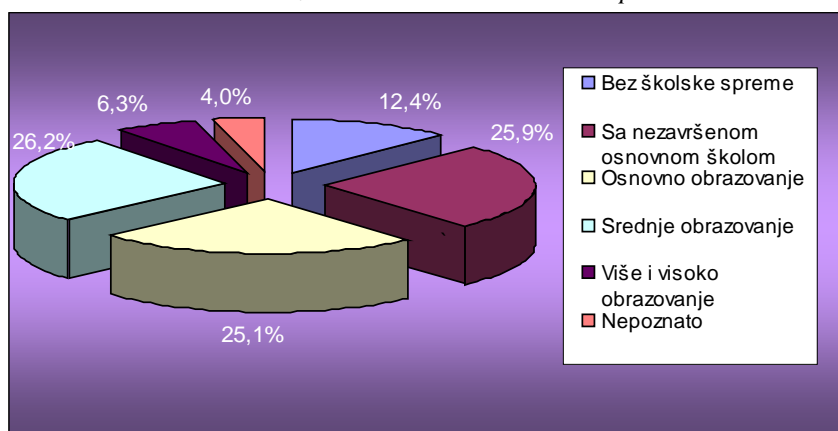
Na teritoriji opštine Kladovo živi 23.613 stanovnika prema popisu stanovništva 2002. godine. U toku jedanaestogodišnjeg međupopisnog perioda, broj stanovnika u opštini smanjio se za 3.101 lice, a po stopi prirodnog priraštaja od – 6.2‰. Proces depopulacije zahvatio je seoske sredine još od 1970. godine, kada se veliki deo radno sposobnog stanovništva i znatan deo fertilnog kontigenta žena iselio iz ruralnih područja u gradove (prvenstveno u Kladovo i Brzu Palanku), ali i u inostranstvo kao radnici na privremenom radu. Danas u inostranstvu na privremenom radu boravi 7.620 stanovnika opštine Kladovo.

Prosečna starost stanovništva opštine je 43,3 godine. U pogledu starosne strukture, stanovništvo Kladova se uklapa u opštu demografsku sliku istočne Srbije, jer ima 21.1% stanovništva starijeg od 65 godina.

**Grafikon 16: Starosna struktura stanovništva opštine Kladovo**

*Izvor: Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006*

Više i visoko obrazovano stanovništvo čini 6.3% populacije starije od 15 godina, ali je znatno veći procenat stanovnika bez školske spreme i iznosi 12.4%. Situacija u pogledu obrazovanosti je još negativnija ako se u obzir uzmu i kategorije stanovnika koje nemaju završenu osnovnu školu, a čiji je udeo u ukupnom stanovništvu starijem od 15 godina 26%.

**Grafikon 17: Obrazovna struktura stanovništva opštine Kladovo**

*Izvor: Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006*

U pogledu etničke strukture dominira stanovništvo srpske pripadnosti sa 89.5%, a od nacionalnih manjina najzastupljeniji su Vlasi sa 2.4% i Rumuni sa oko 1%

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. Glavnu ulogu u privredi Kladova ima Proizvodnja i snabdevanje električnom energijom, gasom i vodom zbog prisustva Hidroelektrane „Đerdap“. Struktura narodnog dohotka ne daje realnu sliku privredne situacije u Kladovu, s obzirom da je u 2005. delatnost Proizvodnja i snabdevanje električnom energijom, gasom i vodom ostvarila negativnu novostvorenu vrednost. .

Tabela 5. Struktura narodnog dohotka u 2005.	
Delatnost	2005
Poljop.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%
Hoteli i restorani	4,48%
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: Opštine u Srbije 2006, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2007.*

Ako se izuzme Proizvodnja i snabdevanje električnom energijom, gasom i vodom, Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda imaju najveći značaj u privredi Kladova, s obzirom da u novostvorenoj vrednosti učestvuju sa skoro 50%. Hoteli i restorani učestvuju sa 4,48% u ukupnoj novostvorenoj vrednosti, s tim što stalno treba imati u vidu da je iznos potcenjen iz statističko-metodoloških razloga koji su objašnjeni u uvodnom delu.

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 271 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.

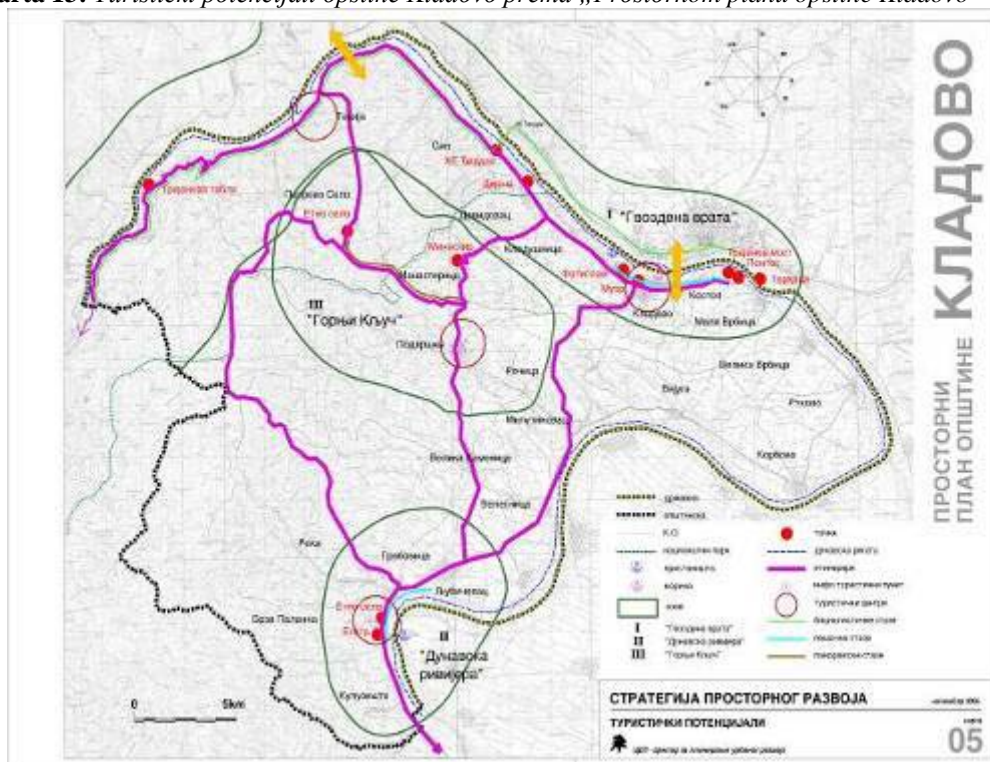
Privreda Kladova ostvaruje rezultate ispod proseka Republike i ulaganja u turizam bi mogla da podignu visinu društvenog proizvoda ove opštine, s obzirom na velike turističke potencijale koje Kladovo ima.

Planska analiza

**Prostorni plan opštine Kladovo** – plan je donet 2006. godine.

U Planu je dat pregled postojećeg stanja i smernice za razvoj i unapređenje svih prostornih sistema na teritoriji opštine, uključujući i turizam<sup>14</sup>. Izdvojena su četiri turistička centra na teritoriji opštine: Kladovo, Tekija, Brza Palanka i Petrovo Selo.

**Karta 13:** Turistički potencijali opštine Kladovo prema „Prostornom planu opštine Kladovo“



*Izvor:* Prostorni plan opštine Kladovo, AD „Centar za planiranje urbanog razvoja - CEP“, 2006.

Prostornim planom se predlaže podela teritorije opštine u tri makro-turističke zone, u okviru kojih bi se nalazile značajne turističke tačke i koje bi međusobno bile povezane linijama (turističkim itinererima) različitih sadržaja:

- **Zona 1.** – Kulturno-istorijska i prirodna zona. Obuhvatala bi atare sela Mala Vrbica i Kostol sa njihovim kulturno-istorijskim vrednostima, grad Kladovo, naselja Sip i Tekija i bila bi otvorena u pravcu NP “Đerdap”. Istovremeno bi bila i otvorena i prema rumunskoj strani, počev od ostrva Šimjan, preko grada Turnu Severin i u pravcu Nacionalnog parka “Portille de Fer” u Rumuniji. Kao ključne tačke u ovoj zoni izdvojene su vidikovci, manastiri i Trajanova tabla.
- **Zona 2.** – Sportsko-rekreativna zona. Obuhvatila bi kvalitetno priobalje u ataru naselja Brza Palanka i okolnih sela Kupusište i Grabovica, predodređeno za kupališni, sportski i nautički turizam. Ova zona bi bila predviđena za izletnički i stacionarni turizam, gde bi se gosti smeštali unutar zone, ali i van nje, u privatnom i organizovanom smeštaju. Kao ključne tačke u ovoj zoni, izdvojene su Diana, Arheološki muzej u Kladovu i Trajanov most;

<sup>14</sup> Prostorni plan opštine Kladovo, AD „Centar za planiranje urbanog razvoja - CEP“, 2006.



- **Zona 3.** – Seoska-etno zona. Zona oko naselja Podvrška, Petrovo selo, Manastirica i Reka. Ovo je područje sa ostacima tradicionalne arhitekture, folkloru i načina ishrane. Ulaganjem u obnovu ovih sela i proširenjem ponude napravila bi se autohtona i jedinstvena zona u opštini. Ovo je zona „mekog” turizma sa šetališnim i biciklističkim stazama, kao i stazama za jahanje konja. U ovoj zoni ključne tačke su plaže, etno-selo i lovni revir.

Posebno je apostrofirana potreba unapređenja saobraćajne infrastrukture sa pratećim objektima, pre svega, kapacitetima za parkiranje vozila u svim turističkim, odnosno naseljenim centrima i to u zoni: Tekije, Karataša, Podvrške, Kostola, etno sela u Brzjoj Palanci i Petrovog Sela, kao i u zoni priobalja u Brzjoj Planaci. Ovakvi kapaciteti su planirani i na pristupima zaštićenim lokalitetima. Planom je predviđena rehabilitacija i izgradnja pristaništa, kao i rehabilitacija marine u Kladovu.

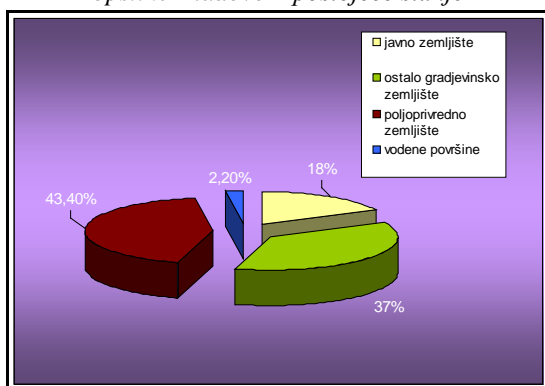
Predmetnim Planom se predlaže izgradnja sledećih panoramskih staza: u pojasu između Dunava i puta M25 u zoni od Brze Palanke do Grabovice, tzv. "Dunavska rivijera", zatim u pojasu između puta R 250 i Dunava, u zoni od Fetislama u Kladovu do Kostola i panoramska staza od Podvrške do Petrovog sela.

**Generalni urbanistički plan Kladova** - plan je usvojen 2005.godine.

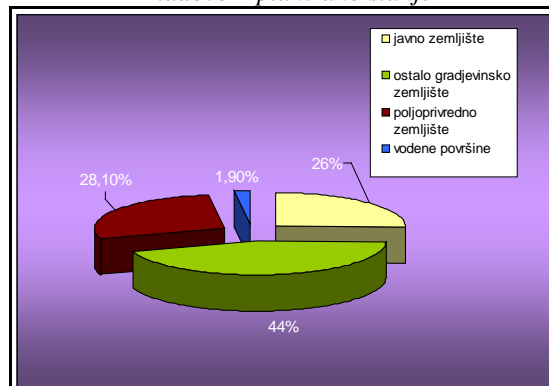
Generalni urbanistički plan Kladovo predvideo je povećanje površina pod javnim i ostalim građevinskim zemljištem, a smanjenje poljoprivrednih površina u odnosu na prethodno stanje<sup>15</sup>. U prostoru plana definisano je 12 prostornih zona.

Posebno interesantna je zona *Centar grad*, koja zauzima površinu od 30 ha i u kojoj su smeštene skoro sve gradske funkcije, a jednim delom se oslanja na Dunav. Ovo je karakteristična prostorno, istorijsko-ambijentalna celina, stare gradske čaršije, sa očuvanim izgledom zgrada iz XIX veka, od kojih su mnoge pod zaštitom države.

**Grafikon 18:** Namena površina na teritoriji opštine Kladovo – postojeće stanje



**Grafikon 19:** Namena površina na teritoriji opštine Kladovo – planirano stanje



*Izvor:* Generalni urbanistički plan, AD „Centar za planiranje urbanog razvoja - CEP“, 2005

U okviru planiranja identifikovani su prostori pod I zonom konzervacije: stari grad Fetislam i staro gradsko jezgro oko Ulice kralja Aleksandra, kao i pojedinačni objekti predviđeni za zaštitu: parohijska crkva posveća sv.Đorđu, spomenici borcima u I i II svetskom ratu, vila „Ruža“ na keju pored Dunava iz 1934. godine, kao i arheološko nalazište Donja Butorka.

<sup>15</sup> Generalni urbanistički plan Kladova, AD „Centar za planiranje urbanog razvoja - CEP“, 2005.



**Plan detaljne regulacije zone „Jugovo“ u Kladovu** – u toku je izrada ovog regulacionog plana. Jugovo predstavlja rezervu prostora u okviru građevinskog zemljišta koje je komunalno opremljeno, a neizgrađeno. Planom predviđene namene vašarišta i buvlje pijace sprečavaju gradnju na ovom prostoru.

**Plan detaljne regulacije sportsko-rekreativne zone u Kladovu** – u toku je izrada ovog plana. Reč je o prostoru koji se nalazi u blizini tvrđave Fetislam, a oko dva jezera (kupališnog i retenzionog). Struktura vlasništva prostora za koji se Plan radi je mešovita, sa malim udelom opštine u vlasničkoj strukturi i znatnim udelom HE „Đerdap I“ i privatne svojine. Ovaj prostor je zamišljen kao „zelena pluća“ grada, a sada je neuređen, zapušten, go i neprijatan za boravak. Osnovna namena sporta i rekreacije i dalje se planira, uz obogaćivanje sadržaja, ozelenjavanje i komunalno uređenje (popravljanje kvaliteta vode u jezerima). Procenat izgrađenosti na celoj površini zone ne sme preći 25%.

### **Vodosnadbevanje**

Vodovodni sistemi većine naselja na području opštine Kladovo izgrađeni su ili potpuno obnovljeni i rekonstruisani tokom realizacije HE „Đerdap I“ i HE „Đerdap II“, a u okviru projekta zaštite i uređenja priobalja.

Snabdevanje pitkom vodom grada Kladova i okolnih naselja (Kostol i Kladašnica) usmereno je ka izvorištu „Carina“. Lokacija izvorišta „Carina“ nalazi se zapadno od Kladova, pored puta Tekija- Kladovo, na površini od oko 25 ha. Sa severne strane izvorište je ograničeno industrijskom zonom i Dunavom. Kaptazne objekte čine bušeni bunari i to: četiri plitka bušena bunara kapaciteta 25 lit/s po bunaru i pet dubokih bušenih bunara (arterski) čiji je ukupan kapacitet 60 lit/s, a koji uglavnom nisu u eksploataciji zbog zastarelosti i povećanog sadržaja fluora. Izdašnost izvorišta „Carina“ u toku godine je ujednačena i iznosi oko 160 lit/s.

Opština Kladovo nema sistem za snabdevanje tehničkom vodom.

Generalni problemi vodosnadbevanja Kladova treba biti rešen izgradnjom novog izvorišta „Pesak“, kapaciteta oko 200 lit/s. U toku su izgradnje sistema za snabdevanje vodom naselja Podvrška i Velika Kamenica. U selu Reka realizuje se pogon za flaširanje i komercijalnu upotrebu kvalitetne oligomineralne vode.

### **Kanalizacija i odlaganje otpada**

Kanalizacija Kladova i više drugih naselja u opštini realizovana je u okviru projekta uređenja priobalja, tokom realizacije HE „Đerdap I“ i HE „Đerdap II“. Problem sa tim sistemima, izvedenim u vidu separacionih sistema, najčešće je u tome što nisu realizovani u celosti (kanalizacijom nisu obuhvaćena cela naselja, nisu realizovana ili nisu završena PPOV – postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda, a neki ispusti u Dunav ugrožavaju obližnja izvorišta – slučaj Tekije). Potpuno obuhvat kanalizacijom za otpadne vode imaju naselja: Kladovo, Kostol, Brza Palanka, Vajuga, Grabovica i Ljubičevac. Pokrivenost gradskog područja kanizacionom mrežom iznosi oko 80%, dok je preostalih 20% rešeno septičkim jamama. Postrojenje za prečišćavanje otpadnih voda projektovano je 80-tih godina kada je i počela realizacija glavnih objekata i ono se nalazi u završnoj fazi opremanja, ali još nije pušteno u rad. Trenutno se fekalna kanalizacija naselja, preko havarijskog ispusta u nedovršenom postrojenju direktno upušta u Dunav. U Brznoj Palanci postoji kanizaciona mreža kojom se otpadne vode gravitaciono dovode do fekalne crpne stanice, odakle se prepumpavaju do uređaja za prečišćavanje. Preko preliva istaložene vode se ispuštaju u Grobljanski potok koji se uliva u Dunav.

Otpad se u opštini Kladovo odlaže na privremenom neuređenom smetlištu „Islam“, koje se nalazi na 8km od Kladova, a u blizini sela Milutinovac. Urađeni su projekti sanacije ovog smetlišta 2005. godine u saradnji sa Ministarstvom za nauku i životnu sredinu Republike Srbije. Izrađen je 1999. godine i Urbanistički projekat i projektna dokumentacija za izgradnju deponije čvrstog otpada za grad Kladovo, na lokaciji „Jakomir-B“ (jugozapadno od centra grada oko 4.5km vazdušne linije, odnosno 5.5km putem Kladovo-Zaječar). Ova deponija nije izgrađena, a u svetlu potpisivanja *Sporazuma o međusobnoj sradnji za regionalnu deponiju za komunalni otpad*, koja će biti smeštena na teritoriji opštine Zaječar, predlaže se na pomenutoj lokaciji izgradnja transfer stanice.

„Divlje“ deponije su registrovane u: Tekiji (na ulazu u Tekiju – zaliv Fajfurskog potoka, iza autobuske stanice u selu, u zalivu – kod marine na Dunavu, u zalivu Kovilovskog potoka, duž sporednih puteva, seoska deponija u putnom pojasu M25 – Suva reka), Petrovom selu (pored puta prema Kosovici, kod MZV Kraku Balta, kod centra za obuku Žandarmerije, smetlišta pored sporednih puteva) i Sipu (u putnom pojasu kod Karataša, duž sporednih puteva - Kašajan).

### **Elektroenergetska mreža, gasovod i telekomunikacije**

Na teritoriji opštine Kladovo nalaze se dve velike hidroelektrane: HE „Đerdap I“ i HE „Đerdap II“. HE „Đerdap I“ je instalirane snage 1230 MW, a razmatra se i mogućnost promene uspora čime bi se povećale proizvodne mogućnosti elektrane i istovremeno zaštitilo priobalje. Na drugoj HE „Đerdap II“ već se rade rešenja unapređenja proizvodnje električne energije. Planirana je izgradnja male hidroelektrane „Velika Kamenica“ na Kameničkoj reci (Velika reka), 3 km uzvodno od sela Velika Kamenica. Prenos električne energije obavlja se moćnim prenosnim sistemima, dalekovodima: DV 400 kV br 401/2 Drmno – Đerdap 1, DV 400 kV br 402 Bor 2 – Đerdap 1 i DV 110 kV br.1186 „Đerdap II“ – Sip. Snabdevanje električnom energijom opštine Kladovo vrši se preko prenosnog sistema EPS-a dalekovodima od Đerdapskih hidroelektrana, koji objedinjen u elektroenergetski sistem Republike. Održavanje i razvoj prenosnih sistema obavlja "Elektrotimok" sa sedištem u Zaječaru, prenosno-distributivnu elektro mrežu za potrebe funkcionisanja naselja i privrede Opštine, održava i razvija "Elektrodistribucija Kladovo" sa sedištem u Kladovu.

Naselja opštine Kladovo nisu povezana u gasovodnu mrežu Republike, ali se mogućnost vidi u izgradnji planiranog dovodno-razvodnog gasovoda iz pravca Niš-Zaječar-Prahovo do Kladova.

Trenutno stanje telekomunikacija, pre svega, kada je reč o fiksnoj telefoniji, je nezadovoljavajuće zbog ograničenosti kapaciteta i nedovoljnog broja priključaka. Dalje aktivnosti u ovoj oblasti su fokusirane na: transformaciju i modernizaciju postojećih PTT jedinica, izgradnju mreže digitalnih ATC, razvoj telematskih ponuda, širenje mreže optičkih kablova i kompletno i kvalitetno pokrivanje teritorije opštine. U razvojnoj koncepciji telekomunikacija ugrađene su postojeće i planirane lokacije operatera mobilne telefonije ("Telekom Srbija" i „Telenor“) iz njihovih razvojnih planova. "Telekom Srbija" na teritoriji opštine Kladovo ima 5 baznih stanica u radu, a do kraja 2008. godine se planira postavljanje još 14 baznih stanica, čija je pozicija približno prostorno određena. „Telenor" na teritoriji opštine Kladovo ima 7 baznih stanica u radu, a perspektivno se planira postavljanje još 19 baznih stanica, čija je pozicija približno prostorno određena. Telenor" ima koridore 6 radio-relejnih (RR) veza koje se u potpunosti ili delimično prostiru preko područja opštine Kladovo.

### 1.3.5. Opština Negotin

Opština Negotin nalazi se u istočnoj Srbiji i zauzima centralnu poziciju u geografskoj regiji Negotinska krajina. Opština se prostire između tokova Dunava i Timoka na severu i istoku, kao i planina Deli Jovan i Veliki Greben na zapadu.

**Karta 14:** Geografski položaj opštine Negotin



Izvor: [www.infoshop.org](http://www.infoshop.org)

**Karta 15:** Opština Negotin



Izvor: Obrada sa topografskih osnova 1:300000

U administrativnom smislu opština Negotin graniči se sa opštinom Kladovo na severu, opštinama Majdanpek i Bor na zapadu i opštinom Zaječar na jugu. Istočnu granicu opštine predstavlja državna granica sa Rumunijom, odnosno Bugarskom.

Površina opštine Negotin iznosi 1089 km<sup>2</sup> sa prosečnom gustinom naseljenosti od 39 st/km<sup>2</sup>, raspoređenih u 39 naselja, od kojih je grad Negotin, administrativni, privredni i kulturni centar opštine, najveći sa 17.758 stanovnika.

#### Geografske karakteristike

Opština Negotin je pretežno brdsko-planinskog reljefa, blago zatalasanih pobrđa koja se na zapadu uzdižu u venac Deli Jovana i Velikog Grabena, a na istoku prelaze u ravnice Vlaško-pontijske nizije. Najznačajni geomorfološki oblici su:

- planine koje opštinu zagrađuju sa zapada – Veliki Greben (656 m nv) i Deli Jovan (1136 m nv);
- rečne doline - kanjon reke Vratne (dužine 5 km), kanjon reke Zamne, široka dolina donjeg Timoka (ušće Timoka u Dunav je najniža tačka na teritoriji Srbije i iznosi 28 m nv);
- prerasti – tri kamena mosta na rečici Vratni, u blizini manastira Vratna, na oko 30 km od grada Negotina (Velika prerast, Mala prerast i Suva prerast) i jedan kameni most u dolini reke Zamne;
- kraški oblici reljefa: Dudićeva pećina - između sela Plavne i Štubika (dužine 1458 m), Rajska pećina – u dolini reke Zamne, na oko 2 km od sela Plavna (početni stadijum stvaranja prerasti), jama Rusman kod Popovice - nekadašnje rudarsko okno;

- pešćara - duž obale Dunava pruža se Radujevačka pešćara (dužine 3 km i širine 800 m), danas u potpunosti stabilizovanog peska bagremovom šumom i vinogradima. Na tom potezu postoji nekoliko pogodnih mesta za uređenje plaža: kod Radujevca, Prahova, u Kusjaku i Mihajlovcu.

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  $+40^{\circ}\text{C}$ ). Period sa temperaturom iznad  $15^{\circ}\text{C}$  traje 148 dana. Negotinska krajina inače ima najveći broj vedrih dana u Srbiji, dok se sneg u ovom području zadržava prosečno 50 dana u nižim i 60 dana u višim predelima. Maksimum padavina je krajem proleća, a minimum padavina u augustu, pri čemu je prosečna godišnja količina padavina 637 mm.

Dunav je, svakako, najznačajniji vodotok na teritoriji opštine, pogodan za plovidbu i mnogo veću eksploataciju u saobraćajnom i turističkom smislu nego što je to danas slučaj. Izgradnjom HE „Đerdap I“ i „Đerdap II“ u potpunosti je promenjen hidrološki i biološki režim Dunava, te je nekadašnje čuveno ribolovno područje na morunu i jesetru uništeno. Hidrološku mrežu opštine Negotin, osim Dunava, čine još i:

- *reka Timok* - kod Radujevca se uliva u Dunav i predstavlja jednu od većih pritoka Dunava u Srbiji, ali i jedan od njegovih većih zagađivača jer vodama Vražogrnacke (Borske) reke, koja je pritoka Timoka, Timok biva s vremenom na vreme potpuno zagađen vodotok (III ili IV klasa);
- *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 je jednim delom kanjonskog tipa sa pojavama kraškog reljefa;
- *Sikolska reka* - interesantna po vodopadu i živopisnom jezeru koje je stvorila u blizini sela Mokranje, južno od Negotina; i
- *Jasenička reka* - pritoka Dunava, dužine 40 km, uliva se u Dunav 1 km uzvodnije od ušća Timoka.

Kada je reč o biljnom i životinjskom svetu, iako se na teritoriji opštine Negotin ne prostire NP „Đerdap“, znatan deo opštine pripada njegovoj zaštitnoj zoni, u okviru koje se izdvajaju posebne prirodne celine, specifične flore i faune:

- *Rezervat prirode „Bukovo“* - nalazi se na istoimenom brdu, nedaleko od grada Negotina, predstavljen predeonom celinom park-šume (inverzne bukove zajednice koje rastu na visinama nižim od 200m, netipičnim za bukvu i zajednice hrastovih šuma);
- *Park šuma „Bratujevački lipar“* - nalazi se između Negotina i sela Rečke, karakterističan po velikoj koncentraciji drveta lipe; i
- Predeona celina sa očuvanom i retkom florom i faunom „Ušće Timoka u Dunav“.



**Saobraćajni položaj opštine Negotin**

Opština Negotin prostire se duž Dunava i udaljena je od Beograda 240 km, a od Niša 140 km. Ovo je pogranična opština prema susednim zemljama - Rumuniji i Bugarskoj, a reka Dunav u svom toku kroz opštinu Negotin predstavlja ujedno i državnu granicu prema Rumuniji.

Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Negotin iznosi 444 km, od čega je pod savremenim kolovozom 343 km. Magistralnim putevima pripada 89 km, regionalnim 134 km, a lokalnoj mreži puteva 221 km. Glavni magistralni put koji ovu opštinu povezuje sa ostatkom zemlje jeste M25.1 (Beograd - Kladovo), sa kojim je Negotin povezan regionalnom saobraćajnicom Kladovo – Negotin – Zaječar - Niš. Za ovo područje važan je i Koridor X (Beograd - Niš), od koga se kod Paraćina odvaja regionalni krak Paraćin – Zaječar - Negotin. Drugi magistralni put od značaja za saobraćajno povezivanje opštine Negotin je put M24, koji polaza od Bregova na bugarsko-srpskoj granici i preko Kobršnice, Negotina i Štubika predstavlja vezu sa Požarevcem, odnosno Beogradom. Regionalna putna mreža je značajna sa stanovišta dopune magistralne mreže u pogledu prihvatanja saobraćajnih tokova, značajnih za opštinu i šire područje. Ovu mrežu sačinjavaju današnji putevi II i III reda.

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

Opština Negotin se svojim istočnim delovima oslanja na plovni put - Koridor VII, reku Dunav, na kojoj danas postoji jedna teretna luka u Prahovu i jedno privezište u Novom Mihajlovcu. Duž ovog rečnog puta, kada je reč o turističkim linijama, plove trenutno samo strani turistički kruzing brodovi.

Vazdušni saobraćaj na teritoriji opštine nije razvijen, a najbliži aerodrom Negotinu je aerodrom „Konstantin“ u Nišu na 140 km udaljenosti, do koga se dolazi putnim pravcem Negotin – Zaječar – Svrlijig - Niš.

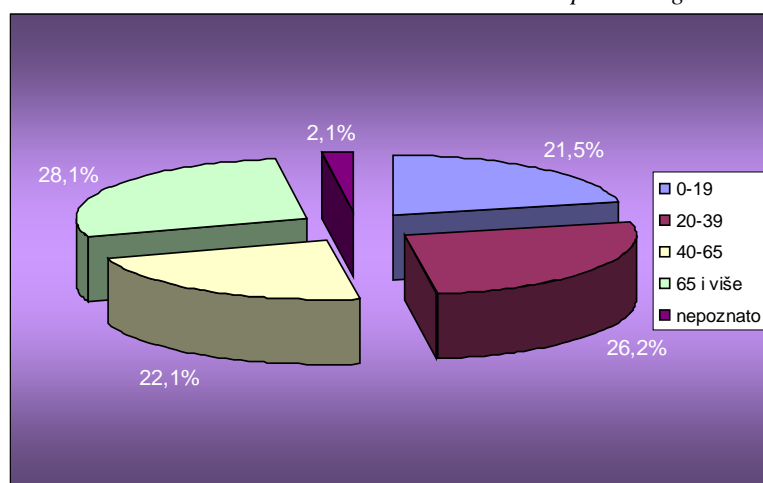
Planskim dokumentima i programima razvoja opravdano je planirano dalje unapređivanje saobraćajne infrastrukture, posebno drumskih saobraćajnica:

- izgradnja zaobilaznice oko Negotina na trasi „Vražije bare-Mokranje“ uz unapređenje infrastrukture na graničnom prelazu Mokranje, čime bi se grad oslobodio intenzivnog i ekološki često veoma opasnog, tranzitnog saobraćaja, a istovremeno bi bila ostvarena bolja privredna i saobraćajna povezanost opštine Negotin i cele istočne Srbije sa Bugarskom i istočno-evropskim saobraćajnicama (povezivanje sa započetim mostom, Kalafat-Vidin između Rumunije i Bugarske);
- aktiviranje graničnog prelaza na HE „Đerdap 2-Kusijak“; i
- povezivanje železničke mreže opštine Negotin, a time i železnica Srbije, sa železničkim mrežama Rumunije i Bugarske.

**Stanovništvo**

Na teritoriji opštine živi 43.418 stanovnika, razmeštenih u 39 naselja. Opština Negotin ima najdrastičniji pad broja stanovnika u odnosu na popisnu 1991. godinu, kada je reč o ovom delu Srbije. Sada u ovoj opštini živi za 6.721 stanovnika manje nego 1991. godine. Prirodni priraštaj je negativan i ima vrednost –9,7%. Ovakv drastičan pad broja stanovnika odrazio se i na njegovu starosnu strukturu, gde je udeo starog stanovništva u ukupnom 28,1%.

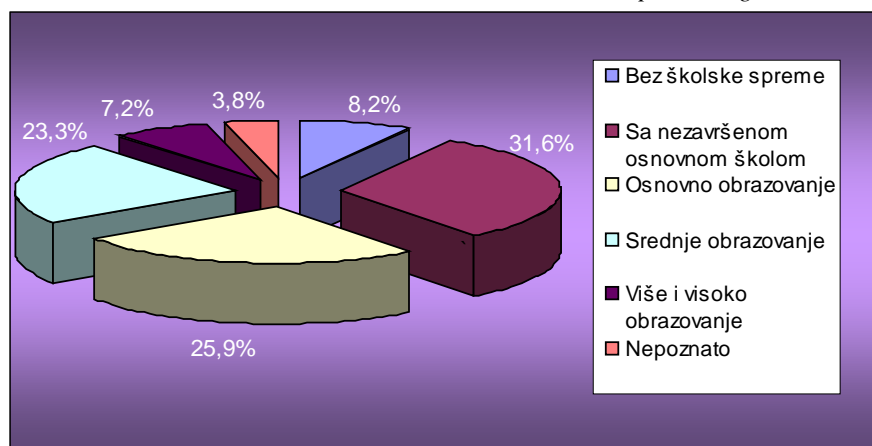
**Grafikon 20:** Starosna struktura stanovništva opštine Negotin



*Izvor:* Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006

Opština Negotin ima najstariju populaciju jer prosečna starost njenog stanovništva iznosi 44,1 godinu, a indeks starenja 152,3. Ovako lošoj demografskoj slici opštine doprinela su i velika migratorna strujanja prema zemljama Zapadne Evrope od 70-ih godina XX veka, pri čemu odlazi stanovništvo iz kategorije mladog i mlađeg srednjedobnog stanovništva. Danas se na privremenom radu u inostranstvu nalazi 14.500 stanovnika<sup>16</sup>.

**Grafikon 21:** Obrazovna struktura stanovništva opštine Negotin



*Izvor:* Opštine u Srbije 2005, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2006

U pogledu obrazovne strukture, opština Negotin sledi trend čitavog područja. Nešto je veći procenat visokobrazovanih u odnosu na druge opštine „Donjeg Podunavlja“ i iznosi 7,2% populacije iznad 15 godina stosti. Međutim, udeo stanovnika starijih od 15 godina bez školske spreme iznosi 8,2%, dok je onih bez završene osnovne škole 31,6%. U pogledu etničke strukture stanovništva opštine Negotin, dominiraju pripadnici srpske nacionalnosti sa 88,1%, dok su među pripadnicima drugih nacionalnosti najbrojniji Vlasi.

<sup>16</sup> Metodologija popisa stanovništva 2002.godine je posebno popisivala radnike na privremenom radu u inostranstvu.



**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. Glavnu ulogu u privredi Negotina ima Poljoprivreda što se može sagledati iz Tabele 6.

Tabela 6. Struktura narodnog dohotka u 2005.	
Delatnost	2005
Poljop.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%
Hoteli i restorani	3,52%
Saobraćaj, skladištenje i veze	8,68%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	1,09%
Zdravstveni i socijalni rad	0,22%
Druge komunalne, društvene i lične usluge	0,00%
<b>Ukupno</b>	<b>100,00%</b>

*Izvor: Opštine u Srbije 2006, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2007.*

Kada se izuzme negativni uticaj delatnosti Proizvodnja i snabdevanje električnom energijom, gasom i vodom, u novostvorenoj vrednosti Poljoprivreda, lov, šumarstvo i vodoprivreda učestvuje sa 63,67%, a Trgovina na veliko i malo sa 13,47%. Međutim, značajnu ulogu u privredi ima i proizvodnja električne energije. Hoteli i restorani učestvuju sa 3,52%, s tim što treba imati u vidu da je iznos potcenjen iz statističko-metodoloških razloga koji su objašnjeni u uvodnom delu.

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 271 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.

Privreda Negotina ostvaruje rezultate ispod proseka Republike i u velikoj meri se bazira na poljoprivredi. Turizam bi trebalo da ima mnogo veći značaj u privredi Negotina, ukoliko se adekvatno iskoriste postojeći resursi.

Planska analiza

**Prostorni plan opštine Negotin** – opština Negotin nije donela Prostorni plan opštine u roku predviđenom Zakonom o planiranju i izgradnji („Službeni glasnik RS“, br.47/03 i 34/06), a pripreme za njegovu izradu su u toku.

**Generalni urbanistički plan Negotina** – plan je delimično na snazi (“Službeni list opština”, br 6/80 i 15/91) do donošenja novog planskog dokumenta (Odluka o određivanju delova urbanističkog plana koji se mogu primenjivati po odredbama Zakona o planiranju iz 2003. godine). Navedeni plan se primenjuje osim u delu namene površine za zone:

- zaštitnog zelenila;
- industrijsku zonu Radujevački put koja nije realizovana;
- kolektivnog stanovanja između ulica JNA, Karapandžine, 12.septembar i Stefanije Mihajlović koja nije realizovana; i
- kolektivnog stanovanja kombinovana sa javnim funkcijama između ulica Age Rogožinarević, Stefanije Mihajlović, Cerske i Srbe Jovanovnića koja nije realizovana.

Regulisano je da se, na svim objektima koji se nalaze u zonama ambijentalnih celina ili su objekti spomenika kulture do donošenja urbanističkog plana, odnosno prostornog plana opštine, mogu izvoditi samo radovi na rekonstrukciji, adaptaciji i sanaciji. Pre pristupanja izvođenju ovih radova moraju se izraditi konzervatorski i drugi uslovi, odnosno pribaviti mišljenje nadležnog Zavoda za zaštitu spomenika kulture.

**Generalni plan mreže infrastrukture za navodnjavanje Negotinske nizije** – plan je donet 1998. godine („Službeni list opština“ broj 10/98) i *Odlukom o privremenim pravilima građenja* u celini se primenjuje.

**Regulacioni planovi** za: delove naselja ili naselja u gradu Negotinu i za Rekreacioni centar sa park šumom u Negotinu, se *Odlukom o privremenim pravilima građenja* u potpunosti primenjuju.

**Detaljni urbanistički planovi** za delove naselja ili naselja u okviru grada Negotina se *Odlukom o privremenim pravilima građenja* primenjuju u celini sa izuzetkom onih delova koji do sada nisu realizovani, a predviđeni su datim planskim dokumentima ili onih planova za delove grada Negotina za koje je Opština pripremila rad na novoj planskoj dokumentaciji.

**Uredajna osnova turističko rekreativnog centra „Stevanske livade“** („Službeni list opština“ broj 23/81) se *Odlukom o privremenim pravilima građenja* primenjuje u celini, osim plana parcelacije. Ovim dokumentom predviđena je namena površina, uređenje i rezervacija prostora za izgradnju turističkih sadržaja.

Vodosnabdevanje

U opštini Negotin su na sistem vodosnabdevanja priključeni grad Negotin i naselja: Prahovo, Dušanovac, Miloševo i Samarinovac. Izvorišta čine:

- Konače (kod Samarinovca)– rečni bunar, kapaciteta 70 lit/s,
- Barbaroš (kod Dušanovca) – rečni bunar, kapaciteta 43 lit/s,
- Vrelo (u Badnjevu) – rečni bunar, kapaciteta 8 lit/s,
- Hladnjača (prema Kobišnici) – rečni bunar, kapaciteta 15 lit/s.

Izdašnost izvora je veoma promenljiva. Nedostatak vode se redovno javlja u letnjem periodu. Sa druge strane, seoska izvorišta, kaptaže i vodovodi su izgrađeni sa nepotpunom tehničkom dokumentacijom, njima upravljaju lokalne zajednice, neredovno se održavaju i ne poseduju stanice za hlorisanje.

Opština Negotin nema sistem za snabdevanje tehničkom vodom.

Osnovne aktivnosti u opštini Negotin u budućnosti biće usmerene na obezbeđenju zdravstveno ispravne vode za piće u selima u dolini Timoka. Kratkoročne aktivnosti biće usmerene na obezbeđenju hlorinatora za seoske vodovode.

### **Kanalizacija i odlaganje otpada**

Organizovano prikupljanje i odvođenje komunalnih otpadnih voda kanalizacionom mrežom postoji samo u jednom delu grada Negotina. Izgradnja kanalizacionog sistema nije pratila razvoj grada tako da se u pojedinim delovima grada prikupljanje otpadnih voda rešava individualnim vodopropusnim septičkim jamama. Na teritoriji opštine Negotin postoji oko 5000 septičkih jama, od čega je 2000 u gradu. U Negotinu je izgrađeno postrojenje za prečišćavanje otpadnih voda kapaciteta 5000 m<sup>3</sup> na dan, ali ono ne funkcioniše jer nema dovoljno finansijskih sredstava za njegovo održavanje i rad, tako da se otpadne vode nakon grubog tretmana ispuštaju u melioracioni kanal, u Timok i u Dunav. Nažalost, ovo nije jedini zagađivač Dunava, jer je najveći i kontinuirani zagađivač reke IHP „Prahovo”.

Planirana je izgradnja kanalizacione mreže u Starom Mihajlovcu i kanalizacione mreže i fabrike otpadnih voda u Prahovu, za šta trenutno postoji urađena projektna dokumentacija.

Program sanacije i rekultivacije sadašnje deponije grada Negotin je urađen (locirana je na Radujevačkom putu), ali će se realizaciji pristupiti u sklopu projekta izgradnje regionalne deponije i donošenja planskih dokumenata u oblasti upravljanja komunalnim otpadom. Lokacija regionalne deponije kojoj bi gravitirala opština Negotin još uvek nije usaglašena (proces je u fazi usaglašavanja između 8 opština borskog i zaječarskog okruga), ali je najverovatnija opcija teritorija opštine Zaječar, dok će se u opštini Negotin otvoriti samo transfer stanica. „Divlje“ deponije u opštini Negotin su popisane i ima ih blizu 40 (od toga 18 u samom gradu). Trenutno se problem „divljih deponija“ rešava od slučaja do slučaja i ne postoji trajno rešenje.

Veliki problem je i odlaganje otpada iz IHP „Prahovo“, koji trenutno vrši odlaganje piritne izgotetine u neposrednoj blizini naselja i industrijskog postrojenja. Odatle se često podižu oblaci prašine, pomešane sa gasovima fluora i amonijaka iz susedne industrije, koji nošeni vetrom stižu do okolnih seoskih naselja i grada Negotina.

### **Elektroenergetska mreža, gasovod i telekomunikacije**

Iako je stepen elektrifikacije na teritoriji opštine Negotin na visokom nivou treba istaći da elektro-energetskom sistemu problem predstavljaju loša prenosna i distributivna infrastruktura, posebno u ruralnim krajevima što otežava njihovo snabdevanje.

Snabdevanje gasom ne postoji nigde na teritoriji opštine, ali je predviđena izgradnja magistralnog gasovoda Dimitrovgrad – Niš - Pojate sa vezom Niš – Zaječar – Bor - Prahovo, jer postojeći gasovod Beograd-Pojate ne raspolaže više sa tehničkim mogućnostima daljeg proširivanja u pravcu Bora.

Telekomunikacioni saobraćaj ne zadovoljava potrebe naselja opštine Negotin, pa je potrebno povećati pokrivenost i proširiti kapacitete, modernizovati opremu, omogućiti priključke svim zainteresovanim domaćinstvima. Na teritoriji opštine postoje dva operatera mobilne telefonije: „Telenor“ i „Telekom“, a očekuje se početak rada trećeg.



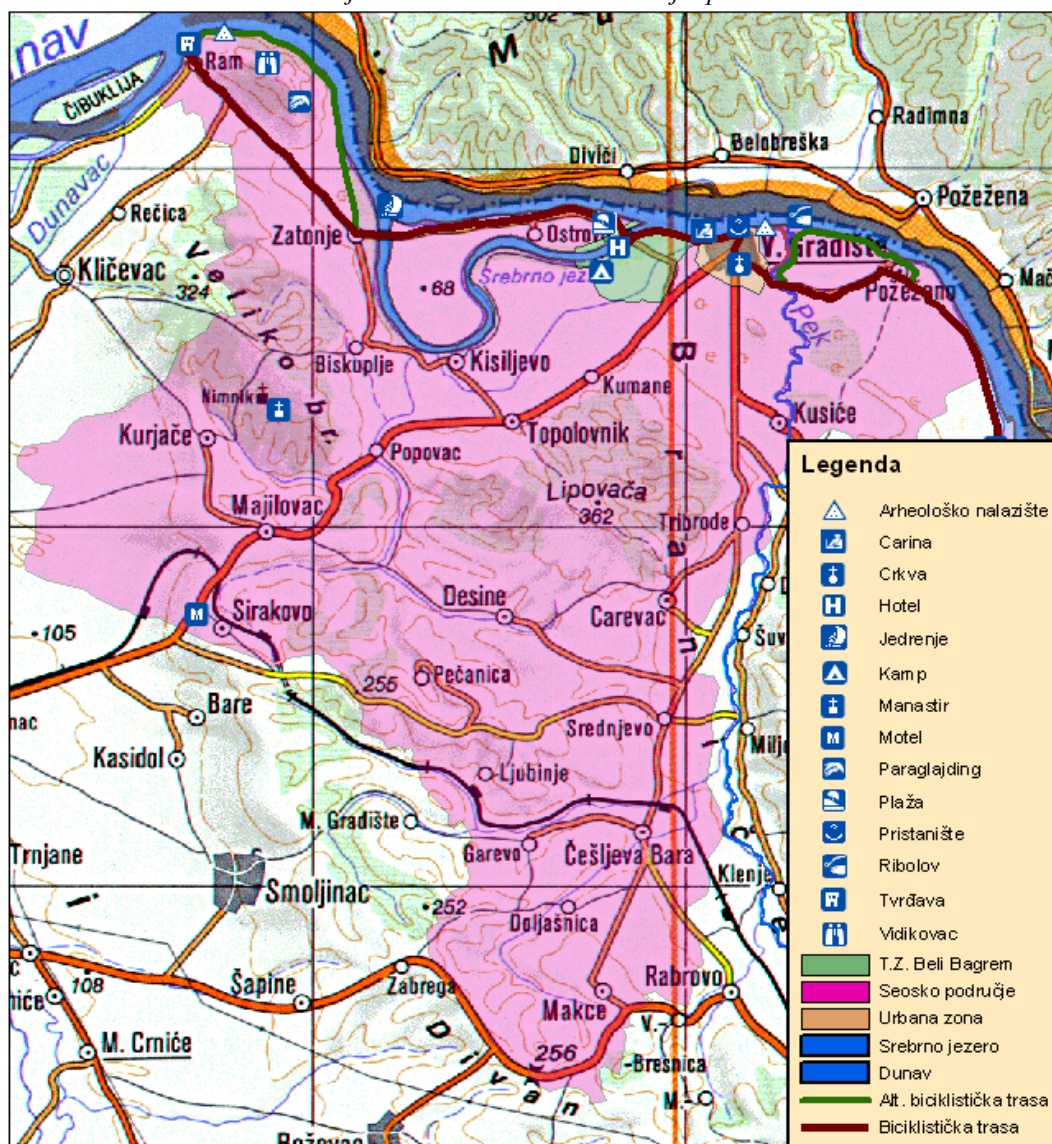
## 2. ANALIZA TURISTIČKIH RESURSA NA PODRUČJU DONJEG PODUNAVLJA

„Donje Podunavlje“ ima veoma bogatu i raznovrsnu strukturu potencijalnih turističkih atrakcija. Posebno treba naglasiti reku Dunav, Nacionalni park „Đerdap“ sa Đerdapskom klisurom, arheološko nalazište „Lepenski vir“. U daljem tekstu su detaljno analizirane ove kao i mnogobrojne druge atrakcije, s obzirom da iste predstavljaju značajan i jedinstven potencijal za razvoj turizma na posmatranom području. Navedene atrakcije čine osnovu i za ukupno dizajniranje lanca vrednosti u turizmu ovog područja i njegovo pozicioniranje na globalnom turističkom tržištu.

### 2.1. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Veliko Gradište

Na teritoriji opštine Veliko Gradište najveća koncentracija turističkih resursa nalazi se u neposrednoj blizini Dunava, odnosno njegovoj obalnoj zoni - od Ramske tvrđave, preko Srebrnog jezera i njegove turističke zone „Beli bagrem“ do grada Velikog Gradišta.

Karta 16: Razmeštaj turističkih resursa na teritoriji opštine Veliko Gradište



Izvor: Obrada na topografskim osnovama 1:300000

**Reka Dunav sa Srebrnim jezerom** je najznačajniji turistički resurs opštine. Na ovom sektoru toka Dunav dostiže širinu i do 2000 m i sa pravom može poneti epitet „dunavskog mora“. Osim činjenice da je Dunav plovni put kruzera, ovaj sektor Dunava ima dobre uslove za aktivnosti na vodi (jedrenje, veslanje, kajak). Kod sela Zatonja postoje odlični uslovi za jedrenje jer vetrovi koji duvaju najviše iz pravca jugoistoka, istoka i severoistoka, duvaju 200 dana godišnje.



Pregrađujući nasipom rukavac Dunava, u neposrednoj okolini Velikog Gradišta, stvoreno je Srebrno jezero, dugačko 14 km, široko od 100-300 m i duboko od 8-9 m. Trenutno je pokrenut projekat čišćenja jezera jer je opština dobila sredstva iz NIP-a (2 miliona eura) za ovu namenu čime će se očistiti 15-20 % akvatorije.

**Turistička zona „Beli bagrem“** – nadovezuje se na dunavsku obalu i prostire se sve do požarevačkog puta na jugu. Cela zona je obrasla bagremovom šumom, a ispresecana je livadama i poljoprivrednim površinama, kao i većim brojem kanala. Jedan deo ove zone (315ha) zakupio je investitor Slobodan Vučićević na 99 godina i započeo realizaciju projekta „Veliko Gradište na Dunavu“ potpisivanjem, sa lokalnom



samoupravom, *Memoranduma o međusobnom razumevanju sa investitorom*. Ostatak turističke zone „Beli bagrem“ opština uređuje: vikend naselja koje tu postoji (300-350 vikendica, od kojih je jedan broj bespravno podignutih), uređenje kanalizacije i uvođenje prečišćivača vode, asfaltiranje 3 km ulica unutar zone.

**Stara Gradištanska čaršija** – predstavlja staro jezgro Velikog Gradišta, u kome još uvek postoje očuvane kuće i zgrade iz XVIII i XIX veka, koje govore o razvijenoj varoši tokom prošlih vremena. Gradsko jezgro se otvara široko prema Dunavu, odnosno pristaništu, a drugim delom se naslanja na park i crkvu sv.Arhangela Gavrila. GUP-om za naselje Veliko Gradište posebno se tretira celina gradskog jezgra, koja obuhvata i staru gradištansku čaršiju i gde se pravilima gradnje predviđa izgradnja novih objekata, adaptacija postojećih (posebno ukoliko su pod zaštitom) i uređenje okolnog prostora.



**Srednjovekovna tvrđava Ram** - nalazi se na 1km nizvodno od sela Ram i na oko 15km uzvodno od Velikog Gradišta. Ram je sagradio Bajazit II, 1483. godine, odmah posle podizanja grada Kuliča. Danas tvrđava predstavlja spomenik kulture u kategoriji arheoloških nalazišta. Tvrđava je teže dostupna sa kopna jer je okružena u neposrednoj blizini privatnim stambenim objektima. Posećena je najviše od strane ekskurzija.





### Ostale turističke atrakcije

**Ostrvo** - predstavlja veliku rečnu adu koja se nalazi između Dunava i Srebrnog jezera. Na Ostrvu se nalazi manji broj vikendica koje su u 80% slučajeva bespravno podignute, ali opština planira dovođenje infrastrukture na ovo područje čime bi se dati objekti priveli nameni. U zapadnom delu ade postoji lokacija od 250 ha u vlasništvu opštine Veliko Gradište, sa obalom dugom 4km, koja je sada u kategoriji poljoprivrednog zemljišta i trenutno se ne radi nikakav plan detaljne regulacije tog prostora.

**Ada Čibuklija** – predstavlja rečno ostrvo na Dunavu u neposrednoj blizini sela Ram. Ovo ostrvo je centar ptica selica koje s jeseni dolaze iz pravca srednje i severne Evrope, ali i severozapadne Azije, tako da im je najveća koncentracija tokom januara. Ada Čibuklija je, zapravo, središte jedne šire zone zimujućih ptica koja se prostire od ušća Velike Morave u Dunav do Golupca. Pre nekoliko godina, jedna međunarodna ekspedicija identifikovala je, samo na ovoj deonici, oko 136.000 primeraka 25 ptičijih vrsta (pored Delte Dunava, ovo je drugo najvažnije stecište ptica na Dunavu). Trenutno, Ada Čibuklija predstavlja veliki potencijal za foto-safari, a 2006. godine je proglašena rezervatom prirode. Ostrvo se može posetiti iznajmljivanjem čamaca od Lovačkog udruženja.



### **Lokalna izletišta:**

- *brdo Gorica* – nalazi se u laktastom skretanju Dunava, nizvodno od sela Ram. Prekriveno je listopadnom i četinarskom šumom i bogato raznim vrstama lovne divljači (divlja svinja, srna, šakal, lisica, zec). Na severnoj i istočnoj strani brda postoji više vidikovaca (neuređenih i neoznačenih) sa kojih se pruža pogled na Dunav, Vojvodinu i Rumuniju. Na jugoistočnoj strani brda postoji poletišta za paraglajdere, jer u tom delu jugoistočni i, ređe, severoistočni i istočni vetar duvaju 200 dana godišnje.
- *izletišta Jaz* – nalazi se 1km uzvodno od ušća Peka u Dunav. Uređeno je za potrebe kupaca, kojih je najviše iz Velikog Gradišta. Izgradnjom HE „Đerdap“ i podizanjem nivoa Dunava, na ušću Peka formirao se manji zaliv koji je vrlo brzo postao stanište za mnoge ptičje vrste. Od Velikog Gradišta, pored Dunava, pa sve do ušća Peka izgrađen je odbrambeni nasip koji se može urediti u šetalište obalom Dunava.



### **Sakralni objekti:**

- *Manastir Nimnik* (Marijanski manastir) – nalazi se na 2km od sela Kurjače i posvećen je prazniku prenosa moštiju svetog oca Nikolaja. Stari manastir datirao je iz sredine XIV veka, bio je metoh starog manastira ravanice i smatra se da mu je ktitor bio vojvoda kneza





Lazara, Bogoslav. Nakon I srpskog ustanka manastir je od strane Turaka opljačkan i razrušen do temelja, a obnovio ga je knez Miloš. Tokom svoje istorije manastir Nimnik bio je parohijska crkva, a danas je pretvoren u ženski manastir; i

- *crkva sv.Arhangela Gavriila*- nalazi se u centru Velikog Gradišta i datira iz XIX veka.

**Ribolovna područja** - pružaju se duž obale Dunava od Rama do Golupca.

**Lovište "Ramski rit"** - osnovano je 1896. godine, ukupne površine 21444 ha, od čega lovne površine obuhvataju 18000 ha. Na području lovišta su stalno gajene vrste: srna, divlja svinja, zec, fazan i poljska jerebica, a od predatora nekada u lovište zađu lisica i šakal.

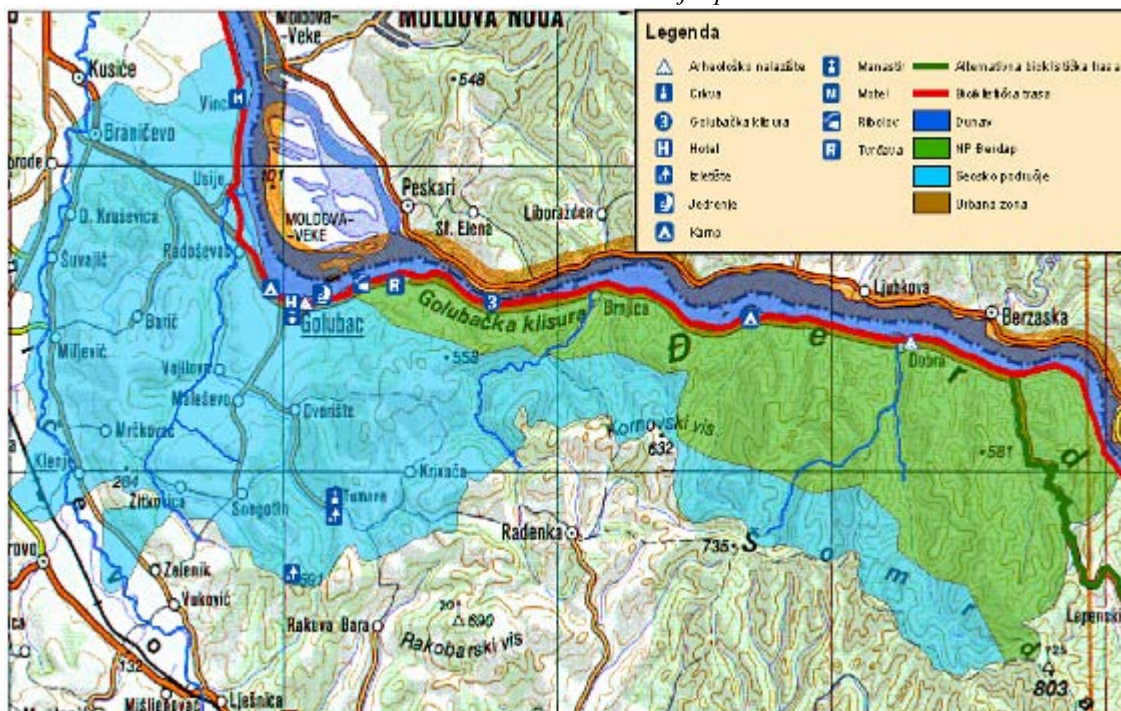
Lovištem gazduje Lovačko udruženje „Golub“, koje poseduje lovački dom površine 200 m<sup>2</sup> i lovački kuću od 50 m<sup>2</sup> sa pola hektara zemlje.

**Biciklistička trasa** - u okviru projekta GTZ-a „Eurovelo 6“, biciklistička trasa na teritoriji opštine Veliko Gradište prati put Golubac - Veliko Gradište – Zatonje - Ram, da bi se na dva mesta račvala na ogranke alternativnih trasa: kod sela Zatonja alternativno biciklisti mogu ići do sela Ram duž same obale Dunava i drugi alternativni pravac je kružna tura oko Velikog Gradišta, a pored obale Dunava. Kod sela Ram, na obali Dunava, predviđena je skela za prevoz biciklista na drugu stranu reke, odnosno na teritoriju Vojvodine.

## 2.2. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Golubac

Na teritoriji opštine Golubac najveća koncentracija turističkih resursa je uz priobalje Dunava, gde se nalazi grad Golubac, Golubačka tvrđava, vikend naselja Vinci i Usje, a od Golubačke tvrđave počinje zona Nacionalnog parka i prva u nizu klisura Đerdapa – Golubačka klisura.

Karta 17: Turistički resursi na teritoriji opštine Golubac



Izvor: Obrada na topografskim osnovama 1:300000

**Dunav** je u svom toku kroz opštinu Golubac (58 km) najširi (5-6 km). U ovom delu Dunav predstavlja ogromnu vodenu površinu, pogodnu za razvoj različitih aktivnosti na vodi i u njenom priobalju. Od Golubačke tvrđave započinje velebnina Golubačka klisura dužine 13,5 km sa strmim stenovitim stranama i do 300 m visine iznad nivoa reke. Vode Dunava bogate su ihtiofaunom, pa s proleća i početka ribolovne sezone, na stotine pecaraša posete naselje Golubac i njegovu okolinu.



**Golubačka tvrđava** – predstavlja najvažniji turistički resurs opštine Golubac. Tvrđava je izgrađena na steni, pred samim ulazom u Đerdapsku klisuru. Podignuta je tokom XIV veka i njen vladar bio je Stefan Lazarević, da bi kasnije potpala pod vlast Turaka, a u jednom kraćem periodu i pod vlast Mađara. Smatra se da je tvrđava jedno od najbolje očuvanih srednjovekovnih utvrđenja i starih gradova. Ima ukupno 9 kula, od kojih se najveća nalazi na najvišem uzvišenju. Golubačka tvrđava zaštićena je i proglašena za nepokretno kulturno dobro od izuzetnog značaja.





Nažalost, tvrđava je devastirana prokopavanjem dva tunela za prolaz Đerdapske magistrale. I danas se kroz tvrđavu vrši prevoz teškog tereta, čime se ona kontinuirano uništava.

U neposrednoj blizini tvrđave nalazi se kamenolom preduzeća „PIM“ koji je zatvoren, ali je okolni prostor u potpunosti devastiran (preduzeće „PIM“ je



dobilo zemljište u blizini tvrđave na 99 godina za namenu eksploatacije kamena). Od Golubačke tvrđave počinje Nacionalni park „Đerdap“ i strogi rezervat prirode „Golubački grad“ (oko 11 ha površine) sa karakterističnim formacijama jorgovana, grabića, jasena, hrasta medunca i bukve, kao i raznovrsnom faunom.

**Golubac** – naselje na samoj obali Dunava, koji je u prethodnom periodu, usled prigraničnog položaja, nerazvijenih komunikacija i fizičko-geografskih ograničenja, ostalo po strani od glavnih razvojnih tokova u Republici. Danas je to naselje od oko 1.800 stanovnika, pozicionirano na sektoru gde Dunav dostiže najveću širinu (do 6 km). Ipak, i pored prirodnih predispozicija, Golubac nije svoje priobalje priveo nameni - ima nedovršenu marinu bez adekvatne infrastrukturne opremljenosti i neuređeno priobalje u dužini od 12 km.



**Vinci i Usje** - dva vikend naselja koja se nalaze uzvodno od Golupca, na samoj dunavskoj obali. Reč je o dva, gotovo međusobno srasla naselja, za koja ne postoji prethodna planska dokumentacija (oko 250-300 bespravno podignutih objekata). Zemljište u naseljima Vinci i Usije je u vlasništvu Republike Srbije sa pravom korišćenja opštine Golubac. Jedan deo zemljišta je u vlasništvu JP „Srbijašume“. Naselja imaju vodovod, dok kanalizaciona mreža ne postoji (postoji sistemi septičkih jama). U toku je proces legalizacije objekata (oko 100 objekata do sada legalizovano), a neophodno je izraditi program privođena ovih naselja infrastrukturi i planskom uređenju.



### **Ostale turističke atrakcije**

**Čezava** – lokalitet potopljenog kulturnog dobra, nalazi se na prostoru između sela Brnjice i Dobra, na manjem poluostrvu ispod Đerdapske magistrale. Tu je identifikovan arheološki lokalitet „Nove“. Reč je o ostacima rimskog utvrđenja sa podgrađem, pristaništem i nekropolom, na levoj obali Čezave, koje datira iz perioda od I-IV veka nove ere. Danas se najveći deo lokaliteta nalazi pod vodom. Neposredno do obale Dunava nalazi se veliki prazan prostor koji je trenutno neuređen kamp, površine oko 50 ha.



### Sakralni objekti:

- **manastir Tuman** – nalazi se 10 km južno od Golupca i predstavlja zadužbinu Miloša Obilića. Posvećen je Sv. Arhangelu Gavrilu. Oko manastira postoji veliki prostor koji je predviđen za uređenje u rekreativne svrhe. Od manastira Tumane postoji grebenski, neuređen, panoramski put do Šomrde, trenutno prohodan samo za terenska vozila;
- **crkva Svetog Stefana Prvovenčanog** – crkva je u selu Dobra.



### Pešačke staze – „Staze zdravlja“:

- **Kanjon Brnjičke reke** - staza koja ide uz Brnjičku reku i Veliku Rakovicu, pa oko Crnog Vrh i ima tri slepa završetka: na Crnom Vrh, pećini Gaura Vei i Velikom izvoru. Dugačka je 21 km. Atraktivnost staze čini kanjon Brnjičke reke, koja je ujedno i najduži vodotok na teritoriji Nacionalnog parka (23 km), a čije se strane uzdižu i do 300 m visine. Brojni su slapovi i virovi pored kojih se prolazi, naselje Rakovica obuhvata 10-ak salaša, tako da se tu može uživati u lepotama narodnog etnonasleđa. Najlepši vidikovac na ovom području je Crni vrh (624 m nv) odakle se pruža pogled na Nacionalni park, Dunav i Rumuniju.
- **Deo staze Bosman –Sokolac** – staza prolazi kroz istoimeni strogi rezervat prirode, penjući se uz litice iznad Dunava i prolazeći pored većeg broja vidikovaca sa pogledom na klisuru Gospođin vir i rumunski park sa druge strane. Na početku staze, na nekih 600-700 m od magistralnog puta, nailazi se na jurske sedimente debljine oko 200 m.



**Biciklistička trasa** - projektom GTZ „Eurovelo 6“ trasirana je biciklistička trasa duž Đerdapske magistrale koja prolazi i kroz opštinu Golubac. Trasa prati magistralni put, sa alternativnom trasom koja se odvaja na početku strogog rezervata prirode „Bosman-Sokolac“ od magistrale i ide prema Šomrdi.

### Lovišta:

- **Tumanska reka** - lovište površine 13300 ha, nalazi se u ataru sela Dobra i Brnjica i delom u naselju Golubac. Lovištem upravlja Lovačko udruženje „Golubac“.
- **Lipovača** - lovište površine 5500 ha, prostire se na teritoriji Nacionalnog parka, u atarima sela Dobra i Brnjica. Zastupljena je visoka divljač: dlakava crna divljač, srneća divljač, jelenska divljač, kao i sitna divljač i pernata divljač.

**Ribolovna područja** – prostiru se celom dužinom obale Dunava, mada sama opština Golubac nema ribolovački klub. Povoljne ribolovačke destinacije su: tereni za smuđa - Livadica (između Brnjice i Golupca) i okolina tvrđave, šaranski tereni - potez Usije, Golubački kej, odron kod Ridana, Livadice, Trpičevo (između Brnjice i Dobre) i Čezava, teren za soma - potes „Popović“.

### 2.3. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Majdanpek

Koncentracija turističkih resursa u opštini Majdanpek je izražena u zoni dunavskog priobalja i Nacionalnog parka „Đerdap“ i u zoni grada Majdanpeka i njegove šire okoline. U dunavskom priobalju dominiraju spomenici kulturno-istorijskog nasleđa i Dunav sa klisurom Veliki Kazan koja počinje na teritoriji opštine Majdanpek. U široj okolini grada Majdanpek, odnosno zaleđu priobalja Dunava, raznovrsnija je ponuda prirodnih turističkih resursa sa manjom koncentracijom spomenika kulture i arheloških lokaliteta.

Karta 18: Razmeštaj turističkih resursa na teritoriji opštine Majdanpek – sektor dunavskog priobalja



Izvor: Obrada na topografskim osnovama 1:300000

**Dunav** u svom toku kroz opštinu Majdanpek pravi veliki „lakat“ u čijem se temenu nalazi Donjomilanovačka kotlina sa gradom Donjim Milanovcem. Tu je Dunav širok oko 1800 m, postojanog vodostaja i mirne površine (nema virova), tako da postoje povoljni uslovi za jednostavno pristajanje brodova, ali i aktivnosti na vodi.



**Donji Milanovac** – nalazi se na samoj obali Dunava i nastao je nakon izgradnje HE „Đerdap I“ (delimično je izgrađen i na veštačkom platou, gde se danas nalaze izmeštene stare zgrade iz naselja Stari Milanovac: Tenkina kuća (sada sedište TOOM) i stara kuća Kapetan-Miše Anastasijevića, velikog srpskog zadužbinara i



najvećeg srpskog brodovlasnika, kao i samo pristanište). Nedaleko od pristaništa nalaze se i lokacije gradnje novog, manjeg hotela, a uzvodno od Tenkine kuće nalazi se potencijalna lokacija za izgradnju novih turističkih sadržaja, za koju se trenutno rade izmene i dopune GUP-a Donji Milanovac. Šetna staza trenutno postoji od jedne do druge signalne stanice, ali postoje mogućnosti i za njeno proširenje prema sadašnjem stovarištu „Srbijašuma“ (lokacija je u vlasništvu Republike Srbije data na korišćenje „Srbija šumama“ dok je bila aktuelna eksploatacija drveta u zaleđu Donji Milanovca, a pre proglašenja Nacionalnog parka). Danas je Donji Milanovac atraktivan grad i potencijalni turistički centar, smešten u „srcu“ Nacionalnog parka i Đerdapske klisure.



**Hotelski kompleks „Lepenski vir“** – nalazi se na uzvišenju iznad grada Donjeg Milanovca. Površina zemljišta hotela iznosi 19 ha 78 ari i 98 m<sup>2</sup>, a pored toga uknjiženi su u kompleks hotela i zemljište u gradu (plato uz gradsku plažu) na kome se nalazi Kapetan Mišino zdanje i Tenkina kuća u površini od 22 ara i 32 m<sup>2</sup> (po ugovoru o privatizaciji korisnici ovih zdanja su vlasnici hotela). Tenkinu kuću trenutno koristi TOOM po ugovoru o zakupu (na 10 godina), zaključenim između opštine Majdanpek i hotela „Lepenski vir“, a za potrebe rada ove turističke organizacije. Neposredno ispod hotela nalazi se zgrada Šumske uprave „Donji Milanovac“, koja se tu nalazi iako je 5000 ha šume koju eksploatiše izvan područja Nacionalnog parka.



**Porečki zaliv** – nalazi se nizvodno od grada Donjeg Milanovca, na ušću Porečke reke u Dunav, koje je nakon izgradnje HE „Đerdap I“ potpoljeno i pretvoreno u veliki zaliv. Površina akvatorije Porečkog zaliva je 150 ha, a okolno zemljište između Đerdapske magistrale i samog zaliva ima površinu od 10 ha. Središnja dužina Porečkog zaliva od ušća u Dunav do Porečkog mosta iznosi 2400 m, širina na ušću je oko 650 m, dok su širine u središnjem delu oko 500 m i kod Porečkog mosta oko 300 m. Na obali zaliva postoji vikend naselje: „Obljaga mare“. Porečki zaliv je idealan prostor za projektovanje i uređenje za rekreativne i takmičarske sportove na vodi jer se rečni saobraćaj ne odvija u samom zalivu (što je problem sa korišćenjem ostalih lokacija na Dunavu u ove svrhe).



**Arheološki lokalitet „Lepenski vir“** – nalazi se uzvodno od Donjeg Milanovca i predstavlja nepokretno kulturno dobro od izuzetnog značaja (datira iz perioda 6500-4500 godina p.n.e.). Izgradnjom HE „Đerdap I“ arheološki lokalitet je dislociran, konzerviran i pokriven privremenom krovnom konstrukcijom, koja je ostala do danas. „Lepenski vir“ predstavlja jedno od najznačajnijih arheoloških lokaliteta u Evropi, prostor na kome je ponikla i trajala u okviru organizovanog društvenog i religioznog života, izuzetna kultura i umetnost. To je jedinstvena spomenička celina koja se sastoji od dislociranih stambenih i kulturnih objekata-naselja praistorijskih ljudi, koji su na ovom prostoru živeli u razdoblju od 7000 do 6000 godina stare ere.



Danas se lokalitet Lepenski vir nalazi u izuzetno lošem stanju, pod privremenom zaštitnom konstrukcijom sklonoj urušavanju, čime se dovodi u pitanje zaštita samog lokaliteta. Zbog toga je pokrenut postupak i izrađen *Plan detaljne regulacije arheološkog lokaliteta „Lepenski vir“*, kojim se predviđa uređenje, zaštita i prezentacija arheološkog lokaliteta „Lepenski vir“, ali i izgradnja objekata naučno-istraživačkog i turističko-rekreativnog karaktera. Programom uređenja lokaliteta predviđeni su radovi na ukupno 130ha, koji će omogućiti uređenje čitavog kompleksa lokaliteta, zaštitu i prezentaciju lokaliteta, prijem i smeštaj posetilaca, muzejske objekte i maksimalnu obnovu i očuvanje prirodnih vrednosti zaštićene okoline lokaliteta.



Projekat se realizuje preko Nacionalnog investicionog plana Republike Srbije (projekti turističke infrastrukture na Dunavu). Urađena je sva planska i urbanistička dokumentacija (Plan detaljne regulacije, kao i tehnička dokumentacija za izgradnju svih planiranih objekata). Izdato je odobrenje za izgradnju Zaštitne konstrukcije nad arheološkim lokalitetom „Lepenski vir“, a predstoji procedura izdavanja odobrenja za izgradnju ostalih objekata obuhvaćenih planom, kao i tenderska procedura za

izgradnju Zaštitne konstrukcije nad arheološkim lokalitetom.

**Đerdapska klisura** se u svom toku kroz opštinu Majdanpek manifestuje Donjomilanovačkom kotlinom i klisurom Veliki Kazan koja započinje u istočnim delovima opštine. Ova klisura se smatra najlepšom u komozitnoj dolini Dunava. Vertikalne strane se uzdižu nad Dunavom i do 300m, a širina korita je 150-170m. U Velikom Kazanu ima vrlo dubokih virova (do 71m dubine) čija dna dopiru ispod nivoa mora. Jedan od najlepših vidikovaca na čitavom sektoru Dunava, upravo se nalazi nad ovom klisurom, a reč je o vidikovcu Štrbac, koji je uređen za posete i u čijem se bližem okruženju nalazi mali smeštajni kapacitet apartmanskog tipa.



**Ostale turističke atrakcije:**

**Uz dolinu Porečke reke**, putem Donji Milanovac – Klokočevac - Rudna Glava, nalazi se jedan broj interesantnih turističkih resursa:

- **Miloševa kula** - nedaleko od Donjeg Milanovca, na uzvišenju pod kojim se sastaju reke Crnajka i Šaška, 7 km od sela Rudne Glave, nalaze se ostaci zidina grada koje datiraju iz XIV veka, a u narodu poznate kao Miloševa kula. Zidine Miloševe kule slične su manastirskim zidinama. Kula je bila okružena rovom, a veruje se da je njen gospodar bio rodom iz Poreča. To je jedan od retkih srednjovekovnih spomenika na ovom prostoru, koji je u zapuštenom stanju, bez obeležja i neuređen;
- **lokalitet „Okno“** - predstavlja ostatke praistorijskog rudnika koji pripada prelaznom periodu sa starije na mlađu vinčansku grupu (sredina ili druga polovina IV milenijuma p.n.e.). Lokalitet se nalazi kod sela Rudna glava. Ovo je, smatra se, najstariji rudnik, podzemne, jamske eksploatacije u Evropi, gde su tadašnji rudari sledili prirodni kanal rudne žile, i to onaj čije su razmere omogućavale pristup jednom ili dvojici rudara (spuštali su se do dubine od 20 m). Pored okna, koje je oštećeno radom modernog rudnika dnevnog kopa, otkriven je i niz potpuno neoštećenih okana. Za sada je lokalitet nedovoljno istražen i neuređen;



**Selo Miroč** - u području Miroč planine nalazi se selo Miroč koje predstavlja predeonu i etno ambijentalnu celinu. Okolna priroda je specifična u reljefnom pogledu (pećina Gradašnica, veliki broj vrtača i uvala, jama i ponora). Posebnu atrakciju predstavlja *Gerulatis* – ostaci rimskog utvrđenja kroz koje je prolazio put koji je povezivao antičku Talijatu (današnji Donji Milanovac) i Egetu (današnju Brzu Palanku). Za selo Miroč i njegovu okolinu ne postoji ni jedan projekat uređenja ili posebnih namena.





**Panoramski putevi** – jedini asfaltiran panoramski put na području Nacionalnog parka „Đerdap“ vodi od Donjeg Milanovca preko Omana do Majdanpeka i prolazi kroz jedan od najlepših delova Nacionalnog parka, obrastao raznovrsnom i bujnom šumskom vegetacijom. Od Donjeg Milanovca postoji još jedan panoramski put, posut tucanikom, koji vodi do vidikovca na Velikom Štrpcu i koji je prohodan za terenska vozila (nije u planu njegovo asfaltiranje jer zalazi u zonu predeone celine posebnih odlika – I stepen zaštite). Vidikovac na Velikom Štrpcu je uređen za posetioce i u blizini se nalazi mali smeštajni objekti apartmanskog tipa. Potencijalni panoramski put u Nacionalnom parku bio bi i grebenski put od Šomrde do Velikog Štrpca, gde sada trenutno samo postoje nekategorisani i zemljani putevi, mestimično prohodni za terenska vozila.





**Mreža šetnih staza - „Staze zdravlja“** obuhvataju prostor Nacionalnog parka, odnosno nekoliko strogih rezervata prirode u neposrednom zaleđu dunavskog priobalja, počev od lokaliteta „Lepenski vir“ pa sve do ulaska u klisuru Veliki Kazan:

- **Bosman – Sokolovac** – staza koja zalazi u strogi rezervat prirode „Bosman-Sokolovac“, penjući se od Bosmana do vrha Sokolovca, a zatim se spušta kroz Pesaču do Dunava. Staza je duga 10 km i veoma je atraktivna zbog toga što se penje uz same litice iznad Dunava do vrha Sokolovca (683 m nv), tako da se čitavom njenom dužinom pružaju vidikovci sa fantastičnim pogledom na klisuru Gospodin vir i Rumunski park sa druge strane Dunava. Staza vodi pored nekoliko prirodnih izvora koji su pogodni za odmorište pešaka, ali i kroz područje prirodnih staništa brojnih vrsta ptica, zatim risa, divljih mački, krupne i sitne divljači, i kraj mesta koja su izuzetna kao zaseda za lov.
- 
- **Košo brdo - Čoka Njalta** – staza koja zalazi jednim delom u strogi rezervat prirode „Čoka Njalta sa Pesačom“. Staza je duga 10 km i kreće sa Košo brda, a zatim se račva na tri staze, od kojih dve idu na Čoka Njaltu, gde se i spajaju, a treća se spušta niz Veliki potok do Đerdapske magistrale. Posebnu draž ovim stazama daju prelepi vidikovci sa Čoka Njalte (668 m nv) sa kojih pogled "puca" na sve strane. Čoka Njalta je u isto vreme i prirodno stanište risa, divljih mački, divljih svinja, gnezdište orlova i drugih pernatih grabljivica, tako da se one mogu posmatrati u prirodnom okruženju.
  - **Ciganski potok - Šomrski kamen** – staza koja zalazi u dva stroga rezervata prirode „Šomrda“ i „Ciganski potok“. Staza je duga 12 km i kreće iz doline Ciganskog potoka, odakle izlazi na Šomrdu, a potom ide na četiri strane: šumskim putem nazad do Kurmature, zatim napred pravo do rezervata "Šomrda" i desno do Šomrskog kamena i Tatarskog visa. Prirodna predeona celina Šomrski kamen (803 m nv) je najviša tačka i jedan od najlepših vidikovca u Nacionalnom parku, sa pogledom na Strakovicu, Boljetinsku reku i Severni Kučaj.
  - **Kanjon Boljetinske reke - Greben** – staza u celini prati istoimeni strogi rezervat prirode. Duga je svega 1,8 km, ali je jedna od najatraktivnijih. Levo sa Grebena se vidi klisura Gospodin vir, arheološki lokalitet „Lepenski vir“ i mitološki vis Treskavac sa Rumunske strane, a desno Donjomilanovačka kotlina. U rano proleće, kada se zbog bujica ispusti voda na hidrocentrali i nivo Dunava opadne, odavde se može videti ostrvo Poreč na kome se nalazila istoimena varošica. Najlepši je pogled na samom završetku staze, ispod koga su stene i strme litice koje se spuštaju do Dunava. U ovom delu se kreću i jelenska i srneća divljač, kao i leštarke, galebovi, šumske šljuke i druge vrste ptica, pa ih je moguće posmatrati u prirodnom okruženju.
  - **Jezero Baltu Alušontu - Glavica** – staza kruži oko Donjeg Milanovca i ide uz Paprenički potok do jezera Balta Alušontu, pa nazad do Glavice i grada. Duga je 5 km, a najatraktivniji pogled je sa kupastog uzvišenja Glavice (286 m nv) na Donjomilanovačku kotlinu i Porečki zaliv.
- 

- **Pećina Gradašnica** – staza dužine 4,5 km prolazi kroz netaknutu prirodu, guste bukove šume i šikare hrasta, pored bezbrojnih potočića čiste vode sa prelepim vodotocima i slapovima. Ovde ima dobrih terena za sakupljanje prvoklasnih pečuraka, naročito vrganja. U ovim predelima moguće je videti srneću divljač, divlju svinju, lisicu, divlju mačku, jazavca, zeca. Razne vrste ptica i slepi miševi žive u okviru pećinskog ulaza.
- **Buronov ponor** - staza prolazi kroz obronke Miroča, koji zajedno sa Štrbačkim koritom, čine prirodnu predeonu celinu zbog specifičnih ambijentalnih, estetskih i prirodnih vrednosti. Staza je duga 2,5 km.
- **Veliki i Mali Štrbac** – staza vodi šumskim putem od Pecke bare do Ploča, odakle se račvaju staze prema Malom i Velikom Štrbcu i pećini Gaurara. Staza je duga 16 km i atraktivana je zbog posebnih prirodnih vrednosti, postojanja više vidikovaca, među kojima su najznačajniji vrhovi Veliki Štrbac(768 m nv) i Mali Štrbac (626 m nv). Na Pločama se nalazi najlepši vidikovac Nacionalnog parka odakle se može uživati u pejzažima Kazana iz "ptičje" perspektive. Veliki i Mali Štrbac je prirodno stanište risa i divkozje divljači, kao i mnogih retkih ptica: orlova (suri, belorepan, kliktaš), sokolova (sivi, lastavičar, vetruška), leštarki, gavrana. U ograđenom prostoru na Pločama mogu se posmatrati i divlje svinje.



**Biciklistička trasa** - GTZ je uradio projekat „Eurovelo 6“- biciklistička trasa svih dunavskih zemalja od Severnog do Crnog mora. Kroz opštinu Majdanpek ova biciklistička trasa prolazi duž Đerdapske magistrale, sa mogućim alternativnim ulazima na područje Nacionalnog parka, gde je plan za naredne dve godine da se projektuju „mountain bike“ staze za Nacionalni park „Đerdap“, ali i susedni rumunski park „Portile de Fier“.

#### Lokalna izletišta Donjeg Milanovca:

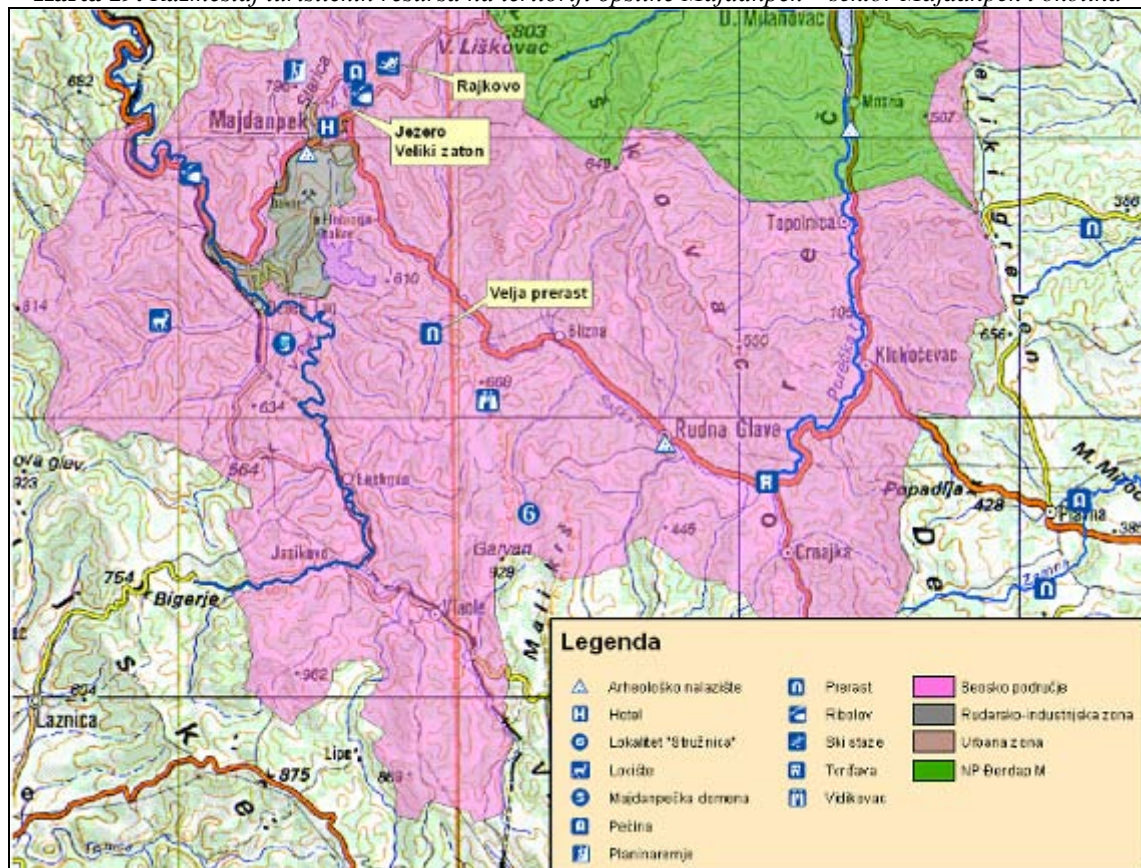
- **jezero Balta Altašontu** - nalazi se u neposrednoj blizini Donjeg Milanovca, na oko 3 km od grada. Nastalo je 1883. godine, kada se masa peskovitog i šljunkovitog materijala sručila u dolinu reke Paprenice i stvorila prirodnu branu. Jezero ima površinu od 0,52 ha, duboko je 11 m i dugo 132 m, a široko 60 m. Prosečna širina je 39 m, a ukupna dužina obale iznosi 372 m. Iako je jezero bogato ribom, nema organizovane ribolovne aktivnosti, niti na jezeru postoje rekreativne aktivnosti (jezero nije uređeno za posetioce, ali ga stanovnici okolnih naselja koriste za izlete).
- **jezero Kazanskog potoka** – nalazi se u neposrednoj blizini Donjeg Milanovca, na udaljenosti od oko 2 km. Nastalo je usled klizišta, pregrađivanjem Kazanskog potoka. Jezero je površine oko 0,50 ha, protočno je i iz njega se izliva Kazanski potok, koji se dalje, na oko 2 km, uliva u Dunav. Nije uređeno za posetioce, a lokalno stanovništvo ga koristi za izlete.



## Okolina grada Majdanpeka poseduje veći broj interesantnih turističkih resursa

Bliža i dalja okolina grada Majdanpek poseduje jedan broj interesantnih prirodnih atrakcija, ali i ostataka kulture i narodne tradicije.

**Karta 19:** Razmeštaj turističkih resursa na teritoriji opštine Majdanpek – sektor Majdanpek i okolina



*Izvor:* Obrada na topografskim osnovama 1:300000

**Rajkova pećina** – predstavlja rečnu, tunelsku pećinu kroz koju protiče Rajkova reka. Sastoji se iz dve fizički odvojene, a hidrografski povezane pećine: Ponorske i Izvorske pećine. Svaka od njih ima po dva horizonta pećinskih kanala: suvi i rečni.



Međutim, nijedan horizont nije bio prohodan od ponora do izvora. Pri tom, suvi horizont je pregrađen bigrenim salivima i nakitom, a rečni suženjima i nanosom. U cilju ostvarenja kompletnog projekta, tj. vertikalne kružne turističke staze, pre 15 godina

probijeno je suženje u rečnom horizontu, a u suvom horizontu radovi nisu ni otpočinjali. Ukupna dužina pećinskih kanala iznosi 2304 m sa površinom podzemnog prostora od 12803 m<sup>2</sup> i zapreminom od oko 100000 m<sup>3</sup>. Ukupna dužina turističke staze, po prvoj fazi, iznosila bi 633 m, odnosno 1266 m, jer je staza dvosmerna tj. prelazi se dva puta – u odlasku i povratku. Po drugoj fazi, staza bi bila nešto duža, oko 1410 m, ali bi omogućila da posetioci sagledaju 80-90% pećinskog prostora (urađen je Projekat uređenja II faze Rajkove pećine).

Ski centar “Rajkovo” - nalazi se na 750 metara nadmorske visine, 4 km udaljen od centra Majdanpeka, a u neposrednoj blizini Rajkove pećine. U okviru Ski centra “Rajkovo” nalaze se: dve homologirane (atestirane) ski staze dužine 1200 i 1000 m i vučni lift kapaciteta 1000 skijaša na sat, trenutnog i realnog kapaciteta 350 skijaša/sat. Postoji i jedna ”dečija ski staza” koja trenutno nije u funkciji. Ski centar je opremljen pratećim



mašinama i kapacitetima, prilaznim kolskim putem (regionalnog karaktera) čija širina ne odgovara dvosmernom saobraćaju, naročito u zimskom periodu, parking prostorom za oko 30 vozila i „omladinskim naseljem“ u neposrednoj blizini (postoje tri objekta koja nisu u funkciji). Ugostiteljskih kapaciteta nema, kao ni uređene komunalne infrastrukture. Ski centar se nalazi na prostoru-zemljištu u državnoj svojini na kome JP “Srbijašume” imaju pravo korišćenja. Opština Majdanpek je podnela zahtev za dobijanje ovog zemljišta na korišćenje i očekuje se pozitivno rešenje. Instalirana oprema u okviru objekata turističke infrastrukture Ski centra “Rajkovo” je vlasništvo Rudnika bakra Majdanpek, pa je opština Majdanpek podnela zahtev za dobijanje ove opreme na korišćenje i očekuje se pozitivno rešavanje. Idejnim projektom „Ski centar Rajkovo“, koga je izradio Doppelmayr, planirano je proširenje postojećeg regionalnog puta i postojećeg parking prostora, izgradnja motela sa pratećim sadržajima smeštajnog kapaciteta 50 ležajeva, trasiranje novih ski staza i postavljanje javne rasvete. Ski centar “Rajkovo” je u postojećem stanju korišćenja lokalnog statusa. Sa planiranim ulaganjima i projektovanjem i izgradnjom novih staza, postigao bi se njegov regionalni status.

### Univerzitetska domena "Majdanpek"

- predstavlja školsko ogledno dobro Šumarskog fakulteta iz Beograda, koju je Beogradskom univerzitetu još 1903. godine poklonila kraljica Natalija. Nalazi se u neposrednoj blizini sela Debeli Lug, prigradskog naselja Majdanpeka. Površina domene obuhvata preko 7000 ha izuzetno vrednog predela šuma, livada, pašnjaka, flore i faune. Ceo predeo je izbrazdan rekama i potocima, od kojih mnogi imaju kanjonski izgled (klisura Velikog Peka kod



Debelog Luga, mesto zvano "Stenje", gde se vertikalne litice uzdižu iznad reke preko 150 m). U samom srcu Majdanpečke domene, nalazi se rezervat prirode Filješana sa Danilovim vrelom. Ova reka iz pećine i na samom početku svog toka formira atraktivne, kaskadne bigrene kade. Prostor nije uređen za posetioce i nema prateće sadržaje neohodne turistima.



**Arheo-metalurški lokalitet „Stara topionica“** – nalazi se na površinskom kopu rudnika bakra u Majdanpeku, na mestu poznatom po imenu Stara uprava ili Stara direkcija (sada u krugu Površinskog kopa Rudnika bakra Majdanpek). Lokalitet je udaljen oko 1km od centra Majdanpeka. Na njemu se nalaze relativno dobro očuvani ostaci stare topionice, čija je izgradnja otpočela još 1852. godine, a završena tri godine kasnije, izgrađene za potrebe topolavnice u Kragujevcu. Proizvodnja u ovoj topionici obustavljena je 1858. godine, kada je prekinuta i dalja eksploatacija rude u Majdanpeku.

Planina Mali krš (929 m nv)- pruža se na dužini od 9,5 km ka istoku i poseduje dvadesetak izuzetno značajnih geomorfoloških i hidroloških objekata: reka ponornica, izvori zdrave pijaće vode, nekoliko vidikovaca, a stanište je i raznovrsne flore i faune. U okviru ove celine nalazi se i lokalitet “Stružnica”, gde se na prostoru od samo nekoliko kilometara nalaze manje pećine sa izuzetnim pećinskim nakitom, jame, velelepni vodopadi, jaka izvorišta reke Ostrovice, potom stoletna stabla javora, lipe, bukve i čitave prirodne plantaže drenjina. Ovaj lokalitet nije posebnim aktom stavljen pod zaštitu, niti je uređen za posetioce, ali je mapiran kao potencijalna atraktivna turistička lokacija. U blizini se nalazi i Bigrena akumulacija „Beli izvorac“, koja predstavlja spomenik prirode III kategorije, stavljen pod zaštitu krajem 2006. godine i dat Turističkoj organizaciji opštine Majdanpek na staranje i upravljanje. Predstoji njegovo obeležavanje u uređivanje staze za posetioce.



**Beli izvorac**- bigrena akumulacija u neposrednoj blizini magistralnog puta Blizna-Majdanpek, predstavlja spomenik prirode III kategorije, stavljen pod zaštitu krajem 2006. godine, predstavlja posebnu i atraktivnu predeonu celinu, dostupan za posetioce. Ovaj spomenik prirode, dat je Turističkoj organizaciji opštine Majdanpek na staranje i upravljanje. Predstoji njegovo uređivanje, obeležavanje staze za posetioce, izrada programa zaštite i korišćenja u turističke svrhe.

**Valja prerast** – predstavlja prirodni kameni most na oko 12km od Majdanpeka. Prerast se pruža od jugozapada ka severoistoku na dužini od 100 m, odnosno 26 m u visini gornje ivice luka. Impozantni raspon prerasti iznosi 150m, a širina njenog otvora pri dnu u visini rečnog korita iznosi 9,7m. Zaštićeni prostor obuhvata pored same prerasti i istoimenu planinsku reku, 65m uzvodno i 50m nizvodno od same prerasti, kao i po 100 metara u širini sa obe strane prerasti. Prerast i reka zajedno čine atraktivan i veoma značajan ambijentalni prostor.



#### **Lokalna izletišta Majdanpeka:**

- planina Starica (705 m nv) – nalazi se u neposrednoj okolini grada Majdanpeka (na udaljenosti od 2km) i veoma je pogodna za školu planinarenja, obzirom na to da je karakterišu blagi usponi, idealni za planinare-početnike, ali i oštre litice namenjene izazovima profesionalnih planinara. Planina je bogata i raznovrsnim biljnim i životinjskim svetom. U njenom podnožju smešten je hotel “Golden Inn”.

- **jezero Veliki zaton** - akumulaciono jezero izgrađeno 1973. godine radi vodosnabdevanja grada Majdanpeka, nalazi se u samom podnožju planine Starice, a na udaljenosti od stotinak metara od Rajkove pećine i na dva kilometra od centra Majdanpeka. Zemljište oko jezera je površine oko 5 ha, koje je od JP „Srbijašume“ prenelo opštini Majdanpek na korišćenje. Samo jezero je površine 90020m<sup>2</sup>. Ukoliko bi se sprovedlo uređenje prostora za sport i rekreaciju, područje jezera zajedno sa okolnim atrakcijama može predstavljati atraktivnu celinu za turističke namene. Trenutno, klub sportskih ribolovaca „Veliki zaton“ iz Majdanpeka koristi ovo jezero za sportski ribolov.

### Lovišta na području opštine Majdanpek:

- **Lovište Đerdap** – obuhvata površinu od 63608,45 ha, od čega je lovni površina ukupno 5825,47 ha. Lovište se prostire na delovima planinskih masiva Severnog Kučaja, Miroča i Štrpca, a u pojasu širine 2-10 km koji gravitira Dunavu, obuhvatajući i samu reku u dužini od oko 100 km. Najveći deo lovišta leži u visinskom pojasu između 200 i 600 metara nadmorske visine. Od smeštajnih kapaciteta u zoni lovišta nalazi se: lovačka kuća na Pločama koja je apartmanskog tipa, sa dve dvokrevetne sobe visokog konfora, lovačka kuća u podnožju revira Zlatica koja raspolaže sa 4 dvokrevetne sobe visokog konfora i lovačka koliba sa tri ležaja i nužnim uslovima smeštaja u centru revira Zlatica gde se divljač može posmatrati sa trema ispred kolibe. Lovištem "Đerdap" gazduje JP Nacionalni park „Đerdap“ sa sedištem u Donjem Milanovcu.
- **Lovište LU "SRNA" Majdanpek** - zove se još i "Todorova reka" i proteže se od sela Topolnice do sela Vlaole, na površini od 47798 ha, od čega je lovna površina oko 40000 ha. U lovištu ima srneće divljači, divljih svinja, jelena, niske i pernate divljači.

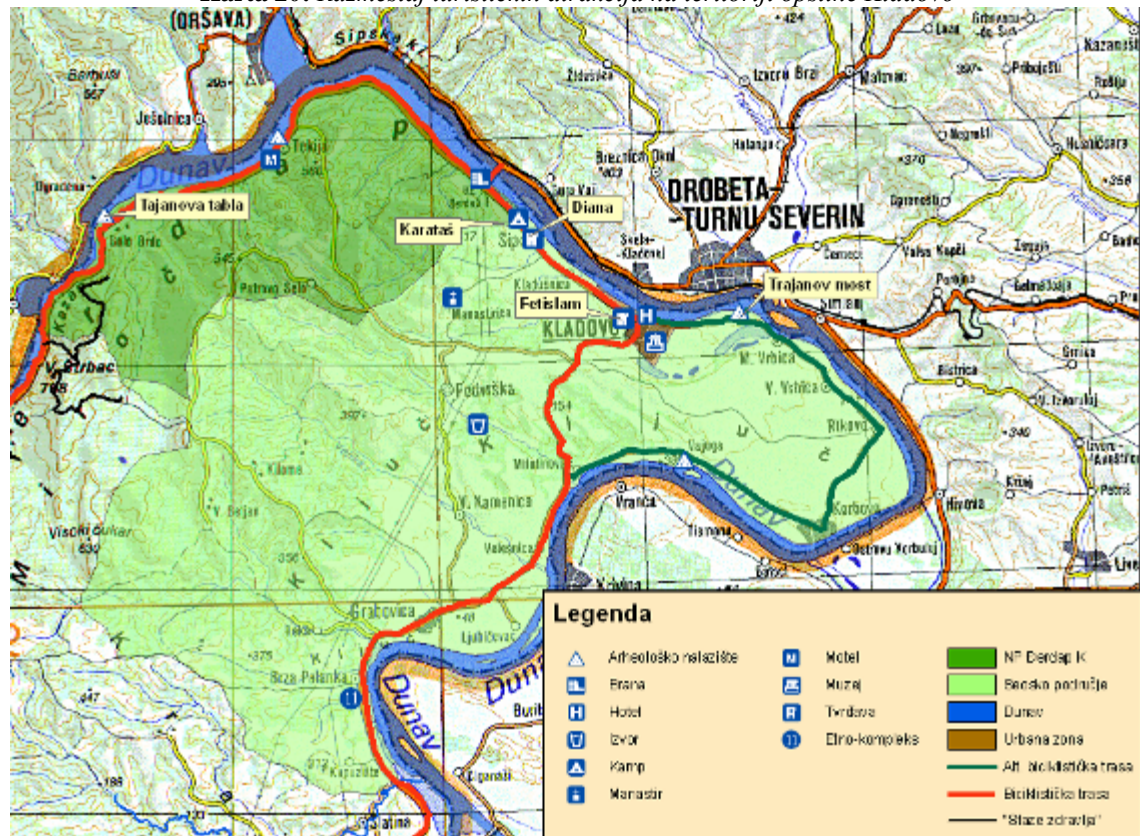


**Ribolovno područje** – ribolovno područje na teritoriji opštine Majdanpek je sastavni deo velikog ribolovnog područja u okviru Nacionalnog parka „Đerdap“ i obuhvata oko 6000 ha akvatorije Dunava sa Porečkim zalivom, a u dužini od 99 km (potez Golubačka tvrđava - Karataš).

## 2.4. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Kladovo

Turistički resursi na teritoriji opštine Kladovo skoncentrisani su u dosta uskoj zoni dunavskog priobalja i prate tok Dunava. Unutrašnjost opštinske teritorije raspolaže potencijalima, pre svega, u pogledu predeonih celina i pejzaža očuvane prirode, ali su najvažniji antropogeni resursi razmešteni uz sam tok Dunava (Trajanova tabla, Diana, Fetislam, Trajanov most).

Karta 20: Razmeštaj turističkih atrakcija na teritoriji opštine Kladovo



Izvor: Obrada na topografskim osnovama 1:300000

**Dunav i Đerdapska klisura** – predstavljaju najznančjaniji resurs opštine Kladovo. Đerdapska klisura se završava na teritoriji ove opštine (deo Velikog Kazana, klisura Mali kazan, Oršavska kotlina i Sipska klisura). Posle sela Sip, Dunav ulazi u jedan miran tok kroz deo Vlaško-pontijskog basena, gde su podignute dve velike hidrelektre. Veliki i Mali Kazan su najatraktivniji deo čitave Đerdapske klisure i prostiru se u dužini od 20 km, a međusobno su odvojeni malim proširenjem kod rumunskog sela Dubova. Strme strane ove klisure mestimično se uzdižu i preko 300 m iznad reke, a širina reke na tim sektorima dostiže 150-200 m. Ovo je neosporno najmarkantniji i najzbudljivi sektor na celom dunavskom plovnom putu.







Nizvodno od izlaska iz malog Kazana, nailazi Oršavska kotlina, dužine 16 km, na koju se nadovezuje poslednja u nizu, Sipska klisura (dugačka svega 6,5 km). Za potrebe plovidbe kroz ovu klisuru prokopana su tri kanala, jer je ovde bila najteža plovidba na Dunavu, da bi nakon izgradnje HE „Đerdap I“, u jednom od tih kanala, Dunav konačno bio „ukroćen“.

Na levoj obali Dunava, neposredno pre Oršave – nekadašnje rimske Dierne,

nalazi se poznata atrakcija novijeg doba, monumentalna figura dačkog kralja Decebala, urađena u prirodnoj steni kod ušća Mrakonije u Dunav. Reč je o dačkom kralju i vojskovođi koji se sukobio sa rimskim imperatorom Trajanom na njegovom pohodu ka Dakiji.

**Tekija** je prvo naselje opštine Kladova iz pravca zapada. Nalazi se iznad potopljene Stare Tekije, a na izlazu iz Kazana, u veoma živopisnom pejzažu. Sa potapanjem Stare Tekije, potopljeni su i brojni antički lokaliteti koji su govorili o burnoj prošlosti ovog naselja (rimska tvrđava Transdierna). Stara Tekija je postojbina nekadašnjih locova (sprovodnika brodova) koji su upravljali lokomotivom koja je vukla brodove, pre izgradnje hidroelektrane. Ipak najomiljenije, i tradicionalno zanimanje stanovnika uz Dunav, jeste bilo ribarenje, a Stara Tekija je bila pravi primer ribarskog mesta. Danas se u Tekiji održava i tradicionalna manifestacija „Zlatna bučka” – „lov soma na bučku”.



**Tajanova tabla (Tabula Traiana)** – nalazi se ispod Đerdapske magistrale i danas je dostupna samo sa vode. Reč je o spomeniku kulture iz perioda 100 godina p.n.e., kada je na potezu od Golupca do Kladova, u strmim liticama desne obale Dunava, uklesan put (rimski Limes) i povezan sistemom utvrđenja, mostova i pristaništa. Prilikom izgradnje HE „Đerdap I“, izrezan je blok težine 300 tona i podignuti iznad nivoa gornje kote Đerdapskog jezera. Za period 2005/6-8, u okviru programa Projekta Đerdap-Trajanova Tabla, planiran je završetak studije-elaborata zaštite, odnosno njene prezentacije.



**Diana-Zaves** – predstavlja rimsko i ranovizantijsko utvrđenje (naselje, nekropola, put) iz perioda 102-103. g.n.e., na dominantnom uzvišenju kraj same obale Dunava, čineći jedno od najvećih rimsko-vizantijskih utvrđenja.



Podizanje Diane se vezuje za završnu fazu izgradnje strateško-fortifikacionog poteza od Beograda do Kostola, koji je okončao car Trajan oko 110. godine.

Završnicu rimskog Limesa, pored Diane, čini prekopavanje kanala kod Sipa čime je Dunav postao plovan po prvi put u istoriji.

Utvrđenje Diana opasuju bedemi četvorougaoanog oblika sa zaobljenim uglovima. Arhitektonska konstrukcija, oblici i dimenzije sačuvanih delova objekata potvrđuju prvobitnu izgradnju Diane kao vojnog logora koji je vremenom prerastao u civilno naselje (ostaci naselja južno i istočno od lokaliteta su delimično očuvani, a oni zapadno su potpoljeni izgradnjom HE „Đerdap I“). Istraživanja evidentiranih spomenika i arheoloških nalazišta su u toku, a za deo dobara pripremaju se i posebni programi revitalizacije, ograđivanja uže zone lokaliteta i uređenja staza za posetioce.

**Fetislam** – kladovska tvrđava (srednjovekovna-otomanska tvrđava), datira iz XII veka, a obnovljena je od strane Turaka u XIV veku čiji ostaci i danas postoje. Danas se unutar zidina Fetislama nalaze dva stadiona, jedan teren za mali fudbal, igrališta za košarku i rukomet, teren za streljaštvo, dva objekta svlačionica i uređena staza do ovih objekata. U okviru Malog grada postoje ostaci nekadašnje pozornice, koja je sada potpuno zapuštena. Tvrđava se minimalno koristi i posećuje, uglavnom u rekreativne svrhe.



**Gradsko jezgro Kladova** – očuvana strogradska arhitektura ambijentalne celine starog jezgra Kladova, koja se naslanja na šetalište pored Dunava. Veliki broj zgrada u ovoj celini je pod zaštitom države koja nadgleda njihovo obnavljanje i adaptaciju, kako bi se sačuvao izgled i duh nekadašnjeg starog gradskog jezgra, koje ponovo oživljava kroz kafanski i noćni život grada. Posebno mesto zauzima Arheološki muzej Đerdapa u Kladovu čijim se otvaranjem 1996. godine realizuje jedan od najznačajnijih ciljeva Projekta „Đerdap“ - stalna zaštita i prezentacija pokretnih nalaza Zbirke Đerdap i baštine Đerdapa. Planirana je i realizacija glavnog Projekta stalne, moderne-savremene postavke, uz neophodnu rekonstrukciju izložbenih kapaciteta za izlaganje i prihvatanje posetilaca, vaspitno-edukativne i popularne sadržaje, uključujući spoljni prostor. Šetalištem pored Dunava, od starog gradskog jezgra može se doći do hotela „Đerdap“ i lokacije budućeg hotela manjeg kapaciteta, na koji se nastavlja uređena plaža u dužini od 900 m.



**Pontes – Trajanov most** – nalazi se 4 km nizvodno od Kladova, u ataru sela Kostol, naspram rumunskog grada Turn-Severina u kome se nalazi Muzej Đerdapa (muzej kompleksnog tipa sa arheološkom, etno i prirodnjačkom postavkom – akvarijumom Dunava). Most datira iz perioda 103-105 g.n.e., a gradio ga je čuveni graditelj Apolodor. Pontes predstavlja monumentalnu građevinu rimske civilizacije u ovom delu sveta, koja je po prvi put u istoriji povezala srpsku i rumunsku obalu Dunava.



Danas postoje skromni ostaci stubova mosta na srpskoj i rumunskoj starani, slabo

konzervirani i sa neuređenim prostorom oko samog lokaliteta (most su inače uništili sami Rimljani spalivši ga u vreme Hadrijana kako bi zadržali prodor varvara sa druge strane reke).

**Egeta – Brza Palanka** – na mestu starog naselja Brze Palanke postojalo je rimsko naselje Egeta (rimsko i ranovizantijsko utvrđenje sa naseljem, putem i pristaništem), ali je nakon izgradnje HE „Đerdap II“ staro naselje Brza Palanka potopljeno, a sadašnje naselje poseduje sačuvane samo neke od objekata iz starog naselja. Postoji ideja izgradnje etno-kompleksa oko Vukovog konaka, u centru Brze palanke, u kombinaciji sa izlaskom na Dunav i uređenjem plaže.



### Ostale turističke atrakcije

#### Tvrđave:

- *Fort Elizabet–Đevrin* - srednjovekovna tvrđava koja datira iz XVIII veka i nalazi se 5km nizvodno od Tekije (naspram ostrva Adakale). Sa leve strane magistralnog puta Beograd-Kladovo, do nivoa reke, vidljivi su i danas delovi potopljene, imponantne arhitekture austrougarske tvrđave, koja se, sa vrha litice Gradac spuštala do nivoa obale. Trenutno je lokalitet neobebežen, neuređen i ne održava se;
- *Rtkovo* - kasnoantička tvrđava – burgus koja datira iz IV veka. Lokalitet se nalazi 2km od sela Rtkovo. Projektom „Đerdap“ planiran je nastavak zaštitnih istraživanja, konzervacija i rekonstrukcija centralne kule-osmatračnice. Trenutno je lokalitet neobebežen i neuređen;

**Hajdučka vodenica** - nalazi se između Golog brda i Velikog Kazana, a ispod Štrpca. Reč je o lokalitetu koji je potopljen izgradnjom hidroelektrane, a na kome je bila tvrđava rimskog limesa iz I-VI veka, odnosno praiistorijsko naselje pre toga. Danas se na tom lokalitetu ne nalaze bilo kakvi ostaci, niti postoji tabla za označavanje lokaliteta. Ipak, pored Lepenskog vira, Vlasca i Padine, Hajdučka vodenica se smatra najstarijim arheološkim lokalitetom srednjeg kamenog doba-protoneolita, sa naseljem koje datira iz perioda 7000 do 5000 godina p.n.e.



**Balon stanice** – predstavljaju deo industrijske baštine. Nalaze se u najatraktivnijem delu Donje Klisure Đerdapa, ispod litica Štrpca, uz magistralni put Beograd-Kladovo, a na samom ulazu u teritoriju opštine Kladovo iz pravca zapada. Oba objekta se koriste: jedan kao likovna i vajarska Galerija zatvorenog tipa (akadenskog slikara Radisava Trkulje), a drugi, kao restoran-vidikovac sa koga se može krenuti u razgledanje Trajanove table (koristi ga OK „Đerdap“).

#### Sakralni objekti:

- *manastir sv.Trojice* – nalazi se u selu Manastirica, srednjovekovna crkva pod rekonstrukcijom;
- *crkva sv.Đorđa*-u Kladovo, iz XVIII veka;
- *crkva u Korbovu* – zadužbina porodice Karađorđević.



**Seoska-etno zona** – predstavlja zonu koja u najvećoj meri treba da obuhvati sela: Podvrška, Petrovo selo, Manastirica i Reka. Odabrana sela poseduju ostatke tradicionalne seoske arhitekture, u njima su se delimično održali običaji i obredi naroda kladovskog kraja, delimično je očuvan i folklor srpskog i vlaško-rumunskog naroda, a posebno je zanimljiva narodna kuhinja. Trenutno ne postoje adekvatni kapaciteti u seoskom turizmu, niti se evidentira broj posetilaca ovim selima.

**Kladovski ritovi** – predstavljaju močvarno područje u neposrednoj obalskoj zoni Dunava, a u njegovoj inundacionoj ravni. Identifikovana su tri rita: Turski rit, Crkveni rit i Malovrbački ritovi, koji se još uvek nalaze u vlasništvu „Ribokombinata“ čije je sedište u selu Mala Vrbica. Pored ritova, u sastavu ovog preduzeća su još i veliki ribnjak i reprocentar jesetre, morune i pastruge za proizvodnju, nekada nadaleko čuvenog, kavijara. Međutim, ništa od ovih kapaciteta danas ne radi jer se preduzeće nalazi u stečaju.

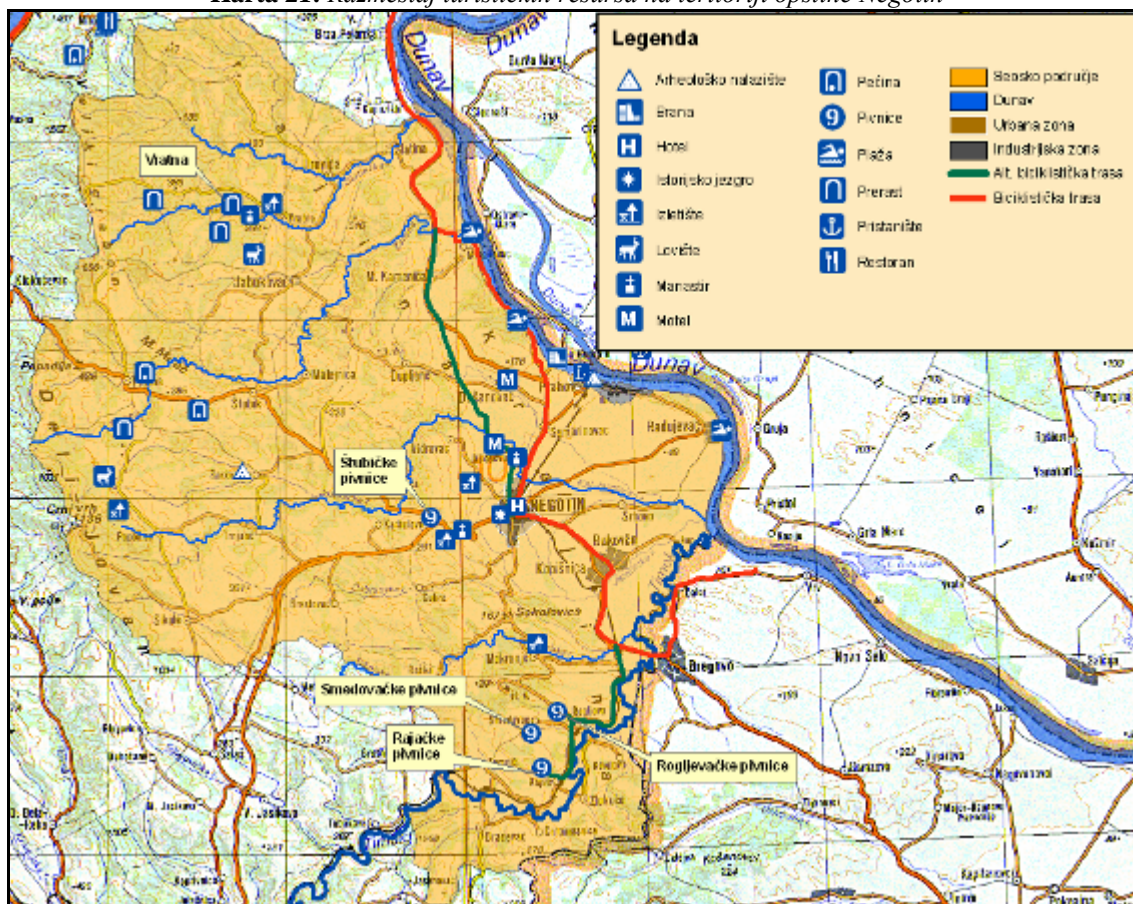
**Biciklistička trasa** – projektom GTZ-a „Eurovelo 6“ označene su biciklističke trase na teritoriji opštine Kladovo. Glavna trasa prati magistralni put Donji Milanovac - Kladovo, a od Kladova put Kladovo - Negotin. Alternativna trasa zalazi u sam meandar Dunava i prati lokalni put preko sela Mala i Velika Vrbica, Korbovo, Rtkovo i Vajuga.



## 2.5. Analiza turističkih resursa na teritoriji opštine Negotin

Prirodne karakteristike i kulturno nasleđe opštine Negotin opredeljuju ovo područje kao jedno od perspektivnih za razvoj turizma. Prirodni turistički resursi, sa izuzetkom Dunava, vezani su za brdsko-planinski prostor opštine i disperzno su razmešteni. Od antropogenih turističkih resursa, najznačajniji su kompleks negotinskih pivnica i staro jezgro grada Negotina, a u njihovoj neposrednoj blizini nalazi se i jedan broj sakralnih objekata – crkava i manastira.

Karta 21: Razmeštaj turističkih resursa na teritoriji opštine Negotin



Izvor: Obrada na topografskim osnovama :300000

**Neogtinske pivnice** – predstavljaju etnološki kompleks vinarskih podruma, građenih krajem XVIII i početkom XIX veka u nekoliko timočkih sela: Rajcu, Rogljevu, Smedovcu i Štubiku. One zajedno sa starim grobljima u Rajcu i Rogljevu predstavljaju zaštićeno kulturno dobro o kome brine Zavod za zaštitu spomenika kulture. Pivnice su nastale u vremenu kada je područje Negotinske krajine bilo svetski poznata destinacija po proizvodnji vina, jer se vino odatle izvozilo u Francusku, Austrougarsku, Nemačku i Rusiju (sedamdesete godine XIX veka). Tradicionalan način podizanja vinograda, rezidbe, obrade i pravljenja vina (alati, sprave i podrumi), kao i tip zemljišta, nadmorska visina (visine 150-250 m), visoka insolacija i



ekološki čista sredina, bili su idealno područje i receptura za najkvalitetnija vina. Sami objekti u kompleksu pivnica građeni su od čistog kamena ili od klesanog kamena i blata, delimično ukopavani do 1m u dubinu kako bi se održavala stalna temperatura, velikih kapaciteta (za smeštanje po nekoliko buradi od 5000 litara i pratećih sprava i alata) i grupisani oko centra pivnica sa dobrom međusobnom komunikacijom.

Danas na teritoriji Negotinske krajine postoji oko 1000ha pod vinogradima (firma „Insajder“ zakupila je 205 hektara pod vinogradima u Čubri (na 15 godina) i oko 40 hektara okolnog zemljišta – na tri godine). Od autohtonih sorti neguju se bagrina, začinak, prokupac, varanac i smederevka, ali ono po čemu je Negotinska krajina bila poznata – jeste nadaleko čuvena tamnjanika (danas je prepoznatljiv podrum Poljoprivredne škole „Bukovo“ po ovom vinu).

**Rajačke pivnice** – nalaze se nedaleko od sela Rajca. Građene su od polovine XVIII veka do 30-ih godina XIX veka, uglavnom od tesanog kamena. U ovom kompleksu površine 11,5 ha bilo je ukupno 260 pivnica, skoncentrisanih oko centralnog trga - sabora. Danas postoji jedan broj obnovljenih pivnica od strane žitelja sela koji se bave vinogradarstvom ili vlasnika koji su kupili neke od pivnica. Postoji zainteresovanost za podizanje novih zasada vinograda, kao i za zakup poljoprivrednog zemljišta u državnoj svojini radi podizanja vinograda.



**Rogljevačke pivnice** – nalaze se iznad sela Rogljeva i datiraju iz XVIII i XIX veka. U ovom kompleksu pivnica podignuto je bilo 161 pivnica sa pratećim objektima na površini od 7 ha. Način građenja je skoro identičan onima u Rajcu. Veliki broj objekata je propao ili je u fazi propadanja, a primetno je obnavljanje jednog broja objekata, bez dozvola i uslova koje propisuje Zavod za zaštitu spomenika kulture.



**Smedovačke pivnice** – nalaze se na samom ulazu u selo Smedovac, na vinskom putu između Rogljeva i Rajca. Za razliku od prethodnih, ove pivnice su skoro spojene sa samim selom, ali su po arhitekturi i organizaciji prostora vrlo slične rajačkim i rogljevačkim. Ima ih ukupno 70 na površini od 1,5 ha.

**Štubičke pivnice** – nalaze se na 5km severozapadno od Negotina i oko 15 km udaljenosti od sela Štubik. Štubičke pivnice su drugačije po načinu građenja i materijalu - zidane su lomljenim kamenom i blatom. One su najlošije očuvan kompleks pivnica jer je od 300 pivnica i pratećih objekata ostalo jedva tridesetak.



**Dunav i njegovo priobalje** sa nizom manjih sela predstavlja značajan turistički resurs i potencijalno razvojno turističko područje, što je opština Negotin svojim *Program turističke valorizacije priobalja Dunava* i evidentirala, predlažući mere unapređenja prostora u atarima sela Slatina, Stari i Novi Mihajlovac, Maloj Kamenici, selu Dušanovcu, kod Prahova, u selima Srbovo, Radujevac i Bukovče. Sredstva za ove projekte uređenja priobalja bila su planirana iz *Fonda rente* koji je nastao na osnovu odluke i *Zakona o plaćanju i usmeravanju sredstava naknade za korišćenje dobara opšteg interesa u proizvodnji el.energije i proizvodnji nafte i gasa* („Službeni galsnik RS“ 16/90), ali od juna 2007. godine ova odluka prestaje da važi, tako da i opština Negotin ostaje bez ovog fonda. Na pojedinim priobalnim sektorima ovih sela postoji jedan broj interesantnih resursa:

- u selu Slatina predviđen je projekat uređenje plaže i kampa;
- selo Stari Mihajlovac ima uređenu plažu površine 1,5 ha (ima projektnu dokumentaciju sa predviđenim kampom i marinom koja trenutno ne posoji), a plaža i okolno slobodno zemljište površine 4,5 ha su u vlasništvu opštine;
- selo Novi Mihajlovac je jedino naselje u priobalju koje ima urađen Detaljni urbanistički plan, kojim je predviđeno uređenje prostora i izgranja: turističkog kompleksa, sportsko rekreativnog kompleksa, zone poslovnih objekata, kao i intervencija na produbljivanju gaza. Trenutno postoji privezište za brodove dubine oko 6 m;
- selo Dušanovac (potez Kusjak) – predviđa se Programom aktiviranja pristaništa i izgradnja marine sa pratećom infrastrukturom, uređenje plaže (za ovo postoji projektna dokumentacija). Na području Kusijaka postoji slobodna opštinska zemlja u površini od 5 ha. U tom delu planirano je uređenje plaže sa kampom (u toku 1996. godine bio je aktivan kamp izviđača u vidu eko škole, škole ribolova, škola veslanja(kajak) i ostalih aktivnosti na vodi). Od infrastrukture napravljen je čvrst objekat sa 4 tuš kabine i 2 toaleta i središnji je prostor za veliku šator trpezariju. Kamp je kapaciteta 100 posetilaca;
- obala kod Prahova – uzvodno od IHM „Prahovo“ obala nije direktno degradirana, ali je pod velikim uticajem zagađenja iz industrijskih postrojenja;
- selo Radujevac – nalazi se uzvodno od ušća Timoka. Predviđeno je uređenje plaže sa kampom, izgradnja obaloutvrde i nasipa, čišćenje i produbljivanje ušća Timoka u Dunav. Timok je bio ozbiljno zagađen ispustima vode usled pucanja brane i izlivanja piritne jalovine iz borskog rudnika bakra 50-ih godina XX veka, a izlivanje piritne jalovine bilo je još u nekoliko navrata.



**Staro jezgro grada Negotina** – predstavlja prostorno-istorijsku celinu koja obuhvata prostor čaršije, stare i nove, ali i zgrade, spomenike, česme i park u neposrednom okruženju čaršije. Reč je o zaštićenom kulturnom dobru u čijem se sastavu nalaze još i: rodna kuća Stevana Mokranjca – memorijalni prostor sa kućom u centru koja predstavlja stil starih balkanskih varoških kuća iz XIX veka, konak kneza Todorčeta – najstarija sačuvana negotinska varoška kuća izvedena u kamenu sa tipičnim arkadama (sredina XIX veka) - sada je to Muzej hajduk Veljka sa galerijom u prizemlju, muzej „Krajina“- spomenik kulture, zgrada Pedagoške akademije iz XIX veka – spomenik kulture, saborna crkva Sv. Trojice iz XIX veka.



**Vratnjanske kapije** – predstavljaju tri prerasti – prirodna kamena mosta, geomorfološki kurioziteti nastali oburavanjem pećinskih tavanica. Uzvodno od sela Vratne, odnosno oko 200 metara uzvodno od istoimenog manastira, nalazi se Mala prerast visine 34 m, širine 33 m i dužine 15 m. Rečni tok iznad nje predstavljen je malim vodopadima, a na njegovom dnu se nalaze džinovski lonci. Velika prerast visine 26 m, širine 33 m i dužine 45 m nalazi se 100 m uzvodnije od Male prerasti. Na zidovima i tavanici prerasti, nalazi se veći broj otvora pećinskih kanala. Čitav kompleks prerasti, kanjona Vratne, manastira i lovišta, ukupne površine 145 ha, nalazi se pod zaštitom (spomenik prirode). Suva prerast koja se nalazi na 3 km uzvodno od prethodne dve, još nije stavljen pod režim zaštite.



U kanjonu reke Zamne, između Plavne i Štubika postoji još jedna prerast, dugačka 180 m, sa visinom luka od 12-25 m i širinom 4-12 m. Osim ove prerasti, kanjon Zamne je bogat brojnim speleološkim objektima. Čitav prostor kanjona, površine 45 ha, proglašen je zaštićenim prirodnim dobrom i predstavlja područje izrazito očuvane prirode.

### **Ostale turističke atrakcije:**

„**Vrelo Šarkamen**“ – predstavlja kasno-antički lokalitet sa rezidencijalno memorijalnim kompleksom koji datira s kraja III i početka IV veka rimske vlasti, poznate pod nazivom Tetrarhija (vladavina četvorice). Lokalitet se nalazi na 25 km zapadno od Negotina. Sam kompleks carske palate, jedne od malog broja pronađenih van Rima, prostire se na 25 ha. Arheološki radovi su izvođeni na jednom od pet vidljivih objekata, ali je sam lokalitet još uvek nedovoljno otkriven i izučen za turističku interpretaciju (proglašen je za spomenik kulture). Ulaz u sam lokalitet delom





nije asfaltiran, ali je prohodan, dok je put od Negotina do sela Šarkamen u dosta lošem stanju. U Mauzoleju carice majke otkriven je set zlatnog carskog nakita koji se nalazi u Narodnom muzeju u Beogradu, sa elementima koji datiraju čitav kompleks u periodu između 293. i 311 godine, u vreme vladavine Glerija i Maksimilijana Daja.

Od antičkih lokaliteta u opštini Negotin treba pomenuti još i rimski grad Ad Akvas, koji se nalazio na obali Dunava kod sela Prahova i u vreme najvećeg prosperiteta krajem II i početkom III veka brojao je između 15 i 20000 stanovnika. Pored Prahova nalazila se i velika luka u kojoj su pronađeni ostaci rimskih lađa i nekoliko nadgrobnih spomenika koji se nalaze u Muzeju Krajine u Neogotinu.

### Sakralni objekti:

- *Manstir Bukovo* - nalazi se na tri kilometra zapadno od Negotina. O vremenu njegovog podizanja postoje različite verzije. Neki smatraju da je podignut za vreme kralja Milutina krajem XIII ili početkom XIV veka, a drugi da je građen tokom XIV veka. Proglašen je za spomenik kulture, a njegova okolina proglašena je strogim rezervatom prirode; 
- *Manastir Koroglaš* - nalazi se u blizini Negotina kod sela Miloševa. Nema pouzdanih podataka ko ga je zidao (pretpostavlja se da ga je zidao kralj Milutin početkom XIV veka). Po narodnom predanju tu je sahranjen Kraljević Marko, pošto je ranjen, iz Vlaške preplivao Dunav. Crkva je u obliku broda sa oltarskom apsidom, široka 4,35 m, a dugačka 6,03 m. Crkva je zidana od tesanog kamena peščara u slojevima sa malterom i opekam, a živopis se očuvao u oltaru, na severnoj strani; 
- *Manastir Vratna* - nalazi se u blizini sela Vratna, na reci Jabuci, sakriven iza visokih stena. Iznad manastira, u gotovo nepristupačnoj steni, nalaze se ruševine ćelije Svetog Nikodima, kome se pripisuje osnivanje manastira. Sama crkva je više puta rušena i obnavljana i nije sačuvala svoj prvobitni izgled. U drugoj polovini XVIII veka manastir je opusteo, a obnovio ga je Stanko Frajkor, kasnije negotinski oborknez. Turci su ga spalili 1813. godine, nakon čega je ponovo obnovljen 1837. godine. Većina ikona u manastiru je ruskog porekla; 
- *Saborna crkva Sv. Trojica* u Negotinu tipična je po neoklasičnom stilu u kome je građena (XIX vek) i proglašena je za spomenik kulture. U njenom dvorištu nalaze se ostaci Hajduk Veljkove barutane koju je hajduk-Veljko sagradio radi odbrane Negotina od Turaka, a na ostacima ranijeg utvrđenja „Baba Finka“ – drvene kule opasane palisadom i konjušnicama;

- *Crkva Presveta Bogorodica* u Negotinu – 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.

### Lokalna izletišta:

- „*Mokranjske stene*“ – izletište se nalazi na oko 10 km južno od Negotina, u blizini sela Mokranje. Tu je Sikolska reka, krčeći put do Timoka kroz pitoma brda Negotinske krajine, stvorila je interesantan vodopad i podno njega živopisno jezero. Omiljeno je izletište i kupalište meštana okolnih sela i Negotinaca. Za stene su vezana brojna predanja koja govore o nesrećnim ljubavima mladih koji su u očajanju skakali sa njih i gubili živote;
- *Lokalitet Stevanske livade* – nalazi se u podnožju Deli Jovana, na oko 30 km od Negotina, a na nadmorskoj visini od 480 m. Planom uređenja predviđena je bila izgradnja odmarališta, sportskih terena, a okolne šume su postale deo velikog lovišta „Deli Jovan“. Tu je izgrađen manji smeštajni kapacitet - „Dom borac“, a posetioци su najčešće grupe planinara, domaćih lovaca i izviđača;
- *Bratujevački lipar* – predstavlja rekreativno-šetnu stazu pored Negotina, koja je kao atrakcija veoma interesantna u vreme cvetanja lipe (jedina oaza lipa u ovom delu Srbije);
- *Brdo Badnjevo* sa zaštićenom park-šumom, nedaleko od grada Negotina.



**Biciklistička trasa** – u okviru projekta „Eurovelo 6“ trasirana je biciklistička ruta i kroz opštinu Negotin koja prati put od Kladova do Negotina, a potom do bugarskog grada Bregova. Od ove trase odvajaju se dve alternativne, jedan od Negotina, preko pastoralnog pobrđa Negotinske Krajine, prati put Negotin - Kladovo i ide preko sela Dušanovac do sela Mihajlovac. Druga alternativna trasa se odvaja od glavne trase i skreće na jug prema negotinskim pivnicama, odnosno selima Rogljevu, Smedovcu i Rajcu.

**Lovišta** – na području opštine Negotin postoji četiri lovišta za krupnu i sitnu divljač, u kojima je aktuelan i foto-lov: običan jelen, jelen lopatar, muflon, srna, divlja svinja, zec, fazan i poljska jarebica. Zastupljena je i druga divljač: divlja plovka i grlica, prepelica, divlji golub, šumska šljuka, vuk, šakal, lisica, divlja mačka, kuna.

- lovište „Vratna“ površine 1350 ha prostire se od manastira Vratna prema kanjonu reke Vratne. Njime upravlja JP „Srbijašume“;



- lovište „Alija“ prostire se na 2000 ha i obuhvata delove atara okolnih sela: Tamnič, Rečka, Rogljevo, Smedovac i Mokranje. Deo je velikog sistema lovišta kojima upravlja JP „Srbijašume“;
- lovište „Negotinska krajina“ na površini od 96423 ha. Ovim lovištima gazduje Lovačko udruženje „Hajduk Veljko“ i JP „Srbijašume“; i
- Lovište „Deli Jovan“ – prostire se na istoimenoj planini i obuhvata strogi rezervat prirode deli Jovan, a ukupne je površine 13500 ha.

**Ribolovno područje** – na teritoriji opštine Negotinu uglavnom je vezano za obalu Dunava, i to od Brze Palanke na severu, pa do ušća Timoka na jugu. Međutim, na dunavskom sektoru više se ne love jesetra i moruna, a postoje pokušaji njihovog ponovnog naseljavanja. Bogatsvom riba odlikuju se i reke Zamna, Jasenička reka i Slatinska reka.



## 2.6. Nacionalni park „Đerdap“

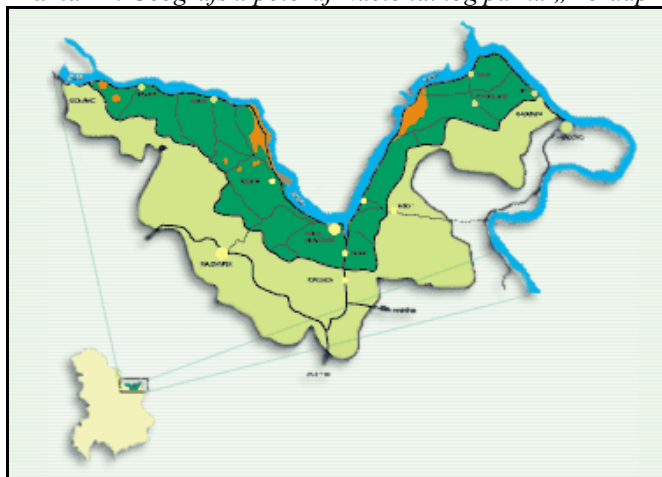
Nacionalni park „Đerdap“ nalazi se u jugoistočnom delu Evrope, u severoistočnom delu Republike Srbije, na samoj međunarodnoj granici sa Rumunijom. Park obuhvata deo područja Đerdapske klisure (Gvozdena vrata - *Iron Gate*) u srednjem toku Dunava, koje je podeljeno međunarodnom granicom na južni - srpski i severni - rumunski deo.

Nacionalni park „Đerdap“ zauzima površinu od 63 608,45 ha i proglašen je nacionalnim parkom 1974. godine. Dužina parka je preko 100 km, a najveća širina dostiže do 6 km.



U administrativnom pogledu delimično obuhvata područja opština Golubac, Majdanpek i Kladovo i to: na području opštine Golubac nalazi se 18116,55 ha, opštine Majdanpek 29467,15 ha i opštine Kladovo 16024,75 ha. Zaštitna zona Nacionalnog parka obuhvata prostor uz nacionalni park i iznosi oko 90 000 ha, odnosno 58,8% planskog područja. Ova zaštitna zona se prostire u već navedenim opštinama (Golubac, Majdanpek i Kladova), ali i na teritoriji opština Kučevo i Negotin. To je i bio razlog što se o pojedinim aspektima Nacionalnog parka pisalo u okviru pojedinih opština, tako da na ovom mestu brojna pitanja neće biti posebno analizirana.

**Karta 22:** Geografski položaj Nacionalnog parka „Đerdap“



*Izvor:* [www.npdjerdap.co.yu](http://www.npdjerdap.co.yu)

Ulaz u Park iz pravca zapada se nalazi kod Golupca, odnosno, srednjevekovne tvrđave Golubački grad, iz pravca istoka kod naselja Karataš, odnosno, antičkog utvrđenja Diana i HE "Đerdap I", a sa juga iz pravca Majdanpek blizu centra Parka, naselja Donji Milanovac.



**Tabela 7:** Površina planskog područja pod različitim režimima zaštite

Režimi zaštite	Površine pod zaštitom (u ha)	Pretežna namena površina	% udeo površina u:	
			Zaštićenoj zoni NP	Planskog područja
U I stepen zaštite	2 664,26	Zaštićena prirodna i nepokretna kulturna dobra	4,2	1,7
U II stepen zaštite	15 262,17 (15 700)	Zaštićena prirodna dobra, prostori oko kulturnih dobara, zaštitne i park šume, lovno-uzgojni rezervati	24	9,9
U III stepen zaštite	45 682,02	Površine za aktivnosti (poljoprivredne, šumske, turističke, energetske, vodne, infrastrukturne) i građevinska područja	71,8	29,6
<b>Ukupno pod zaštitom</b>	<b>63 608,45 ha (64 046,28)</b>		100	41,2
<b>Zona zaštite</b>	<b>90 629,43</b>			58,8
<b>Područje prostornog plana</b>	<b>154 237,88</b>			100

*Izvor: Program izrade Prostornog plana područja posebne namene Nacionalnog parka Đerdap. Republička agencija za prostorno planiranje, 2006.*

Najveći deo zaštićenih prirodnih i kulturnih dobara nalazi se u granicama Nacionalnog parka (I i II zona zaštite)

**Tabela 8:** Pregled odabranih zaštićenih područja prirodnih dobara sa površinama

Opština	Naziv dobra	Vrsta prirodnog dobra	Površina pod zaštitom
<b>Zona zaštite I stepena</b>			
Kladovo	Veliki i Mali Štrbac Sa Trajanovom tablom	Predeo posebnih prirodnih vrednosti	1 124,38
Golubac	Golubački grad	Strogi prirodni rezervat	23,04
Golubac	Bojana	Strogi prirodni rezervat	27,44
Golubac	Tatar Vis	Strogi prirodni rezervat	25,08
Golubac	Bosman-Sokolac	Strogi prirodni rezervat	281,34
Majdanpek	Šomrda	Strogi prirodni rezervat	30,07
Majdanpek	Čoka Njalta sa Pesačom	Strogi prirodni rezervat	524
Majdanpek	Lepenski Vir	Strogi prirodni rezervat	131,35
Majdanpek	Kanjon Boljetinske reke – Greben	Strogi prirodni rezervat	99,92
Majdanpek	Ciganski potok	Strogi prirodni rezervat	55,16
Majdanpek	Jezero Balto Alušanu – Paprenički potok	Prirodni spomenik	25
Majdanpek	Glavici	Prirodni spomenik	6
Kladovo	Pećina Gradašnica	Prirodni spomenik	14
Kladovo,	Velika Peštera	Prirodni spomenik	7
Golubac, Majdanpek,		Ostali objekti zaštite prirode	77,56
Golubac, Kladovo, Majdanpek,		Nepokretna kulturna dobra (procena)	100
<b>Ukupno pod I stepenom zaštite</b>			<b>2 664,26</b>
<b>Zona zaštite II stepena</b>			
Golubac	Golubačka klisura	Prirodne predeone celine	1 236,24
Golubac, Kladovo	Sokolac-Vlasac	Prirodne predeone celine	1 040,62
Kladovo	Štrpsko korito – Miroč	Prirodne predeone celine	5 585,60
Golubac	Klisura reke Brnjice	Prirodne predeone celine	1 051
Golubac, Majdanpek	Šomrda	Prirodne predeone celine	6 294,37
Golubac	Oko Golubačke tvrđave	Prirodni prostori oko NKD	118,75
Golubac	Čezava – Kastrum novae	Prirodni prostori oko NKD	65,38
Majdanpek	Oko Lepenskog vira	Prirodni prostori oko NKD	250
Kladovo	Oko Trajanove table	Prirodni prostori oko NKD	64,38

Kladovo	Oko Diane – Karataš	Prirodni prostori oko NKD	
	Šume, poljoprivredno zemljište i uže zone izvorišta vodosnadbevanja	Zaštitna šuma, lovne i ribolovne faune i poljoprivrednih površina	- 12 420,88 šuma - 1 909,66 poljop. - oko 27 uže zone izvorišta vodosnadbevanja
Ukupno pod II stepenom zaštite			15 262,17 (15 700)
Ukupno pod III stepenom zaštite			45 682,02
SVEGA POD ZAŠTITOM			63 608,45
Ukupno plansko područje			154 237,88

*Izvor: Program izrade Prostornog plana područja posebne namene Nacionalnog parka Đerdap. Republička agencija za prostorno planiranje, 2006.*

Nacionalni park „Đerdap” u Prostornom planu Republike Srbije u poglavlju V.3 „Zaštita prirodnih dobara”, predviđen je za predlaganje sticanja međunarodnog statusa zaštite, odnosno upis u svetsku listu zaštićene prirodne i kulturne baštine (UNESCO), što je i učinjeno. U toku je izrada elaborata za kandidaturu Nacionalnog parka «Đerdap» (dunavski deo područja Rumunije i Srbije) za listu Ramsarskih područja.

**Tabela 9:** Zaštićena prirodna dobra – ukupan pregled

r.br.	Nacionalni parkovi	Opština
1.	Đerdap	Golubac, Kladovo, Majdanpek
r.br.	Parkovi prirode	Opština
1.	Veliki i mali Štrbac i Trajanova tabla	Kladovo
r.br.	Strogi rezervat prirode	Opština
1.	Bojana	Golubac
2.	Bosman-Sokolovac	Golubac
3.	Golubački grad	Golubac
4.	Ciganski potok	Majdanpek
5.	Čoka Njalta sa Pesačom	Majdanpek
6.	Kanjon Boljetinske reke	Majdanpek
7.	Konjska glava	Majdanpek
8.	Lepenski vir	Majdanpek
9.	Šomrda	Majdanpek
10.	Felješana	Majdanpek
11.	Mustafa	Majdanpek
12.	Bukovo	Negotin
r.br.	Spomenici prirode - speleološki	Opština
1.	Gaura Mare- Velika pećina	Kučevo
r.br.	Spomenici prirode - geomorfološki	Opština
1.	Prerast – kameni most na rečnom koritu Velja Prerast	Majdanpek
2.	Kanjon reke Vratne sa dve prerasti	Negotin
3.	Prerast u kanjonu reke Zemne	Negotin
r.br.	Spomenici prirode - botanički	Opština
1.	Stablo bresta	Golubac
2.	Stablo bresta	Golubac
3.	Stablo hrasta lužnjaka	Kučevo
4.	Stablo hrasta lužnjaka	Kučevo

*Izvor: Program izrade Prostornog plana područja posebne namene Nacionalnog parka «Đerdap». Republička agencija za prostorno planiranje, 2006.*

**Zaštićena nepokretna kulturna dobra**

Nepokretna kulturna dobra od izuzetnog značaja		
r.br.	Spomenici kulture	Opština
1.	Tvrđava Golubac	Golubac
2.	Deo rimskog Limesa, Trajanova tabla, deo puta	Kladovo
3.	Lepenski vir	Majdanpek
4.	Hajduk Veljkova Barutana	Negotin
r.br.	Arheološka nalazišta	Opština
1.	Pontes	Kladovo
2.	Karataš	Kladovo
3.	Kraku Lu Jordan	Kučevo
4.	Rudna Glava	Majdanpek
Nepokretna kulturna dobra od velikog značaja		
r.br.	Spomenici kulture	Opština
1.	Tvrđava Fetislam	Kladovo
2.	Stara topionica	Majdanpek

*Izvor: Program izrade Prostornog plana područja posebne namene Nacionalnog parka «Đerdap».*  
Republička agencija za prostorno planiranje, 2006.

**Planska analiza**

**Prostorni plan područja posebne namene za Nacionalni park „Đerdap“** – usvojen je 1989. godine. Trenutno se radi na izmenama i dopunama tog plana.

Na prostoru Nacionalnog parka «Đerdap» izražen je problem neplanske izgradnje objekata usled nedostajuće urbanističke dokumentacije za naselja i zone vikend stanovanja. Gradska naselja Donji Milanovac i Tekija, mešovita naselja Dobra, Boljetin, Mosna i Golubinje i seoska naselja Brnjica, Petrovo selo sa Planinicom i više zaseoka, zauzimaju prostor od oko 1232 ha, za koja nisu doneta odgovarajuća akta, pa se izgradnja objekata vrši isključivo na osnovu projektne dokumentacije za svaki objekat pojedinačno. Ovaj problem je izražen i prisutan posebno i van zona građevinskih područja, u obalnom pojasu Dunava, na najatraktivnijim lokacijama. Takođe se predviđaju aktivnosti na sanaciji i rekultivaciji kamenoloma koji se nalaze na području Nacionalnog parka: kamenolom "Golubački grad", kamenolom "Popović", kamenolom "Golo brdo", kamenolom "Suva reka", kao i sanacija privremenih pozajmišta kamena u putnom pojasu magistralnog puta M-25.1.

Nacionalni park „Đerdap“ ima saradnju ili planira istu na nekoliko polja:

- saradnja sa alpskom mrežom zaštićenih područja - *Alpska konvencija*;
- saradnja i aktivnosti sa subjektima karpatske mreže zaštićenih područja - *Karpatska konvencija* (programi i projekti ); i
- saradnja sa rumunskim *Parkom prirode "Portile de Fier"*.

### 3. SVODNA OCENA SITUACIONE ANALIZE DONJEG PODUNAVLJA

Turističko područje „Donje Podunavlje“ predstavlja prostor sa visokom koncentracijom prirodnih i antropogenih turističkih resursa, u različitom stepenu zaštite, očuvanosti i valorizacije za potrebe turizma. To je prostor koji je neosporno turistički visoko potencijalan, u kome se prožimaju prirodne specifičnosti i atraktivnosti sa kulturom, istorijom i tradicijom naroda koji su na ovim prostorima živeli i onih koji tu danas žive. Sa ove platforme ističe se sledeće:

- područje Nacionalnog parka „Đerdap“ obuhvata raznovrsne biodiverzitete na svojoj teritoriji, specifične geološke i geomorfološke forme, bogatstvo hidroloških objekata (Dunav, pritoke Dunava, jezera i izvori), oazu posebnih vrsta kopnene i vodene faune i mogućnost posmatranja i uživanja u divljoj prirodi (panoramski putevi i vidikovci, šetne staze, posebni interesi);
- reka Dunav koja u području «Donjeg Podunavlja» prolazi kroz najatraktivniji deo svog toka – neponovljiv, uzbudljiv i jedinstven u Evropi, gde se smenjuju širina dunavskog mora i suženja klisura Gvozdenih vrata, pružajući uslove za raznovrsne aktivnosti na vodi i neponovljiv spoj vode i kopna;
- Đerdapska klisura – najveća kompozitna dolina Evrope, jedinstvena antecedentna dolina i klisura probojnica, koja se usekla u karpatsku masu i formirala splet kotlina i klisura;
- arheološki lokaliteti najstarijih civilizacija na evropskom tlu i kulturno-istorijski spomenici kao svedočanstva prošlih vremena u ovom pograničnom pojasu;
- izuzetna ruralna pastorala, blago zatalasanog pobrđa Negotinske krajine, koja posetioca uvlači u prostor nepreglednih brežuljkastih padina pod pašnjacima i vinogradima i slikovitog pejzaža seoskog folkloru i tradicije; i
- stare gradske čaršije dunavskih naselja iz XIX veka koje vezujući se za atraktivnu dunavsku rivu, odišu mirom, romantikom i tradicijom.

«Donje Podunavlje» ima povoljan geografski položaj i u tom smislu se posebno ističe sledeće:

- severnom stranom oslanja se na međunarodni plovni put – koridor VII koji predstavlja najatraktivniju kruzing liniju u Evropi;
- sa južne strane, regionalnim prilazima, vezuje se za koridor X – najvažniji saobraćajni pravac u državi; i
- Đerdapska magistrala je atraktivna saobraćajnica u perspektivi za ambijentalne i panoramske ture jer neposredno prati tok Dunava.

Međutim, da bi se «Donje Podunavlje» pozicioniralo u celokupnom svom izobilju, neophodno je intenzivno raditi na izgradnji lanca visokih vrednosti koji pretpostavlja prevazilaženje sledećih ključnih prepreka:

- loša interna mobilnost i nepostojanje rečne flote;



- loša smeštajna struktura;
- nedovoljna zaštita, uređenje i unapređenje celokupnog prostora «Donjeg Podunavlja» - zaštita navedenih turističkih atrakcija za potrebe turističkog biznisa, sa posebnim naglaskom na Nacionalni park „Đerdap“;
- poboljšanje demografske slike «Donjeg Podunavlja» (trenutna depopulacija stanovništva, nepovoljna starosna i obrazovna struktura populacije); i
- rešavanje ekonomskih problema (nizak stepen ekonomske razvijenosti, tranzicioni i privatizacioni problemi društvenih preduzeća, visoka nezaposlenost).

## IV TRŽIŠNA ANALIZA

### 1. SRBIJA

#### 1.1. 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.

Dunav predstavlja veliki turistički potencijal Srbije, koji je trenutno u potpunosti neiskorišćen. U Strategiji turizma posebno je naglašeno da je Dunav jedna od karata na koju Srbija treba da igra prilikom internacionalnog pozicioniranja. Posebno je istaknuto da niti jedan drugi turistički resurs u Srbiji nije istovremeno i **nacionalno kohezivan i globalno konkurentan**. Isto tako, navedeno je da veličina i važnost dunavskog koridora kroz Srbiju može usmeriti željeni razvojni zalet u sve delove Srbije ("spill-over"). Turistička valorizacija Dunava u celom njegovom plovnom delu, kao i dodatna afirmacija Beograda kao glavnog grada predstavlja za Srbiju tržišnu "quick win" opciju. Međutim, bez obzira na izuzetno veliki potencijal, nautički turizam je na samom početku razvoja u Republici Srbiji.

#### 1.2. Smeštaj

Strukturu smeštajnih kapaciteta Srbije karakterišu sledeće činjenice:

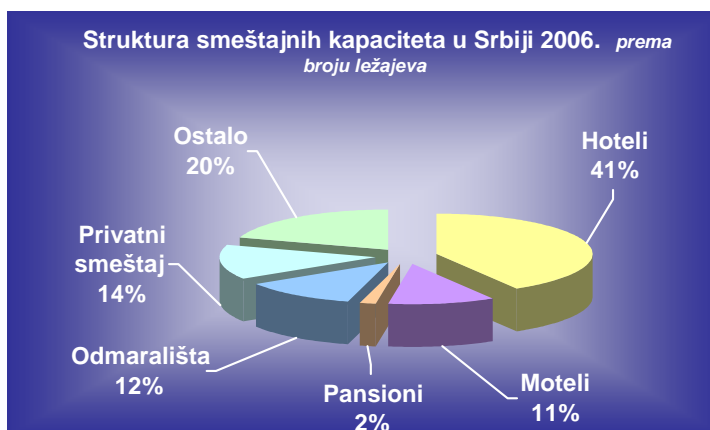
- u 2006. godini je registrovano nešto manje od 90 hiljada turističkih ležajeva sa preovlađujućom ulogom hotelskih kapaciteta (41%), što smešta Srbiju prema procentualnom udelu hotelskog smeštaja u proseku regiona Jugoistočne Evrope (40 – 50% čine hotelski kapaciteti);
- struktura hotelskih kapaciteta je vrlo nepovoljna sa aspekta kvaliteta ponude, gde samo 9% hotelskog smeštaja čine hoteli sa 4 i 5 zvezdica<sup>17</sup> prema domaćim pravilima kategorizacije. Međutim, ukoliko bi se ti kapaciteti posmatrali prema internacionalnim

<sup>17</sup> Izvor: Horwath Consulting Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, Strategija turizma Republike Srbije, 2006.

standardima kategorizacije ovaj procenat hotelskog smeštaja viših kategorija je realno i manji;

- 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.

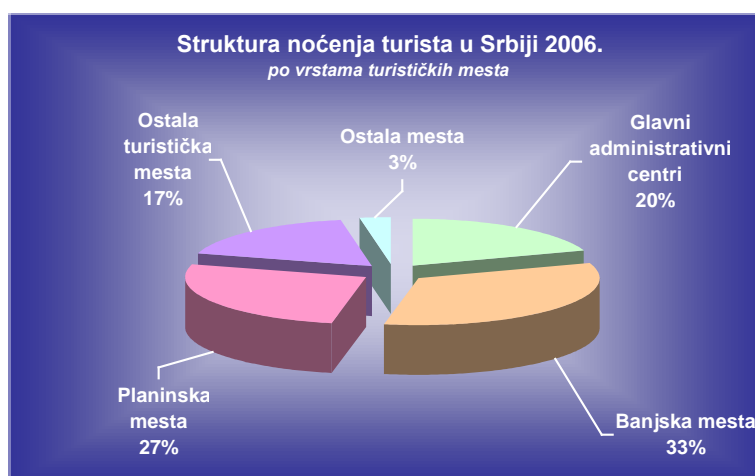
Sledeći grafikon prikazuje strukturu smeštajnih kapaciteta Republike Srbije u 2006. godini:



Izvor: RZS RS, 2006.

### 1.3. Tražnja

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 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 je Srbija uglavnom fokusirana na poslovni promet (gde čak 53% ukupnih inostranih dolazaka čini 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.

#### 1.4. 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>18</sup>.

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

<sup>18</sup> O metodologiji izbora turističkih proizvoda Srbije pogledati opširnije u *Strategiji razvoja turizma* Srbije.



nautika, manifestacije, ruralni turizam i specijalni interesi. Dostignuti nivo konkurentnosti skoro svih turističkih proizvoda nije preterano dobar. To se posebno odnosi i na Nautiku kao turistički proizvod gde Srbija ima veoma dobar resursni potencijal za razvoj ovog proizvoda, ali i gde se i pored toga nalazi na početnoj tački razvoja.

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 razumljivo biti usmeren prema karakteristikama turističkog prometa, smeštajnih kapaciteta i postojećih turističkih proizvoda u Donjem Podunavlju.

## 2. DONJE PODUNAVLJE

### 2.1. Atraksije i turistička infrastruktura područja

Atraksije i turistička infrastruktura predstavljaju značajan tržišni element usled značajnog uticaja na nastanak i stimulisanje tražnje za turističkim proizvodima. Postojanje najvećeg broja turističkih proizvoda direktno zavisi od atrakcija i infrastrukture nekog područja. Atraksije i turistička infrastruktura „Donjeg Podunavlja“ su detaljno predstavljeni u okviru situacione analize (glava III), tako da ovde neće biti šireg osvrt. Data analiza je pokazala da navedeno područje poseduje izuzetno velike potencijale za razvoj velikog broja turističkih proizvoda koji se mogu efikasno pozicionirati i na međunarodnom tržištu.

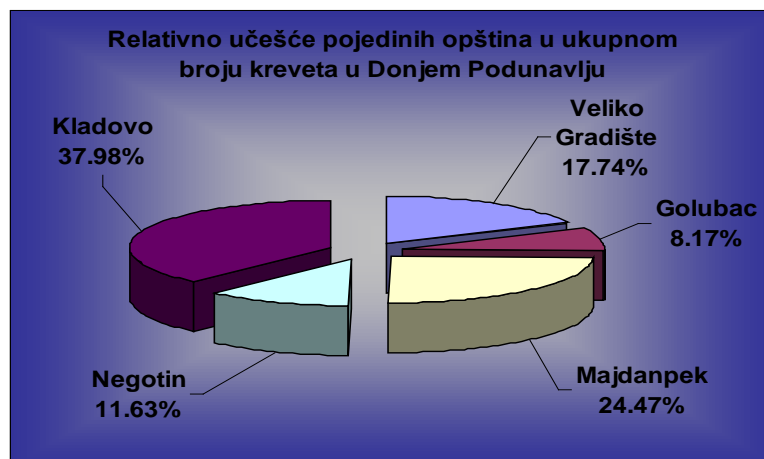
### 2.2. Smeštaj

U području „Donjeg Podunavlja“ postoji 19 registrovanih objekata za pružanje usluga smeštaja koji raspolažu sa 833 sobe i 1.942 kreveta. Struktura smeštajnih kapaciteta, zajedno sa ukupnim brojem soba i brojem kreveta po određenim vrstama smeštajnih objekata predstavljena je u sledećoj tabeli:

	Objekti	Sobe	Kreveti
Hoteli	6	595	1294
Moteli	1	5	10
Pansioni	4	45	127
Odmarališta	1	150	400
Privatni smeštaj	4	18	36
Ostalo	3	20	75
<b>Ukupno</b>	<b>19</b>	<b>833</b>	<b>1942</b>

*Izvor:* TO Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo, Negotin

U cilju jasnijeg sagledavanja teritorijalnog rasporeda kreveta na sledećem grafikonu je predstavljeno procentualno učešće broja kreveta u pojedinim opštinama „Donjeg Podunavlja“.

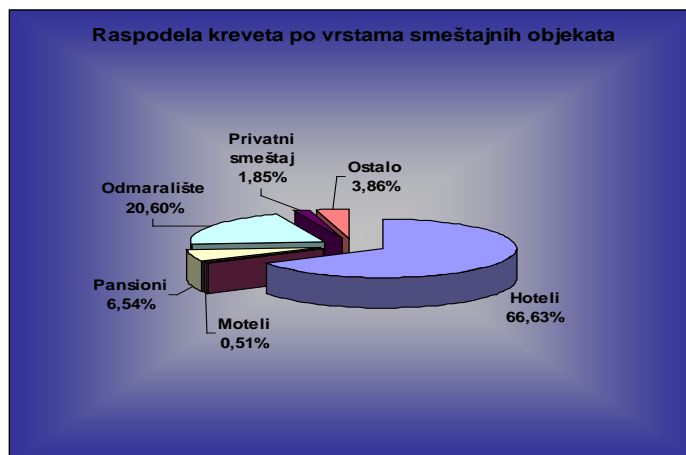


Osnovne karakteristike smeštajnih kapaciteta „Donjeg Podunavlja“ su sledeće:

- *najveći broj osnovnih smeštajnih jedinica u području (soba i kreveta) pripada hotelima.* U području postoji šest hotela koja raspolažu sa ukupno 595 soba što predstavlja 71.51% od ukupnog broja soba u području i 1.294 kreveta, odnosno 66.63% od ukupnog broja kreveta. Na administrativnim teritorijama svih opština «Donjeg Podunavlja» postoje hotelski objekti: hotel «Srebrno Jezero» u Velikom Gradištu, hotel «Golubački grad» u Golupcu, hotel «Lepenski Vir» u Donjem Milanovcu (opština Majdanpek), hoteli «Đerdap» i «Plaža» u Kladovu i hotel «Ineks Krajina» u Negotinu,
- *smeštajne jedinice su nižeg kvaliteta.* Hotelski objekti su nižeg stepena kategorizacije. Od šest hotelska objekta u području jedan nije kategorisan (hotel Plaža), tri hotela imaju kategorizaciju od samo dve zvezdice (hotel «Golubački grad» i hotel «Ineks Krajina», hotel «Srebrno Jezero»), dok samo dva hotela imaju tri zvezdice (hotel «Lepenski Vir» i hotel «Đerdap»). Kategorizacija hotela je predstavljena u sledećoj tabeli:

HOTELI	Broj
5*	
4*	
3*	2
2*	3
1*	
Nekategorisani	1

- *pored hotela, u „Donjem Podunavlju“ od smeštajnih kapaciteta postoje još i:* jedan motel, četiri pansiona, jedno odmaralište, više objekata koji pružaju usluge privatnog smeštaja, kao i određeni broj ostalih objekata gde se, pre svega, misli na restorane i lovačke domove koji raspolažu smeštajnim jedinicama. Pojedinačno najveći smeštajni objekti u području su hotel «Lepenski Vir» koji raspolaže sa 250 soba i 450 kreveta i omladinsko sportsko odmaralište «Karataš» u Kladovu koje raspolaže sa 150 soba i 400 kreveta, čija je smeštajna ponuda namenjena prevashodno sportskim ekipama koje dolaze zbog priprema. Raspodela kreveta po vrstama smeštajnih objekata je predstavljena na sledećem grafikonu:

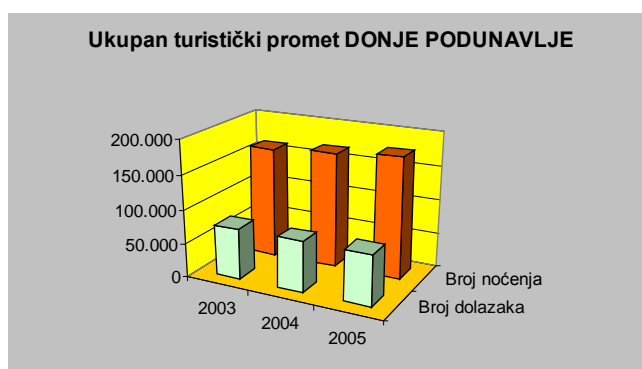


- *hoteli raspolažu mogućnošću prijema većih grupa turista, kao i mogućnošću organizovanja kongresnog turizma.* Hoteli u „Donjem Podunavlju“ imaju mogućnost smeštaja većih organizovanih grupa posetilaca. Takođe, dva hotela («Lepenski Vir» i «Đerdap») raspolažu i kongresnim salama kapaciteta sa oko 250 mesta, što pruža mogućnost organizovanja konferencija i drugih oblika MICE proizvoda.
- prosečan stepen zauzetosti svih kapaciteta u „Donjem Podunavlju“ je nizak. Stepenn zauzetosti (merenn zauzetošću ležajeva na godišnjem nivou) iznosi 25,3%, ili 92 dana pune zauzetosti kapaciteta. Prosečan stepenn zauzetosti kapaciteta hotela je nešto viši i iznosi 27,8% ili 102 dana pune zauzetosti kapaciteta. Hoteli ostvaruju prosečan godišnji prihod po sobi od 4.512 evra.

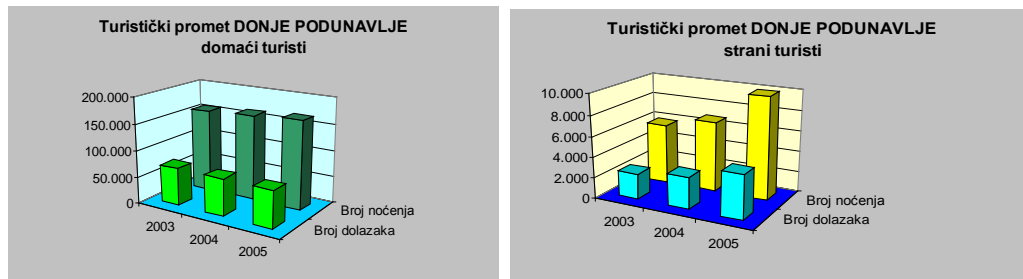
### 2.3. Tražnja

Turističko područje „Donje Podunavlje“ ima sledeće karakteristike tražnje:

- u području „Donjeg Podunavlja“ je u 2005. godini ostvareno 75.051 dolazaka turista po osnovu čega je realizovano 176.928 noćenja.<sup>19</sup> Prosečna dužina boravka turista je bila 2,4 dana. Ukupno ostvaren turistički promet u 2003., 2004. i 2005. godini, kao i posebno promet za domaći i inostrani turizam, prikazan su na sledećim grafikonima:



<sup>19</sup> Zvanični podatak Republičkog statističkog zavoda



Prema proceni EFBG, na osnovu podataka dobijenih od lokalnih turističkih institucija sa područja pet opština, turistički promet u 2006. godini iznosio je 179.027 noćenja. Bliža analiza turističkog prometa pokazuje sledeće:

- *ukupan turistički promet „Donjeg Podunavlja“ u poslednjim godinama se blago povećava - prosečna stopa oko 2%. Stopa rasta je ispod evropskog proseka i proseka rasta drugih zemalja u regionu. U apsolutnim iznosima povećanje prometa nema značajne vrednosti (1.500 dolazaka i oko 3.000 noćenja), s obzirom na nisku početnu bazu broja dolazaka i broja noćenja što ukazuje na nedovoljnu razvijenost turizma u području;*
- relativno učešće ukupnog broja dolazaka turista u „Donjem Podunavlju“ u ukupnom broju dolazaka u Srbiju, u poslednje tri analizirane godine, iznosi prosečno 3,7 %, dok je relativno učešće u broju noćenja manje i iznosi 2,7 %;
- najveći deo prometa se ostvaruje po osnovu domaćeg turizma. Relativno učešće inostranog turističkog prometa je skromno. Ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2005. godini je bio 4.278, što predstavlja 5,74% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj noćenja bio 9.893, što predstavlja 5,59% 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. Na sledećim grafikonima su predstavljeni odnosi turističkog prometa ostvarenih po osnovu dolazaka domaćih i inostranih turista:

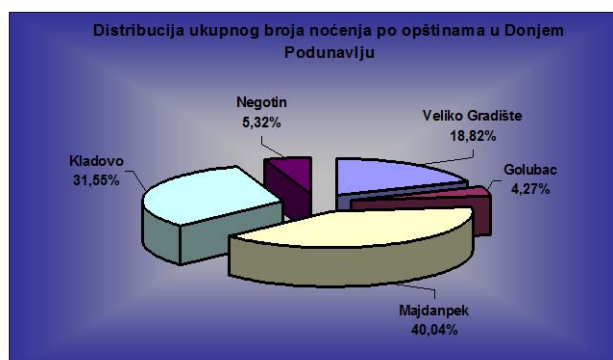
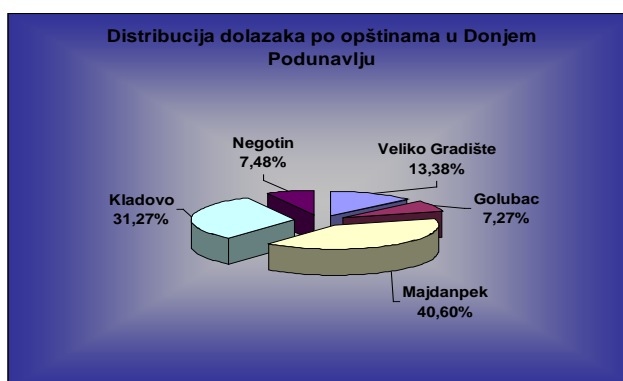


- apsolutne vrednosti ostvarenog turističkog prometa kao i učešće „Donjeg Podunavlja“ u ukupnom turističkom prometu Srbije su dosta skromni, s obzirom na prirodne potencijale i veličinu administrativnog područja. Skromne vrednosti ukazuju na slabu



razvijenost turizma i nepostojanje sistemskog pristupa razvoju i upravljanju turizmom u području;

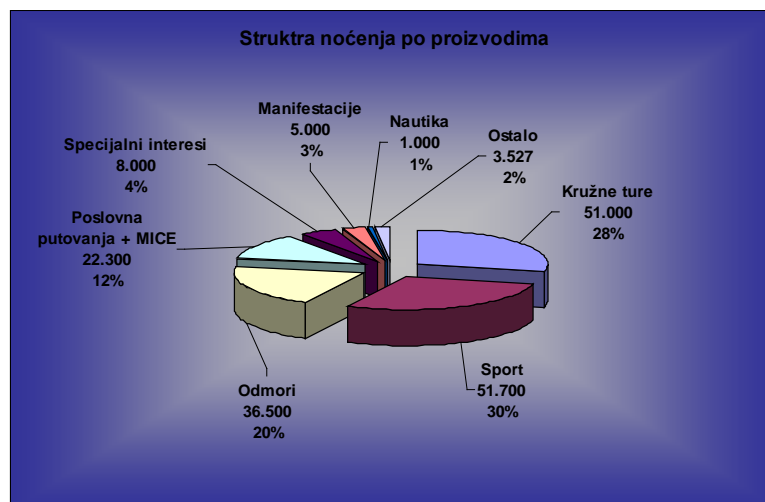
- najveći deo turističkog prometa, više od 80%, se realizuje u hotelima. Značajan deo prometa, oko 12%, se ostvaruje u omladinskom sportskom kampu «Karataš» u Kladovu, gde se dolazi zbog priprema, učestvovanja u sportskim kampovima i sportskim igrama;
- regionalno posmatrano najveći deo turističkog prometa se ostvaruje u opštinama Majdanpek i Kladovo koje su turistički najrazvijenije opštine u „Donjem Podunavlju“, dok opštine Negotin i Golubac ostvaruju najmanji deo prometa i turistički su najnerazvijenije. Distribucija turističkog prometa po opštinama je predstavljena na sledećim grafikonima:



- ukupan turistički promet koji se danas ostvaruje u području „Donjeg Podunavlja“ je oko 55% od prometa koji je ostvarivan tokom 80-tih godina XX veka. Tako, na primer, broj noćenja u 2005. godini predstavlja 58% od broja noćenja koji je ostvaren u 1985. godini, kada je inače zabeležen maksimalan promet u posmatranom području.

## 2.4. Turistički proizvodi

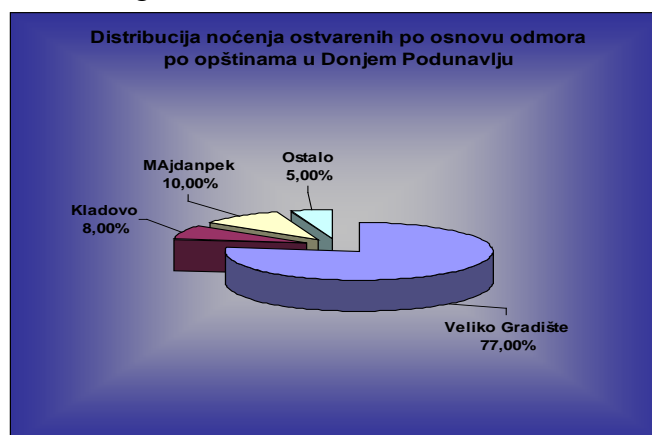
Na osnovu analize stanja turističkog tržišta „Donjeg Podunavlja“, identifikovano je osam turističkih proizvoda. Cilj analize je sagledavanje tržišnog stanja postojećih turističkih proizvoda kroz analizu ponude, na kojoj se bazira postojanje proizvoda, i intenziteta tražnje za tim proizvodima. Kao polazna godina za analizu je uzeta 2006. godina i procenjeni broj od 179.027 noćenja. Struktura noćenja po pojedinačnim turističkim proizvodima je predstavljena na sledećem grafikonu:



Identifikovani turistički proizvodi su sledeći:

**Odmori.** Ukupan turistički promet sagledan kroz broj noćenja turista koji dolaze zbog odmora je u 2006. godini iznosio oko 36.500, što predstavlja 20% od ukupnog broja noćenja u području. Od ukupnog broja noćenja procena je da se oko 20.000 noćenja realizuje po osnovu kraćih odmora (do 5 dana) i 16.500 po osnovu dužih odmora (koji traju duže od 8 dana). Prema procenama, broj noćenja turista koji dolaze sa motivom odmora veći je, s obzirom na postojanje neevidentiranog turističkog prometa u privatnim vikendicama i u neregistrovanim kamp naseljima. Procena je da je broj neevidentiranih noćenja oko 35.000, što zajedno sa evidentiranim brojem predstavlja oko 70.000 noćenja. Prosečno zadržavanje turista koji dolaze zbog odmora je oko 5 dana.

- Najveći deo prometa (preko 95%) se ostvaruje po osnovu domaćeg turizma (Beograd i Vojvodina preko 80%). Broj inostranih turista koji dolaze zbog odmora je oko 600 godišnje. Inostrani turisti potiču iz Skandinavskih zemalja, Nemačke i Grčke. Inostrani turistički promet se u najvećoj meri ostvaruje kroz oblik odmora povezan sa posetama rodbini i prijateljima.
- Najveći deo prometa po osnovu odmora se realizuje u Velikom Gradištu, oko 80%, gde turisti dolaze u letnjim mesecima zbog odmora na jezeru. Distribucija turističkog prometa po osnovu odmora posmatranog kroz broj noćenja po opštinama je predstavljena na sledećem grafikonu:



**Nautika.** Ukupan turistički promet sagledan kroz broj noćenja turista koji dolaze zbog nautičkog turizma je u 2006. godini iznosio oko 1.000, što predstavlja manje od 1% od ukupno evidentiranog turističkog prometa. Razlog ovako niskog broja dolazaka nautičara u „Donje Podunavlje“ je nedostatak osnovne infrastrukture. U „Donjem Podunavlju“ praktično nema marine koja je adekvatno opremljena strujom, vodom i priključkom za gorivo, ne postoji mogućnost iznajmljivanja plovila, ne postoji smeštaj u okviru marina, ne postoje dodatne usluge (servisi za održavanje plovila, mogućnost kupovine opreme za plovila i sl.). Najznačajniji turistički promet je ostvaren u Donjem Milanovcu gde su se zaustavili inostrani brodovi i u Golupcu u kome je pristao najveći broj jedriličara (oko 500 zbog atraktivnosti destinacije za bavljenje ovom vrstom nautičkog sporta).

**Kružne ture.** Kružne ture su trenutno najznačajniji turistički proizvod u „Donjem Podunavlju“, posmatrano po broju dolazaka i broju noćenja turista. Prema procenama ukupan broj turista koji su u kružnim turama posetili „Donje Podunavlje“ u 2006. godini iznosio je oko 26.000, po osnovu čega je i ostvareno oko 51.000 noćenja. To predstavlja oko 28% od ukupno ostvarenog broja noćenja u području. U okviru kružnih tura turisti obilaze u najvećoj meri kulturno-istorijske znamenitosti.

- Kružne ture u „Donjem Podunavlju“ koriste orgnizovane grupe turista i individualni turisti. *Grupne ture* su najznačajniji oblik proizvoda kružnih tura u području. Grupne ture koje su posetile „Donje Podunavlje“ u 2006. godini su bile: (1) dačke ekskurzije (20.000 dolazaka), (2) organizovane grupe penzionera (1.000 dolazaka) i (3) inostrani turisti koji plove Dunavom brodovima (1.000 dolazaka). Broj *individualnih posetilaca* u 2006. godini se procenjuje na oko 3.000. Domaći i inostrani individualni korisnici tura su najčešće turisti čiji su osnovni motivi dolaska u područje: posete rodbini i prijateljima, poslovna putovanja i MICE. Manji je broj individualnih posetilaca koji su posetili područje zbog obilaska kulturno-istorijskih spomenika (broj se procenjuje na oko 300 domaćih turista).
- Lokaliteta koji se najčešće posećuju u grupnim ili individualnim turama su: Arheološko praistorijsko nalazište «Lepenski Vir», Ramska tvrđava, Srebrno jezero, Rajkova pećina, razgledanje Donjeg Milanovca; Rudna glava; Fetislam – Kladovska tvrđava; Diana-Zaves; Trajanova tabla; Hidrocentrala «Đerdap»; Mokranjčeva kuća; Muzej Hajduk Veljka; Muzej Negotinske Krajine; Rajačke i Rogljevačke pivnice.

**MICE + poslovna putovanja.** Ukupan broj noćenja koji se realizuje po osnovu poslovnih putovanja i MICE u „Donjem Podunavlju“ u 2006. godini bio je oko 22.300, što predstavlja oko 12 % od ukupno ostvarenog broja noćenja.

- Prema procenama po osnovu individualnih poslovnih putovanja u „Donjem Podunavlju“ je u 2006. godini ostvareno oko 4.000 noćenja, što predstavlja oko 18% prometa ostvarenog po osnovu proizvoda poslovnih putovanja + MICE. Po osnovu MICE-a (učešća na raznim seminarima, konferencijama i kompanijskim obukama) ostvareno je oko 18.300 noćenja, što predstavlja oko 82% od ukupnog prometa po osnovu ovog proizvoda.
- Individualni poslovni putnici su u najvećem broju (preko 80%) iz Srbije i odsedaju u svim opštinama u području. Inicijatori MICE-a su različita udruženja (medicinski radnici, prosvetni radnici, računovođe

i sl) i privredne organizacije koje u najvećoj meri potiču iz Beograda, Novog Sada i Niša. Najveći deo prometa po osnovu MICE - a (preko 95%) se ostvaruje u Donjem Milanovcu (hotel «Lepenski Vir») i Kladovu (hotel «Đerdap»).

**Turizam specijalnih interesovanja.** Proizvodi specijalnih interesovanja koji postoje u „Donjem Podunavlju“ su: sportski ribolov, aktivnosti u Nacionalnom parku Đerdap, sportovi na vodi i biciklizam. Po osnovu proizvoda specijalnog interesovanja se godišnje ostvaruje oko 8.000 noćenja, što predstavlja oko 4% od ukupno ostvarenog broja noćenja.

- **Sportski ribolov** je najznačajniji proizvod specijalnog interesovanja u području „Donjeg Podunavlja“. Ukupan broj zvanično evidentiranih noćenja koji se ostvari po osnovu sportskog ribolova je oko 6.000. Izvesno je da je broj noćenja znatno veći s obzirom da se najveći deo prometa ne evidentira jer ne postoji evidencija o broju dolazaka i broju noćenja turista u kamp naseljima i privatnim vikendicama, koje sportski ribolovci najčešće koriste. Prema procenama, u selima Brza Palanka, Tekija i Brnjica, u kamp područjima i vikend naseljima, sportski ribolovci ostvare više od 30.000 noćenja godišnje (prosečna dužina boravka se kreće od 2 do 3 dana). Osim u ribarskom selu Brnjica, ne postoji infrastruktura koja je profilisana prema segmentu sportskih ribolovaca. Sportski ribolov se odvija i na području Nacionalnog parka, u kome se ostvari oko 700 noćenja po ovom osnovu.
- **Nacionalni park «Đerdap»** pruža pogodnosti za razvoj većeg broja proizvoda specijalnog interesovanja. Trenutno od proizvoda postoje: sportski ribolov, lov, panoramsko razgledanje i istraživanje flore i faune. Zvaničan broj posetilaca godišnje je oko 1.000 (deo je uključen u zbir koji se odnosi na sportski ribolov), dok je stvaran broj veći što je teško proceniti s obzirom da je ulazak u park slobodan i da ne postoji statistička evidencija posetilaca. Od infrastrukture u parku postoje: (1) uređene staze rekreativnog, planinskog i lovnog karaktera konstruisane sa ciljem da posetiocima pruže mogućnost obilaska najatraktivnijih delova parka (ukupno 7); (2) uređeni vidikovci za posmatranje i (3) smeštajni objekti apartmanskog tipa koji raspolažu sa ukupno 20 ležaja.
- **Biciklizam** je još uvek nedovoljno razvijen proizvod. Godišnje kroz područje prolazi oko 1.000 biciklista iz inostranstva. Zbog neprilagođenog i neadekvatnog sadržaja biciklisti retko koriste usluge u području. Pogodnost za razvoj biciklizma pruža činjenica da evropski biciklistički koridor prolazi kroz „Donje Podunavlje“ dužinom od oko 200 km.
- Od **sportova specijalnog interesovanja** postoje kajak, kanu i paraglajding. Po osnovu ovih sportova godišnje se ostvaruje oko 500 noćenja. Postojanje proizvoda se bazira na prirodnim atraktivnostima – Srebrno Jezero (kanu i kajak) i brdo nadomak Velikog Gradišta koje je pogodno za paraglajding. Dodatna ponuda profilisana prema korisnicima proizvoda ne postoji.

**Sport.** Ukupan broj noćenja sportista u „Donjem Podunavlju“ koji dolaze zbog priprema i učestvovanja na sportskim takmičenjima u 2006. godini je bio oko 51.700,



što predstavlja 28% od ukupno ostvarenog broja noćenja. Najveći deo prometa (preko 95%) ostvaren je po osnovu boravka domaćih sportskih ekipa koje učestvuju u nižim rangovima takmičenja ili domaćih omladinskih ekipa koje učestvuju u višim rangovima. Najveći deo prometa (preko 95%) se ostvaruje u opštinama Kladovo i Majdanpek.

- U Kladovu se realizuje godišnje oko 35.000 noćenja sportista, što je oko 70% od ukupno ostvarenog prometa po osnovu boravka sportista u „Donjem Podunavlju“. Najveći deo prometa se realizuje u okviru sportskog kampa «Karataš» u kome pored smeštajnih kapaciteta postoji: sportska hala, zatvoreni bazen, teretana, fudbalski teren, više manjih terena na otvorenom (košarka, rukomet, tenis) i zdravstveni stacionar. Izvan kompleksa «Karataš» u Kladovu postoji još jedna sportska hala, dva fudbalska terena i veći broj manjih terena na otvorenom.
- U Donjem Milanovcu, u okviru kompleksa hotela «Lepenski Vir», po osnovu boravka sportista ostvaruje se godišnje oko 15.000 noćenja. Od infrastrukture u okviru kompleksa postoje: objekti zatvorenog tipa (bazen, teretana, kuglana) i objekti otvorenog tipa (fudbalski teren, tri pomoćna fudbalska terena, posebni tereni za košarku, mali fudbal, odbojku i tenis).

**Ruralni turizam.** Očuvana prirodna sredina, autentičnost sela i atraktivne antropogene karakteristike sela predstavljaju potencijal za razvoj ruralnog turizma u „Donjem Podunavlju“. Početkom 2006. godine, u 10 sela u opštinama Majdanpek i Negotin registrovano je 45 domaćinstva za bavljenje ruralnim turizmom, koja raspolažu sa ukupno 155 kreveta. Ukupno registrovani turistički promet u 2006. godini je bio 250 noćenja, ali se pretpostavlja da je stvarno ostvareni broj noćenja veći.

**Manifestacije.** U „Donjem Podunavlju“ postoji veći broj manifestacija koje su lokalnog karaktera, dok je samo određeni broj manifestacija nacionalnog karaktera. Ukupan broj noćenja turista koji dolaze zbog manifestacija u 2006. godini je iznosio oko 5.000, što predstavlja 3% od ukupno ostvarenog broja noćenja. Broj dolazaka je značajno veći i kreće se oko 15.000, s obzirom da u vreme održavanja manifestacija postoji veći broj jednodnevnih posetilaca. Najznačajnije manifestacije u „Donjem Podunavlju“ su:

„Carevčevi dani“ – manifestacija posvećena velikom srpskom kompozitoru Vlastimiru Pavloviću Carevcu, koji se održava svake godine u Velikom Gradištu, počev od 1995. godine. U okviru ove manifestacije održava se takmičenje violinista i pevača;

*TID međunarodna veslačka regata* – to je najveća i najduža rečna regata na svetu jer traje 61 dan u dužini od 2080 km toka Dunava. Regata je veoma popularna u svetu jer, pored učesnika iz podunavskih zemalja, na njoj učestvuje i veliki broj veslača sa drugih kontinenata. Kroz Srbiju prolazi 17 dana u organizaciji Odbora za turizam Kajakaškog saveza Srbije;



„Hajka na vuka“ – odražava se u selu Dobra (februar mesec, 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 su: jedrenje, skijanje na vodi, igre bez granica, turnir u basketu, stare čobanske igre, pecanje na plovak, igre za najmlađe i centralni događaj kuvanje riblje čorbe, gde se prijavi oko 100 takmičara. Uveče je bogat zabavni program i proglašenje pobjednika. Tokom dana i u večernjim satima bude oko 1000 gostiju;



*Etno –festival* - festival hrane, muzike i starih zanata sa posetom kulturno-umetničkih društva iz čitave Srbije i oko 1000 gostiju);



*Državno prvenstvo u jedrenju* - održava se polovinom avgusta. Regatno polje za jedrenje je promenljivo u zavisnosti od vetrova koji su potrebni za održavanje istih. Uglavnom je to reon od naselja Usije do tvrđave (organizator JSS i TOG)

*Kup Djerdapa u jedrenju*- održava se već 32 godine u Donjem Milanovcu, svake poslednje nedelje avgusta meseca (organizator AJK Beograd i AJK Djerdap).

*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 specifična u zemlji (međunarodnog je karaktera, a organizatori su: MZ Donji Milanovac, KUD „Lepenski Vir”, Muzička škola Majdanpek);



*Seoska olimpijada u Rudnoj Glavi* – tradicionalno se održava u selu Rudna Glava već 35 godina;

*Zlatna bučka Đerdapa* – ribolovno-sportska manifestacija lova soma na bučku, koja se održava druge nedelje avgusta (organizatori: TDT, TOOK, SO Kladovo i Ministarstvo za kulturu Srbije);

*Etno festival istočne Srbije* – po prvi put je bio organizovan u Kladovu 20. avgusta 2005. godine, na platou ispred Arheološkog muzeja Đerdapa, ima nameru da postane tradicionalan za ovaj deo Srbije;

*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);

*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);

„*Mokranjčevi dani*“ – počev od 1966. godine u Negotinu se održava festival horske muzike u spomen najvećem srpskom kompozitoru Stevanu Stojanoviću Mokranjcu. Ovaj festival okuplja najpoznatije izvođače iz zemlje i sveta. U okviru manifestacije odražavaju se brojne izložbe;

„*Čučuk Stanini dani*“ – manifestacija folkora u selu Sikole – svakog avgusta;

„*Krajinski običaji*“ – manifestacija u selu Štubik, a u spomen na bitku u kojoj je po prvi put došlo do saradnje Srba i Rusa, održava se svake godine od 1972.godine;

„*Stvaralački dani*“ – kulturna manifestacija sa muzičkim, književnim, likovnim i etnografskim sadržajima;

Majske večeri – četvorodnevna svečanost koja se održava u čast gradske slave Spasovdan. U okviru ove manifestacije organizuju se različiti književni, muzički i ostali programi u Negotinu;

*Berba grožđa u Rajcu i Rogljevu* – održava se svakog septembra.

Kao što se vidi, zaista postoji velik broj manifestacija koje su uglavnom lokalnog značaja i koje se sa ukupnim razvojem turizma na ovoj destinaciji sadržajno mogu dalje da obogaćuju i da ostvaruju znatno veće efekte.

### 3. AKTUELNI TRENDOVI U TURIZMU

#### 3.1. 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 beznačajan 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 nužno se mora vezati sa očekivanim rastom diskrecionog dohotka namenjenog putovanjima. Sadašnji registrovani bruto nacionalni dohodak po glavi stanovnika ne može opravdati realno visoku turističku aktivnost stanovništva Srbije, posebno u inostranstvo. Reč je verovatno o još uvek delovanju sive ekonomije. Sadašnjih oko 4000 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, sa očekivanim privrednim rastom od 6 do 7 % godišnje, može ubrzo očekivati povećanje, ne samo putovanja u inostranstvo, nego i 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 GDP 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.

### 3.2. Inostrano 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: WTO

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 samo 52% svetskog turističkog prometa.

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



Ključni turistički trendovi u Evropi		
	Trend	Glavne posledice za turistički sektor
Demografija	<i>Broj starijih osoba će značajno porasti. Seniori će biti zdraviji i raspolagati s višim dohotkom nego ranije.</i>	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.
	<i>Prosečni broj osoba po domaćinstvu će se i nadalje smanjivati, što će rezultovati višim raspoloživim dohotkom i kupovnom moći.</i>	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	<i>Svest o zdravlju će i dalje rasti.</i>	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 i obrazovanje	<i>Prosečan nivo obrazovanja raste.</i>	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	<i>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.</i>	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	<i>Sve sofisticiraniji potrošači su sve svesniji svojih potreba i prava.</i>	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 postajace u budućnosti sve fragmentiranije, što će uticati na češće ponavljanje odmora. Lojalnost destinaciji nastaviće da opada tokom idućih godina. Sve iskusniji turisti imaju 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	<i>Penetracija Interneta i njegovog korišćenja u svrhu informisanja i kupovine turističkih proizvoda i usluga nastaviće da raste.</i>	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	<i>Povećanje raspoloživosti vozova velike brzine i avioprevoznika s niskim tarifama će uticati na klasične tokove putovanja. Drumski saobraćaj suočavaće se sa sve većom gužvom.</i>	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	<i>Svest o očuvanju čovekove sredine će nastaviti rasti.</i>	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	<i>Rastuća potreba da se osećamo bezbedni i zaštićeni, zbog terorističkih akcija, regionalnih ratova, zagađenja i ostalih kriza koje su postale deo svakodnevnog života.</i>	Sve kritičniji turista neće oklevati da se žali ukoliko ponudeni proizvod ne zadovoljava očekivane standarde.

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

### 3.3. Zaključak

Tržišni okvir za razvoj turizma „Donjeg Podunavlja“, 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 razvoj turizma Republike 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;
- „Donje Podunavlje“ ima izuzetno povoljne prirodne i društvene pogodnosti za razvoj turizma. Karakteristike Dunava u području „Donjeg Podunavlja“ (dubina, širina, atraktivno prirodno okruženje koje pruža ugodaj posebnog panoramskog iskustva i sl.) pružaju pogodnost za razvoj većeg broja proizvoda (nautika, odmori i sl.). Pored Dunava značajni resursi su: Nacionalni park «Đerdap», Srebrno Jezero, bogato kulturno istorijsko nasleđe područja, atraktivna prirodna sredina, očuvan etno duh i sl. U „Donjem Podunavlju“ već postoji veliki broj turističkih proizvoda koji nisu u dovoljnoj meri komercijalizovani na domaćem, a posebno ne na inostranom tržištu. Nedovoljna razvijenost turizma je posledica nesistematskog i neplanskog pristupa razvoju. Planski pristup razvoju turizma, uz adekvatne marketing napore, treba da doprinese da regija postane turistički izuzetno značajna kako na domaćem tako i na evropskom turističkom tržištu;
- na kratak i srednji rok po osnovu domaćeg turizma će se ostvarivati najznačajniji deo prometa. U budućnosti se može očekivati ekspanzija domaćeg turizma usled rasta dohotka i preferencija domaćih turista da putuju 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 turizma u „Donjem Podunavlju“ su: (1) visoke stope rasta nautičkog turizma na rekama (gde Dunav i Volga imaju najznačajniju ulogu, što se inače slikovito može videti u benčmark analizi), (2) preferenciju turista da provode odmore u prirodnoj i očuvanoj ekološkoj sredini uz mogućnost korišćenja proizvoda specijalnog interesovanja, (3) težnja da se poslovni sastanci održavaju izvan velikih gradova u atraktivnom prirodnom ambijentu, (4) sve veće interesovanje za obilaskom kulturno-istorijskog nasleđa i prirodnih lepota, (5) rast oblika odmora kroz posete rodbini i prijateljima (za ovaj oblik odmora postoji potencijal u području na srednji i dugi rok s obzirom da veliki deo stanovništva iz područja živi ili radi u Skandinavskim zemljama i zemljama Zapadne Evrope).

## 4. BENČMARK PROJEKTI I ANALIZA KONKURENCIJE

### 4.1. Šta pokazuje benčmark analiza i analiza konkurencije?

Radi izgradnje celovitog lanca visoke vrednosti i konkurentnosti turističkog tržišta „Donje Podunavlje“, kao i kvalitetnog pozicioniranja ukupnog „paketa ponude“ na međunarodnom turističkom tržištu, neophodno je da sledimo primere i iskustva najboljih praksi u svetu, a posebno u razvijenim evropskim zemljama kroz koje protiče reka Dunav. Uvidom u pokazatelje osnovnih karakteristika izabranih turističkih destinacija i ispoljenih svetskih trendova, dobija se dobar putokaz za integralno planiranje „paketa ponude“ i razvoj turizma na području „Donjeg Podunavlja“. U date svrhe sprovedena je i benčmarking analiza i analiza konkurencije za potencijalno interesantne proizvode koji bi mogli da se masovno komercijalizuju na posmatranoj turističkoj destinaciji. Pri tome smo težište s razlogom dali na izučavanju pozitivnih iskustava u razvoju nautičkog turizma i ostalih komplementarnih turističkih proizvoda na gravitacionim i turistički razvijenim područjima Dunava.

Analiza na odabranim primerima pokazala je sledeće:

- konstantno se unapređuje i povećava broj brodova za tzv. rečni „cruising“ i čarter kompanije, kao i broj turističkih agencija koje nude kraća putovanja (od par sati, pola dana ili dan), srednja putovanja od par dana ili duža putovanja (oko 14 dana) sa organizovanim stajanjima u unapred određenim turističkim destinacijama uz razgledanje mesta i destinacija, izletima u prirodu i okolinu kao i aktivnostima specijalnih interesa;
- značajna pažnja se posvećuje uređenju (čišćenje tla, uklanjanje trupaca drveća) i zaštiti vodenih resursa i područja uz obalu (prvenstveno prirodni i kulturni resursi, netaknuta i čista priroda) u skladu sa održivim razvojem, urbanističkim i prostornim planiranjem, uz adekvatno turističko označavanje i signalizaciju. To se posebno i u punoj meri odnosi na veći broj nacionalnih parkova koji se nalaze u priobalju i zaleđu Dunava i ostalih međunarodnih reka koje imaju razvijen nautički turizam;
- grade se diversifikovani smeštajni kapaciteti (hoteli, bungalovi, kamp kućice...), izgrađuju se multifunkcionalni sportski objekti, prihvatni punktovi, ali se uporedo sa tim povećava broj priključaka za električnu energiju, vodu, gas i kanalizaciju, suvih vezova sa kompletnim uslugama za nautičare, benzinske stanice za dotok goriva itd.;
- u samim pristaništima i lukama postoji mogućnost iznajmljivanja različite sportske opreme i prevoza. Posebno se aktivira javni prevoz radi povećanja mobilnosti turista – npr. rečni taxi, turing malim autobusima i kolima;
- projektuje se i uređuje prostor za rekreativne i takmičarske sportove na vodi sa pratećim komplementarnim sadržajima (ugostiteljskim i komercijalnim) kako bi se povećala mogućnost dužeg boravka turista na datom lokalitetu. Aktuelno je posmatranje i fotografisanje flore i faune, kanjoning, ribolov, pešačenje, surfing, jahanje, obilazak kulturnih i prirodnih baština, biciklizam, planinarenje, plovidbe čamcem, rečne ekspedicije, penjanje uz stene, kampovanje, vožnju 4x4, izgradnja tematskih parkova, golf terena;

- prihvatni centri za turiste, osim osnovnih sadržaja, pružaju usluge popravki sportske opreme, iznajmljuju se usluge vodiča i sportskih instruktora;
- raznovrsnost geoloških i geomorfoloških formacija pored vodenih resursa (kanjoni, pećine, kameni mostovi) omogućavaju istraživanja naučnih radnika iz različitih oblasti;
- organizuju se posete: hidroelektranama uz pratnju vodiča, prezentacije, radionice, seminari, obilazak i razgledanje čaršija i tvrđava, crkava i manastira, muzeja i galerija;
- kadrovi se edukuju za obavljanje poslova turističkog menadžera, animatora, vodiča;
- informacije o prevoznim kapacitetima, destinacijama i atrakcijama mogu se naći na Internetu uz detaljno opisane programe koji se nude sa cenama;
- razvija se ruralni turizam u priobalnim naseljima uz široku lepezu gastronomske ponude, posebno na porodičnim gazdinstvima, kao i spa & wellness turizam na obalama reka, ali i na palubama broda. Uz to se sve više uključuje široki spektar aktivnosti, usluga i dodatnih sportskih sadržaja koje se organizuju na specijalizovanim farmama u cilju privlačenja turista i stvaranja dodatnog prihoda. Razvija se agro, kulturni i eko - etno turizam u cilju zaštite i razvoja područja u skladu sa principima održivog razvoja;
- za spa i wellness objekte se pored zdravstvenih programa turistima sve više pruža i mogućnost za različite sportske aktivnosti i zabavu na vodenim površinama (npr. bazeni sa toboganima, talasima, sa igračkama za decu, određene tematske celine, podvodne masaže, jakuzi kade) bez ispoljavanja sezonske komponente. Preferira se integralni nastup teritorijalno bližih tržišnih aktera kroz partnerstva i udruživanja kako bi se izgrađeni kapaciteti koristili maksimalno. Nude se i usluge koje uključuju posete muzejima, galerijama, vinarijama itd.;
- najnoviji trendovi na tržištu pokazuju značajne inovacije i diversifikaciju u grupi turističkih proizvoda specijalnih interesovanja (posmatranje prirode, kanjoning, lov i ribolov, pešačenje, rafting, paragliding, jahanje, obilazak kulturnih i prirodnih baština, biciklizam, planinarenje, plovidbe čamcem i rečne ekspedicije, slobodno penjanje uz stene, kampovanje, vožnja 4x4, istraživanje i edukacije, obilazak, proučavanje kanjona i pećina, paintball, fitnes i pilates, aguabik i sl.). Dati procesi odvijaju se uporedo sa unapređenjem i proširenjem postojeće ponude i u zavisnosti od starosti turista i njihovih preferencija;
- izgrađuje se integrisan turistički proizvod kako bi se turistički centri na i uzduž reka i jezera, kao i u njihovom zaleđu, intenzivno razvijali na takav način da svoje kapacitete stave u ponudu tokom cele godine (skup različitih letnjih i zimskih aktivnosti za odmor, rekreaciju i revitalizaciju, organizovanje tematskih tura obilaska: za avanturiste, za porodice sa decom, ljubitelje prirode...); i konačno
- sve veće težište se stavlja na profesionalno upravljanje destinacijom (*Destination Management*) i upravljanje posetiocima (*Visitor*



Management), uz uključivanje lokalnog stanovništva kao bitnog faktora održivog razvoja. To se posebno odnosi na nacionalne parkove gde se ulaznice naplaćuju, kao i smeštaj, a turistima se pružaju različite vrste usluga. Naglasak se stavlja i na preciznim kontrolnim procedurama koje vrše monitoring, kontrolu kvaliteta i unapređivanje stanja životne sredine u zaštićenim područjima.

Izloženi primeri koji se u daljem tekstu prikazuju su ilustrativni i predstavljaju zdrave i organske oblike poslovanja u razvoju nautičkog turizma i ostalih komplementarnih turističkih proizvoda na rekama. Dati oblici su, pre svega, nastali na tržišnim osnovama i kao takvi mogu biti od značajne koristi pri uobličavanju “paketa ponude” i na turističkoj destinaciji “Donje Podunavlje”.

## 4.2. Prikaz oglednih praksi i primera konkurencije

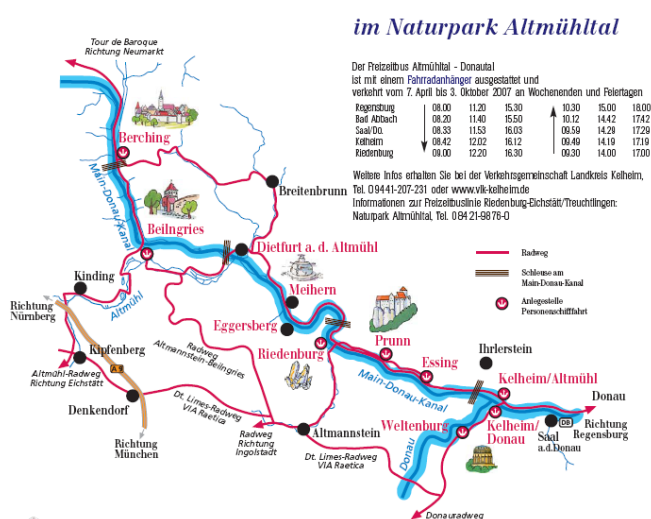
### 4.2.1. Nautički turizam na Dunavu

Istraživanje nautičkog turizma na Dunavu izvršeno je na bazi aktivnosti turističkih agencija koje nude krstarenje (uz dodatne sadržaje) Dunavom iz Nemačke, Austrije, Mađarske i Slovačke. Isto tako obuhvaćene su i interesantne turističke destinacije duž obala Dunava u navedenim zemljama.

#### NEMAČKA

Kompanija Personenschiffahrt im Donau- und Altmühltal ([www.schiffahrt-kelheim.de](http://www.schiffahrt-kelheim.de))

U ponudi su različiti programi obilaska Dunava i posete različitim kulturno-istorijskih spomenika i prirodnih bogatstava. Jedan od njih je i Park Prirode Altmühltal.



Izbor brodova kompanije, tj. bele flote je veliki, nabrojaćemo samo neke:



**MFS “WALHALLA”** sa kapacitetom do 150 osoba (paluba 50 mesta, salon 40 mesta)  
**MFS “MAXIMILLIAN II”** sa kapacitetom do 600 osoba (restoranima za 160 osoba na gornjoj palubi i 110 mesta na srednjoj palubi, 2 bara, sa ležaljka za sunčanje 250 mesta).

**MFS “LUDVIG DER KELHEIMER”** sa kapacitetom od 597 osoba, restoranom za 200 osoba na gornjoj palubi, 1 barom i ležaljka za sunčanje (180 mesta).

**PANORASCHIFF “ALTUMHIPERLE”** sa kapacitetom do 600 osoba, restoranom od 250 mesta na gornjoj palubi, 1 salonom sa 50 mesta, ležaljka za sunčanje (300 mesta).

**MFS “KELHAIM”** sa kapacitetom do 540 osoba, restoranom od 100 mesta na gornjoj palubi i ležaljka za sunčanje 150 mesta.

**Kompanija Regensburger Personenschiffahrt KLINGER GmbH**  
<http://www.schiffahrtklinger.de/klinger>

Termini za krstarenje u 2007. godini od 8. aprila do 22. oktobra.

<b>Abfahrt</b>	<b>Regensburg</b>	10.30 nizvodno	14.00 uzvodno
<b>Zwischenstop</b>	<b>Walhalla</b>	11.15 nizvodno	14.45 uzvodno
<b>Ankunft</b>	<b>Bach</b>	11.45 nizvodno	15.15 uzvodno
<b>Zwischenstop</b>	<b>Walhalla</b>	12.30 nizvodno	16.00 uzvodno
<b>Ankunft</b>	<b>Regensburg</b>	13.30 nizvodno	17.00 uzvodno

**Cenovnik za 2007.:**

- Deca do 5 godina besplatno, od 5-16 godina nizvodno 4,50 € uzvodno 6,50 €
- Za školarce i studente nizvodno 6,50 € uzvodno 8,50 €
- Za odrasle nizvodno 9,00 € uzvodno 12,00 €
- Za porodična krstarenja (2 odrasla i 2 dece) nizvodno 20,00 € uzvodno 25,00 €
- Na brodu se organizuju i muzičke večeri (živa svirka) sa cenom od 15,80 € po osobi.

**Kompanija Donauschiffahrt WURM & KÖCK GmbH & Co.**  
[www.donauschiffahrt.de](http://www.donauschiffahrt.de)



Turistička agencija sa 40 godina iskustva i prevezenih par miliona turista Dunavom sa sedištem u Bajernu i Österreich-u. U ponudi ima 11 brodova.

Najpoznatiji brod je “Regina Danubia” sa izuzetnom kulinarskom ponudom.

Obilazak Passau – mesta gde se spajaju tri reke sa trajanjem od 45 minuta. Cena po osobi 6,50 € Prošireno krstarenje sa trajanjem od 2 sata sa cenom od 8,50 €u jednom pravcu po osobi ili 9,50 €u oba pravca po osobi. Agencija nudi i dvodnevno krstarenje Passau-Linz-Wachau-Beč sa cenom od 259 € po osobi. U ponudi su i tematske večeri, organizovanje wellnesa, večera, kazina. Raspon cena je od 88 € do 171 €. Na brodu se organizuju i tematske večeri, doček Nove Godine, Dan majki. U ponudi je i veliki broj brodova, sa različitom ponudom i kapacitetima, a postoji mogućnost i iznajmljivanja.

**Kompanija Schweinger Personenschiffahrt ([www.renate.de](http://www.renate.de))**



Sezona traje od 25. marta do 4. novembra. Cena karata za odrasle u jednom pravcu je 4,20 € u oba 7,40 € Za decu od 6-16 godina u jednom pravcu 3,60 € u oba pravca 6,00 €. Porodična krstarenja u jednom pravcu (dvoje odraslih i maksimalno 3 dece) 12,00 € i u oba pravca 20,50 € Deca do 6 godina u pratnji odraslih besplatno. Organizuju se i grupna krstarenja. (15 osoba) sa 5% popusta i jednom besplatnom kartom. Iznajmljivanje broda u jednom pravcu za 80 osoba je 340 €dok je u oba pravca 580 €

### **Izabrane destinacije**

#### **Donaueschingen**

Atrakcije:

- mesto gde nastaje Dunav;
- sedište princeva – sa palatom princa Fürstenberg-a;
- ulica sa art nouveau zgradama;
- Etenburg dvorac izgrađen 1471;
- biciklističke staze – staza Danube Cycle Track and Footpath počinju ovde;
- međunarodno takmičenje u konjičkim skokovima The CHI Show Jumping Event;
- muzički festival Donaueschingen, izvođenje nove muzike, nastupaju autori iz celog sveta, održava se od 1921.

Smeštajni kapacitet:

**Hotel Der Öschberghof** sa četiri zvezdice (119 ležajeva, cena ležaja: 158 - 188 € sa golf terenima, wellness i spa sadržajima na 1.800 m<sup>2</sup>, 9 konferencijskih sala sa max kapacitetom do 200 osoba, 180 mesta u hotelskom restoranu + 100 na terasi. U blizini je i kamp sa 500 mesta.

### Donauwörth

Atrakcije:

- jedini grad na Dunavu koji je 1301. dobio zvanje „slobodni imperijski grad” (Freie Reichsstadt);
- Nemački Legoland udaljen 50 km;
- palate i dvorci: Harburg (12 km), Leitheim (11 km), Wallerstein (32 km), Baldern (40 km), Pappenheim (34 km), Willibaldsburg in Eichstätt (50 km);
- 5 muzeja, staze za bicikliste, pešake, golf tereni, iznajmljivanje brodova, otvoreni bazeni,;
- programi za decu na raspustu – jezera, roštilj, odbojka na plaži;
- pećina u Riesbürg (35 km).



Smeštajni kapacitet:

**Park hotel** sa 4 zvezdice, 45 soba / 83 ležaja, cena ležaja od 99 € (u većim dvokrevetnim sobama od 118 €), konferencijske sale za maksimalno 120 učesnika; restoran omogućuje organizovanje porodičnih proslava i poslovnih ručkova za maksimalno 120 učesnika.

### Ehingen

Atrakcije:

- barokni zamak sa jednom od najvećih privatnih galerija u Nemačkoj;
- Dunavska biciklasička staza prolazi pored grada;
- jezero se nalazi u centru grada okruženo je parkom, a zimi služi za klizanje
- muzeji: istorije grada, proizvodnje piva u staroj pivari; mali muzej sa eksponatima iz rimske tvrđave;
- konferencijski centar sa salom od 750 mesta i manjom salom od 185 mesta;
- hotel, restoran, kafe;
- podzemni parking sa 345 mesta.

Događaji:

- gradski filmski festival na otvorenom
- karneval
- dani džeza
- muzičko leto





Smeštajni kapacitet:

**Hotel Adler** sa četiri zvezdice, 22 dvokrevetne i 16 jednokrevetnih soba, moderno uređenih sa Internet pristupom, cena dvokrevetne sobe sa doručkom: 75- 100€, svečana sala, parking, teretana, kuglanje.



Park prirode Altmühltal

- jedan od najvećih parkova prirode u Nemačkoj;
- prostor od 3000 km<sup>2</sup>;
- biciklistička staza duga 164 km;
- plovidba brodom u dužini 150 km;
- veliki broj fosilnih ostataka i muzej koji obrađuje tu temu;
- ostaci iz različitih perioda – praistorije, rimskog doba, keltskih plemena;
- srednjovekovni zamkovi, crkve i manastiri, zamkovi;
- 30 muzeja: najveći muzej sa eksponatima iz rimskog perioda u Nemačkoj;
- tri muzeja piva, muzej lutaka i igračaka, u selima su se zadržali brojni stari običaji, koje je najbolje upoznati boravkom na farmama; mogu se naći čuvari stada, a kao specijalitet se pravi Altmühltal jagnjetina (drugi lokalni prehrambeni proizvodi su takođe na ceni);
- jedna od najznačajnijih planinarskih oblasti u Nemačkoj. Postoje različiti putevi za sve vrste planinarenja – počevši od jednostavnih dečijih staza. Pojedini putevi su zabranjeni kako bi se očuvala prirodna staništa;
- 270 vodiča za odrasle i 50 za decu;
- jedan od najpopularnijih nemačkih izletišta – porodični paketi po prihvatljivoj ceni (otkrivanje prirode, istraživanje pećina, hobi arheologija), sadržaji za decu.



**Smeštani kapacitet:**

Parkhotel Altmühltal sa četiri zvezdice, 67 soba, wellness centar, sauna, bazen, solarijum, cena noćenje i doručak: 59-79 €van sezone, 69-89 €u sezoni.



**Passau**

Atrakcije:

- mesto gde se spajaju tri reke;
- početna stanica za ture brodom do Beča, Budimpešte, Crnog mora;
- katedrala St. Stephen, sa drugim po veličini crkvenim orgaljama na svetu -duskora prvim;
- zamak Veste Oberhaus iz 1219, delovi objekta građeni u gotskom, renesansnom i baroknom stilu;
- ostaci rimske tvrđave Kastell Boiotro;
- muzeji: moderne umetnosti, muzej stakla u hotelu Wilder Mann sa 30.000 eksponata;
- gradski klasični teatar izgrađen 1645, može da primi 350 gledalaca;
- biciklistička staza do Beča;
- brod Donauarche urađen u starom bavarskom stilu, sa etno hranom i zabavom;
- obilazak grada uz vodiča, mogućnost komunikacije na engleskom jeziku.



Smeštajni kapacitet

**Hotel Weisser Hase** sa četiri zvezdice, 108 soba – internet pristup, TV, radio, sef, konferencijske sale za 10 do 200 učesnika sa pratećom opremom (video bim, flip čart, platno, ozvučenje), cena „konferencijski dan bez noćenja“ po osobi: 55 € (uključuje ručak i piće za 2 pauze), cena „konferencijski dan sa noćenjem“ po osobi: 139 € (uključuje još i doručak večeru i prenoćište), spa sa saunom i solarijumom.



## SLOVAČKA

Kompanija SPaP - Lod, a.s. /Slowakische Schifffahrt und Häfen - Personenschifffahrt, AG  
[www.lod.sk](http://www.lod.sk)



Krstarenje Bratislava – Devín (90 min.) i Devín – Bratislava (30 min.) je najpopularnije krstarenje do ruina zamka, poznatog od 9 veka, kulturni spomenik. Minimum putnika je 30 i usluge se pružaju samo u sezoni od 15. maja do 26. avgusta. 2007. godine. Tokom putovanja i obilaska 5 mostova u Bratislavi turisti se upoznaju sa kulturnim centrom za 45 minuta. Može se iznajmiti i brod za svaku priliku. Deci do 2 godine je besplatno, i to maksimalno dvoje u pratnji odraslih.

### Kompanija Blue Danube Tours s.r.o.

Krstarenje 15 dana – 14 noći Passau – Dunav Delta – Passau. Brodovi u ponudi su: Ms Amadeus Rhapsody, Ms Amadeus Royal, Ms Amadeus Princess, Ms Deltastar and Ms Donaustar.





Cene krstarenja zavise od izabranog broda, termina i palube. U cenu je uključena svaka prehrana, kokteli, degustacija vina, multijezički vodiči, takse kao i muzika svake večeri, obilazak Beča, Budimpešte, Bukurešte, Bratislave, predstava Mađarske i Rumunske folklorne grupe. Za decu ispod 12 godina cena je redukovana za 30%.

Obilazak Dunavom pravac Prag – Linz - Passau za Božić 10 dana za 1899 \$.

Tako npr. za **Ms Amadeus** u C kategoriji kreće se od 1.720 € za predsezona do 2.040 € u sezoni, i kategoriji B od 2.040 € do 2.390 € i u kategoriji A od 2.360 do 2.780 €. Za **MS Donaustar** od 1.590 € do 1.780 € u nižoj kategoriji do 2.080 € - 2.630 € za višu kategoriju. Za **Amadeus Symphony i Amadeus Classic** cene po kategorijama C (1.535 € - 2.235 €), za B (2.135 € - 2.835 €) i A (2.435 € do 3.135 €). Za **Amadeus Rhapsody**, komfornu klasu u kategoriji C od 1.575 € do 1.829 € ili A od 2.525 € do 2.920 €

1.600 milja **Dunavom do Crnog mora** 9 noći, 10 dana ili 10 dana, 11 noći u 2007. godine sa cenom od 1.655 € do 2.795 € za dvokrevetnu kabinu. Deca do 12 godina imaju 30 % popusta ukoliko su u pratnji jedne osobe koja plaća ful.



Nova godina na Dunavu uz putovanje brodovima MS Amadeus Princess i MS Amadeus Classic, od 29. novembra 2007. godine do 4. januara 2008. sa obilaskom Passau, Beča i Budimpeštu. Cene se kreću od 830 € do 1.135 € na MS Amadeus Princess i na MS Amadeus Classic od 785 € do 1.075 €. Za decu do 12 godina 30 % popusta u pratnji odraslih.

**Putovanje Dunavom kroz pet zemalja - Nemačka, Mađarska, Slovačka, Austrija, Srbija.**



Zamak u Bratislavi i obilazak grada - £18  
 Szentendre, grad slikara - £18  
 Godollo, Mađarska - £18  
 Pécs, 2,000 godina star grad - £18  
 Dakovo grad i izložba konja - £20  
 Eztergom & Holy Basilica - £15  
 Ukoliko se rezervište svih šest plaća se £89 i ušteda je £18.



## Putovanje turista iz SAD-a Dunavom Agencijom Blue Danube Discovery



Evropski najnoviji i najluksuzniji brod za rečna krstarenja – Amadagio (sa cenama od 3.000 €- 4.050 € uključujući sav prevoz i smeštaj ili samo krstarenje od 1.500 € - 2.050 €)

## Brod VIKING PRIMADONA – jedini katamaran



Krstarenje od 18 dana duž Dunava. Jedini brod katamaran koji krstari po Evropi. Na brodu sa nalazi i 2 bara, sauna, pruža se usluga masaže, restoran i bazen. Cene zavise od izabrane kategorije kabina i to za kategoriju C od 2.790 € do 3.190 €, kategoriju B od 4.290 € i 5.090 € i kategoriju A od 4.790 € do 3.190 €

## Pasanger Shipping Association

Po preporuci Annual Cruise Review, Maj 2006, izdavač: Pasanger Shipping Association / PSA



[www.pageandmoy.com](http://www.pageandmoy.com)

Krstarenja rekom od 499 £ za Doček Božića (5 dana) do 1.499 £ za krstarenje u trajanju od 14 dana, Rajnom i Dunavom.



[www.peterdeilmanncruises.co.uk](http://www.peterdeilmanncruises.co.uk)

Poseduju flotu sa devet brodova (za 79 do 200 put ika) sa 5\* koji plove od kraja marta do novembra. Krstarenja se organizuju od po 7-14 dana. Cena se kreće u rasponu od 958 £ do 1.540 £ po osobi.

### Senec

#### Atrakcije:

- sunčana jezera;
- sportske aktivnosti: tobogani, odbojka na pesku, teniska igrališta, iznajmljivanje broda ili pedolina, bilijar...
- zabava: diskoteke, bifei;
- akva park sa termalnom vodom;
- turistički voz senec express obilazi jezero u regularni intervalima;
- turski dom iz XVI veka;
- festival sunčano leto na jezerima.



#### Smeštajni kapacitet

**Hotel Zatoka Sunčana jezera** sa 3 zvezdice, 35 soba, smeštajem za pse i mačke, zatvorenim bazenom, saunom, masažom, fitness centrom, bilijarom, stoni tenisom, pikado. Cena noćenje sa doručkom je od 21 €.



## AUSTRIJA

Kompanija Ardagger Donauschiffahrt GmbH ([www.tiscover.com/donauschiffahrt](http://www.tiscover.com/donauschiffahrt))



Kompanija DDSG Blue Danube Schiffahrt GmbH ([www.ddsg-blue-danube.at](http://www.ddsg-blue-danube.at))



Nautičkim turistima nude dvodnevno krstarenje brodom **MS Admiral Tegetthoff** od Beča do Budimpešte (7.6.-8.6. i 30.8.-31.08.2007.). Autobus dolazi do Reichsbrücke u Beču i dovozi turiste do Hainburg, odakle su ukrcavaju na brod. Cena, po osobi, je 225 € za odrasle a za decu od 6-15 godina 112,50 € Doplata za jednokrevetnu kabinu je 40 €. Obilazak katedrale u Eszergomu je moguć samo u radno vreme do 18h. Neophodna je pismena rezervacija. Između grada Melk i Kremsa je najlepší deo Dunava. Ovih 36km Dunava nalazi se na Svetskoj listi istorijskog nasleđa. Dunavom se može krstariti sa dva broda MS Prinz Eugen i MS Wachau. Nizvodna vožnja u jednom pravcu košta 10 € u oba 13,50 € dok uzvodna u jednom pravcu staje 17,50 € a u oba 22,50 € (do 10 godina besplatno u pratnji roditelja, od 10-15 popust od 50%).

Beč i Bratislava su dva najbliža Evropska grada, kojih deli samo 60 km. **Brod Twin City Liner** vozi od Beča do Bratislave za samo 1 sat i 15 minuta za 27 € u jednom pravcu. Oseća se brzina na vodi u najvećem komforu, katamaranu, savremeno opremljenim. Polasci su od 3. marta do 31. marta. Rezervacija (obavezna) za sedenje u prvom redu dodatno se naplaćuje sa 3 €. Za decu do 2 godine krstarenje je besplatno u pratnji roditelja, dok za decu od 2-12 godina odobrava se 50% popusta. Za kućice cena je 3 € ukoliko imaju pasoš i ID broj, za bicikle cena je 6 € u jednom pravcu. Na brodu je moguće kupiti suvenire, sendviče i piće. Pušenje nije dozvoljeno. Brod Twin City Liner može se iznajmljivati sa događajima, proslava, sastanke tokom cele godine sem u sezoni. Čarter cena za sat vremena je oko 3.800 € za vožnju Beč – Hainburg u jednom pravcu do 5.200 € za vožnju od 4,5 sati u pravcu Beč – Krems – Beč. Ostale rute (na primer: Beč – Dürnstein, Beč – Melk po zahtevu. Najduže vreme boravka 3 sata ili čak 6 sati. Hrana i piće nisu uključeni u cenu.



Na kružnim putovanjima postoji izuzetna mogućnost da se upozna Beč dok se uživa u krstarenju. Od aprila 2007. postoji nova kružna tura sa brodom **MS Schlögen**. Sa pet tura i tri broda DDSG Blue Danube nudi brojne i optimalne polaske od Schwedenplatz i Richsbrücke. Rute nude mogućnost upoznavanja sa Dunavskom regionom i to sa cenom od 12 € u jednom pravcu ili za kružnu turu od 16,8 €. Deca do 10 godina besplatno u pratnji roditelja, od 10-15 popust od 50%.

Na brodu **MS Vindobona** mogu se upoznati lepote Dunava na jesen, zimu ili proleće. Uživa se opuštajući se popodne na brodu koji je dizajniran 1995. godine od strane Meister Friedensreich Hundertwasser. Cena po osobi je 11,30 € za odrasle, deca do 10 godina besplatno uz pratnju odraslih, od 10-15 sa 50% popusta. Moguće su u grupni obilasci na zahtev van ovog vremena.

U saradnji sa Donau Touristik DDSG Blue Danube nudi uzvodno putovanje Dunavom od Beča u Austriji do grada Passau u Nemačkoj brodom **MS Kaiserin Elisabeth**. Polasci su svake srede od 6. juna do 26. septembra 2007. i svake subote od 30. juna do 29. avgusta. Cena po osobi je 119,50 € u dvokrevetnoj sobi i 145 € u jednokrevetnoj. Deca do 6 godina besplatno uz pratnju odraslih, od 6-15 godina sa 50% popusta ukoliko putuju u pratnji dve odrasle osobe. Pisana rezervacija je neophodna. Moguće rezervisanje samo za pojedince, ne i za putničke agencije.



Kanal Dunava poznat i kao Mali Dunav plovi 17 km kroz jedan deo Beča. Krstarenja su omogućena sa tri broda: **MS Schlögen**, **MS Vienna**, i **MS Vindobona** koje počinju svoje putovanje iz Schwedenplatz.

Postoji mogućnost obilaska observatorija *Urania* sagrađen od strane Max Fabiali otvoren je 1910. godine, danas je i bisokop kao i restoran., Kuns Haus muzeja koga je redizajnirao Friedensreich Hundertwasser, Gasometer grada, zatvorene fabrike struje Freudenu, budističke crkve, obilazak najvećeg stadiona u Austriji Ernst Happel, Hilton Danube hotela, skvera gde se nalazi, takozvana Jubilee crkva, sagrađena za proslavu pedesetogodišnjice Franz Josepha u 1898. godini. Reichsbrücke – jedini most preko Dunava koji je ostao posle II Svetskog rata može se obići na krstarenju. Donauinsel – ostrvo dugo 21 km, najznačajniji kao centar za rekreaciju u Beču. Postoji mogućnost obilaska UNO grada i Donaucity, Dunavskog tornja visokog 252m (za sada najviša tačka u gradu), Millenium tornja visokog 202m, Nussdorf Lock-a sagrađen od strane Otto Wagnera, dva brda, Kahlenberg (483m) i Leopolsberg (423m), granica grada, Termal Waste Treatment Plant Spittelau, barake Rossau građene od 1865. do 1869. godine u Windsdor stilu i između ostalih centar saobraćaja, toranja Wiena Ring sa 23 sprata, St. Ruperts crkve, najstarije religiozne crkve u gradu (11 vek).



U kooperaciji sa Austrijskim partnerom GTA Sky Ways u ponudi je specijalno krstarenje od Beča do Crnog mora sa brodom **MS Hamingway** (do 200 putnika, 100 kabina, restoran sa 200 mesta, 200 ležaljki za sunčanje) koji je izrađen za sezonu 2005/2006. Prvog dana putuje se od Beča do Budimpešte. Na brodu se priređuje koktel dobrodošlice. U popodnevnom časovima brod nastavlja sa putovanjem nizvodno do Mađarsko –Srpske granice, a zatim i do Beograda u koji se stiže trećeg dana oko podneva. Četvrtog dana prolazi se pored impresivne 100 km duge doline gde Dunav protiče između Karpatskih i Balkanskih planina gde se nalazi i čuvena “Čelična kapija”. Tokom noći ulazi se u Bugarsku. Petog dana može da se učestvuje na jednodnevnom putovanju za Veliku Tarnovu i Arbanasi. Šestog dana postoji mogućnost da se putuje za Bargan, uključujući turu obilaska Bukurešte. Sedmog dana dolazi se do Delte Dunava gde se brodom mogu obići i istraživati brojni kanali Delte. Poslednje večeri se boravi na brodu odakle se može uzeti autobus do Constant aerodroma odakle se vraća za Beč. Cena se kreće u zavisnosti od izabrane palube od 1.099 € do 1.399 €. Organizuju se i ekskurzije sa ovim brodom od 4 zvezdice. Cena od 139 € uključuje obilazak Budimpešte, Beograda, dnevno putovanje Veliko Tarnovo i Arbanassi u Bugarskoj, dnevno putovanje do Bargana i obilazak Bukurešte, kao i obilazak Delte Dunava.



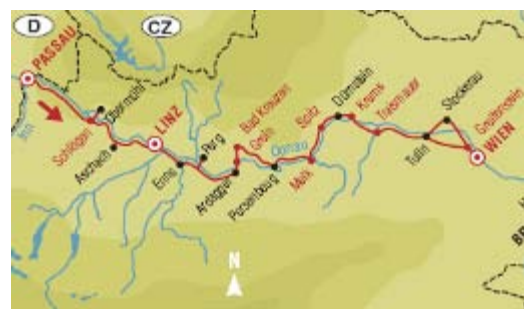
Kada brod pristane u luku postoji mogućnost obilaska Bratislave u starim oldtimer autobusima (9 € po osobi). Uživa se u obilasku sa vodičem koji objašnjava bogatu istoriju i kulturu, kao i interesantnu sadašnjost. Trajanje približno jedan sat. Obilazak zamka košta dodatnih 10 €

Deca do 2 god. u pratnji odraslih besplatno, od 2-12 50% popusta. Rezervacija obavezna.

DDSG Blue Danube nudi obilazak grada Budimpešte sa različitim sadržajem (obilazak grada 79 €, Margeret ostrvga oko 40 €, razgledanje noću oko 70 €, tura Dunavom Esztergom – Višegrad – Szentendre za 70 € Balatona za 75 €

**Kompanija Donau Touristik GmbH ([www.donautouristik.com](http://www.donautouristik.com))**

Za upoznavanje Passau biciklom sve do Beča. Boravi se u prelepom smeštaju (sa mogućnošću izbora hotela), interesantnim razgledanjem i 3,5 do 4,5 sati dnevne vožnje biciklom. Ovo je pravi izbor za ljude koji žele aktivan odmor uz fitness. U pratnji turističkog vodiča turista je u mogućnosti da upozna bogatstva Dunava vozeći bicikl. Svake večeri je organizovan program kao npr koncert u Linzu ili degustacija vina u Wachau. Organizovane grupe od 25 osoba imaju zadovoljstvo da aktivnim odmorom kroz fitness, sa biciklima upoznaju kulturu.



Cenovnik za 2007. godinu u zavisnosti od izabrane kategorije sobe

Opis	Predsezona	Sezona
Dvokrevetna	342 - €499	370 €- €516
Jednokrevetna	474 €- €662	502 - €679

**Kompanija G. Glaser Schiffahrtskontor**  
[www.members.aon.at/danube](http://www.members.aon.at/danube)

U ponudi su linijska krstarenja sa cenom od 79 € u jednom pravcu Beč – Budimpešta i 99 € u oba pravca kao i charter. Postoji mogućnost kombinovanja broda i voza. Cena za prvu klasu 134 € za drugu 116 €. Za krstarenje od Beča do Bratislave potrebno je izdojiti 21 € u jednom pravcu ili 32 € za oba pravca. Postoji mogućnost jednodnevnog putovanja uz organizovan obilazak starog grada i ručkom u lokalnom restoranu za samo 15 € po osobi.



U ponudi su i krstarenje Beč – Durnstein – Beč sa cenom od 19,5 € u jednom ili 26 € u oba pravca, Tulln – Melk – Tulln sa polascima samo subotom, u julu i avgustu subotom i nedeljom sa cenama od 14 € u jednom pravcu do 20 € u oba pravca, Beč – Linz – Passau (sa prenoćištem u Linzu) sa cenom od 122 € Postoji mogućnost rezervisanja putovanja od Beča do Passau sa 2 noćenja na brodu i kupovinom u Melku, 250 € po osobi u dvokrevetnoj kabini ili Beč – Budimpešta sa jednim noćenjem na brodu, 2 noćenja u Budimpešti i kupovinom u Estergomu za 280 € po osobi u dvokrevetnoj kabini.

### Kompanija Brander Schifffahrt GmbH ([www.brandner.at](http://www.brandner.at))

Krstarenje Dunavom sa: MS Austria, Queen of the Wachau ili MS Austria princess. Prijateljska posada, izvrstan restoran i različiti događaji, kao i tematska putovanja Dunavom.



Kao član asocijacije “TOP – Destinations Lower Austria” konstantno se trude da poboljšaju svoju ponudu i uslugu u skladu sa kriterijumom visokog kvaliteta. Organizuju se i tematska krstarenja npr. doček Nove godine. Doček je uz vatromet i živu muziku. Cena po osobi je 78 € Neophodna je rezervacija. Atrakcija na brodu je i bend koji svira svake subote u julu i avgustu od 8:25 h do 13:00h. Cena krstarenja sa ručkom je 17,40 € po osobi. Brod ima i svoj magazin “MS Austria Aktuell” koji je jedinstven suvenir sa putovanja jer turiste slikaju i sliku stave u magazin kao uspomenu. Isto tako mogu se kupiti suveniri, kao što su: kapetanske majice za decu, mali kuvar itd.



### Specijalne ponude:

- Ručak uz krstarenje (Melk-Spitz-Melk ili Krems-Spitz-Krems) sa prijateljima od 18,50 € do 27,50 € po osobi;
- Krstarenje Melk-Krems-Melk ili Melk- Dürnstein-Melk 22,50 € po osobi. Može se posetiti “Karikaturmuseum” - muzej karikatura, Weinstadt, muzej vina, Diminkansku crkvu;
- Degustacija vina (3 vrste) na krstarenju od Melk – Krems za 44 € Krems- Spitz 22,80 €
- Iznajmljivanje brodova za balove, venčanja, prezentacije, pres konferencije, porodična slavlja, proslave Božića i Nove godine.



**Izabrane destinacije****Linc****Atrakcije:**

- česta početna stanica za krstarenje, veliki broj različitih tura (redovnih i po želji)
- Linc torta – najstariji poznati kolač na svetu;
- ukupno 12 muzeja, moguće je sve obići uz jedinstvenu kartu, a posebno se izdvaja muzej Festival Ars electronica – prototip „muzeja budućnosti“;
- Pöstlingberg tram – najstarija železnica u Evropi, putovanje u starim vagonima (karta 4€)
- zoo vrt sa 800 životinja;
- botanička bašta sa 8000 biljaka na 43.000 m<sup>2</sup>;
- Wallfahrtsbasilika – crkva iz XVIII veka;
- obilazak grada uz pratnju vodiča – 8 € po osobi;
- turistički vozovi za obilazak grada.

**Događaji:**

- Festival Ars electronica – susret umetnika i naučnika iz celog sveta;
- Urfahr Market – najveći i najstariji vašar u Austriji prve nedelje maja i oktobra skuplja oko 500.000 ljudi;
- Linzer Pflasterspektakel – sa oko 120 izvođača, smatra se jednim od najvećih uličnih umetničkih festivala u Evropi;
- Gugl Athletics Meeting – okuplja vrhunske atletičare;
- Kultura zimi – posebni programi u pozorištima, koncertnim halama u toku zime.

**Atrakcije:**

- Keltsko selo – rekonstruisano selo koje se na toj lokaciji nalazilo pre 2700 godina, mogućnost da se po najavi koriste alatke za obradu metala;
- veštačko jezero od hidroelektrane.

**Smeštajni kapacitet**

**Hotel Courtyard by Marriott Linz** sa 4 zvezdice, 236 soba – 472 ležaja, fitness centrom sa wellness sadržajima; 9 sala za konferencije i sastanke, najveća sa 350 mesta; cena ležaja (noćenje sa doručkom, dvokrevetna soba) 41-75 € Mitterkirchen im Machland;





### Bad Deutsch-Altenburg

#### Atraksije:

- ostaci rimskog amfiteatra za borbu gladijatora, kao i muzej eksponata iz ovog perioda – arheološki park Carnuntum;
- crkva iz perioda oko 1000. godine, prema predanju sagradio ju je prvi hrišćanski car Ugarske;
- nacionalni park Donau-Auen, uz organizovani obilazak za decu i odrasle, individualne goste, porodice i grupe;
- banja sa jednim od najačih izvora jod sulfata u Evropi;
- 50 km biciklističkih staza;
- teren za golf.



Smeštajni kapacitet

Smeštaj **Hotel König Stephan** 25 ležaja i istoimeni restoran.

### Nacionalni park Donau Auen

Plavno područje Dunava sa 9.300 ha pod vlasništvom Austrijskih federalnih šuma. Cilj parka je da se proširi na 11.300 ha dodavanjem privatnih poseda i poseda u vlasništvu opština. U parku je nastanjen veliki broj biljnih i životinjskih vrsta. Postoji mogućnost obilaska parka uz pratnju vodiča i to: pešice, brodom, biciklom ili kočijom, kao i prisustvo školskom programu ili provođenju avanturističkog vikenda.

SchlossORTH Nationalpark Zentrum poseduje teatar u stilu baroka sa izložbom – vremenskom retrospektivom Dunava, mesto je za susret grupa zbog prostorija za izložbe, radionice, koncerte. Pruža mogućnost panoramskog pogleda – sa jednog od tornjeva dvorca kao i turističke informacije.

**MAĐARSKA*****Park Dunav Drava***

- godišnje 60.000 posetilaca, kapacitet do 80.000 posetilaca a da se ne ugrozi priroda

**Kompanija Mahart Tours** ([www.maharttours.com](http://www.maharttours.com))

**Vác**

Atrakcije:

- crkve iz XVII i XVIII veka;
- trijumfalna kapija u čast Marije Terezije;
- gradski trg sa zgradama iz XVIII veka;
- Memento mori grobnica iz XVIII veka, u kojoj su zahvaljujući specifičnim uslovima očuvani kovčezi i tkanine, koje su deo izložbe.

Smeštajni kapaciteti – ne postoji hotel, već samo bed & breakfast smeštaj sa 12 ležaja.

**Esztergom**

Atrakcije

- najveća crkva u Mađarskoj – bazilika sa bogatom kolekcijom i najvećom slikom na celovitom platnu na svetu, a većina arhitektonskog nasleđa je vezana za crkve;
- kraljevski zamak iz X veka;
- gradski trg sa zgradama iz XVIII i XIX veka;
- muzej hrišćanstva i muzej Dunava – posvećen upravljanju vodom;
- Panteon na otvorenom vazduhu – niz statua značajnih ličnosti iz mađarske istorije;
- Duna-Ipony nacionalni park (sa stazom edukacije i izložbom);
- termalni park izgrađen na Primas ostrvu.

Smeštajni kapacitet

**Hotel Esztergom** sa 3 zvezdice, 72 ležaja, restoranom za 80 osoba; sobom za sastanke za 20 i 50 osoba; internet konekcija je bežična, sportski sadržaji u blizini hotela – mini golf, tenis, bazen, jahanje, obilazak grada avionom.



## Harkány

### Atrakcije:

- Harkanjska banja sa 180 godina tradicije, 1.350.000 m<sup>2</sup> parka, 2 medicinska i 5 bazena za plivanje sa temperaturama od 26-35 C°, veliki tobogan, odmaralište 5.000 m<sup>2</sup>, 2.000-2.010 sunčanih sati godišnje, na raspolaganju savremena terapijska oprema, 20 restorana, 15 barova i 59 drugih prodajnih mesta, zatvoreni bazeni, đakuzi, sauna;
- međunarodna sportska sala (mesto često ima ulogu trening centra);
- mogućnost lova i pecanja u krugu 5-10 km od grada;
- Siklos, malo mesto sa srednjovekovnom tvrđavom;
- Villány vinsko selo sa vinskim muzejem, pored vina služe se i domaća jela;
- park prirode Dunav Drava;
- Pécs – univerzitetski grad sa objektima iz rimskog doba, ranog hrišćanstva i sr. veka;
- više muzičko-folklornih događaja u toku godine.



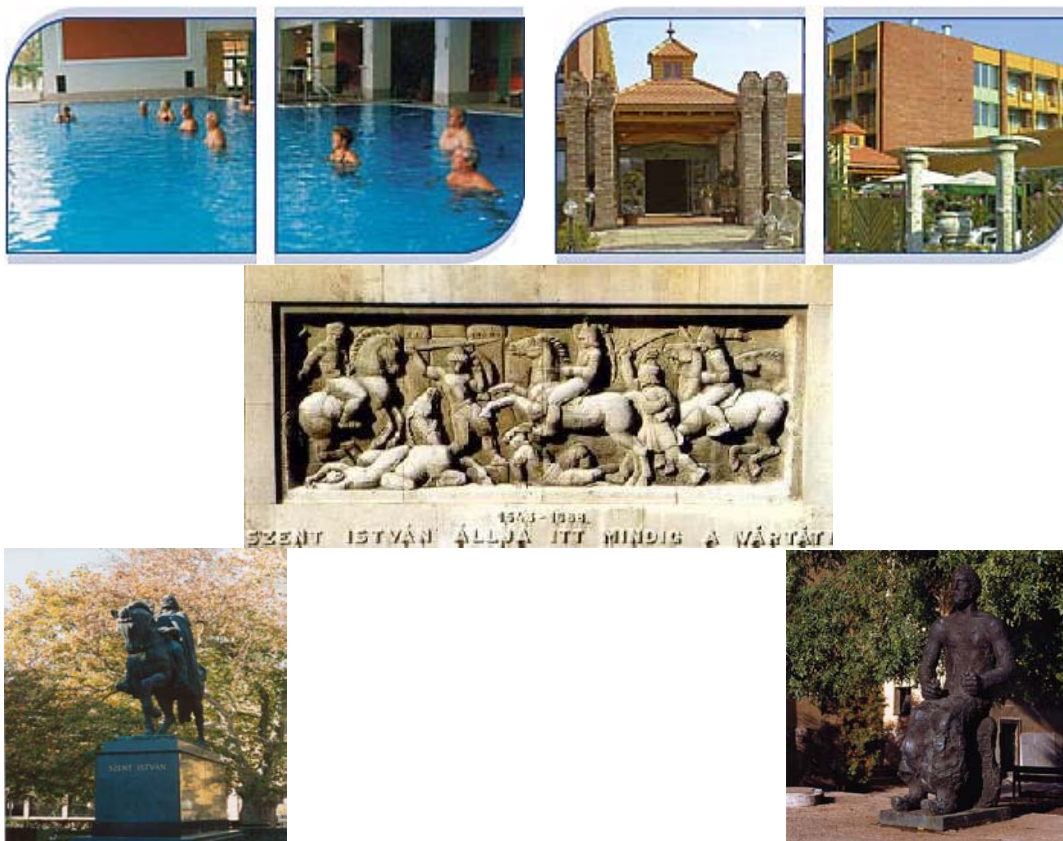
### Smeštajni kapacitet

**Thermal hotel Harkany** sa 105 dvokrevetnih soba i 3 apartmana, konferencijskim salama za 30 i 100 učesnika, restoranom i pivskom baštom, bazenom, saunom, đakuzi kadom, fudbalskim, teniskim i košarkaškim terenom, parkingom sa obezbeđenjem. Lekarske usluge – pregled, elektroterapija, magnetoterapija, hidromasaža, lekovito blato, terapijska gimnastika, teletermografičko ispitivanje, fitness. Cene noćenja sa doručkom u dvokrevetnoj sobi je 64-82 €

## Székesfehérvár

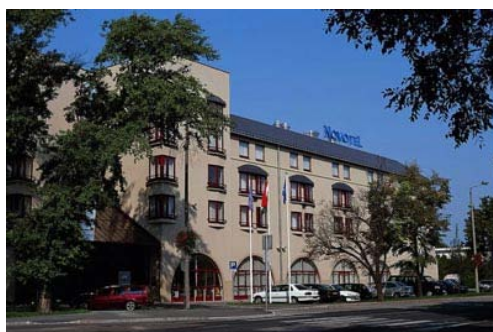
### Atrakcije:

- veliki vojvoda Géza (927-997) je osnovao grad kao svoje prinčevsko prebivalište, u gradu se nalaze njegova palata i crkva;
- istorijski centar grada sa velikim brojem spomenika iz različitih perioda, kao i biste posvećene značajnim ličnostima u istoriji Mađarske;
- Bregyó sportski centar sa velikim i malim fudbalskim igralištem, teniskim i košarkaškim terenima;
- Videoton obrazovni centar raspolaže teniskim terenima i dobro opremljenom teretanom, gradski sportski bazen je moderan bazen na kome se organizuju takmičenja;
- Velence jezero pruža mogućnosti za vodene sportove, od grada do jezera se može doći biciklom.



Smeštajni kapacitet

**Hotel NOVOTEL Székesfehérvár** sa četiri zvezdice, 96 soba sa klima uređajem i odvojnim toaletom i kupatiom, tv sa satelitskim i plaćenim programom, wireless Internet, mini barom, sefom, hotelskom garažom, u blizini istorijskog centra grada, sa 5 konferencijskih sala za maksimalno 200 ljudi, restoranom i barom. Cena: 88 €





## 4.2.2. Krstarenje Volgom



### Lokacija reke Volga

Dva najvažnija grada u Rusiji, St. Petersburg i Moskva spojena su rekama i mogu se razgledati na krstarenju Nevom (Baltičko more), Svir rekom i Volgom, najvećom rekom u Evropi (3.700 km) koja se uliva u Kaspijsko more. Ruta putovanja tj stajanja isplanirana je unapred, u određenim destinacijskim mestima. Neka krstarenja Volgom mogu biti deo dužih putovanja. Krstarenje Volgom se klasifikuje u zavisnosti od kvaliteta ponude i smeštaja.

Cene po danu po osobi iznose za:

- Klasično krstarenje od 80-130 \$
- Prva klasa od 80-275 \$
- Delux krstarenje od 100-400 \$
- Luksuzna krsarenja su od 400-600 \$

### Turističke destinacije

U Rusiji se nalazi na stotinu prirodnih, istorijskih i kulturnih spomenika, preko 30 nacionalnih parkova, skoro dve hiljade muzeja. Dvanaest objekata u Rusiji je pod zaštitom UNESCO-a. Među njih spadaju Kremlj i Crveni skver, istorijski centar Sant Peterburga, istorijski centar i spomenici Velikog Novgoroda, kao i nekoliko crkava, šuma, vulkana... Destinacije koje se obilaze su raznovrsne. U zavisnosti da li se putuje nizvodno od St. Peterzburga ili uzvodno od Moskve. Izabraćemo neke, po našem mišljenju, destinacije koje nude najinteresantniju ponudu.

### Moskva

Glavni grad Rusije od XV veka oduvek je bila popularna destinacija sa preko 800 spomenika kulture i istorije. Prelepa Tverska ulica sa spomenikom Puškinu i Juriju Dolgorukom, Hram Hrista Spasitelja, Stari Arbat, Novodevičanski manastir, Univerzitet Lomonosov, vidikovac na Vorobjovim brdima, Mosfiljmovska ulica u kojoj se nalazi većina ambasada i "Mosfiljm", (ruski *Hollywood*), veličanstveni memorijalni kompleks na Poklonjoj gori - Park Pobede, sedam kula iz doba Staljina. Razgledanje Boljšoj teatra (25 \$), Aleksandrovski trga i Kremlja (50 \$), bivša rezidencija ruskih careva, sagrađena na osnovu dizajna italijanskog arhitekta, najveća kula u Kremlju je visine 81 m. Razgledanje crkava: Uspenska, Arhangelska i Blagoveštenska crkva, Car-top – nastao u 16. veku, težak 40 t, Car-zvono – najveće na svetu, teško 202 t, i visoko 6.14 m. Razgledanje, uz prisustvo vodiča, Crvenog Trga na kome se nalazi Crkva Vasilija Blaženog, Mauzolej Lenjina, Istorijski muzej, GUM – jedan od najvećih tržnih centara u svetu. Cena: 35\$.

## Uglich

Jedan je od najstarijih istorijskih gradova u Rusiji u Zlatnom prstenu gde se mogu posetiti crkve Vaskrsenja, crkve Sv. Jovana, uglički Kremlj sa najstarijom zgradom Ugliča–dvorcem Carevića Dimitrija crkva izgrađena u znak sećanja na mladog carevog sina koji je tu ubijen.

## Yaroslavl

Zaštićeno kulturno-istorijsko nasleđe od strane UNESCO bio je najveći industrijski i trgovački centar u XVII veku. Postoji mogućnost posete manastira iz XVI veka i crkve iz XIII veka sa prelepim freskama. Sačuvao je mnogo izuzetno vrednih spomenika koji svedoče o njegovoj bogatoj istoriji. Posebno se izdvajaju manastir Spaski iz XIII veka, grupa Sabornih crkava iz XVII veka, Rotonda, ostaci drevnog trgovačkog centra i čuvena po svojoj lepoti, crkva Svetog Ilije koja se nalazi na centralnom gradskom trgu. Freske na zidovima crkve i svodovi su pravi muzej staroruskog slikarstva. U gradu se nalazi i biblioteka sa najvećom kolekcijom knjiga iz Ruske istorije. Grad pripada tzv. Zlatnom krugu, grupi najstarijih Ruskih gradova u Evropi. Grad ima i svoj Jaroslav Univerzitet. Diči se najstarijim pozorištem Teatar Volkov sagrađen 1759. god

## Kostroma

Jedan je od najlepših gradova Zlatnog prstena udaljen 186 milja od Moskve izgrađen u klasičnom arhitektonskom stilu i predstavlja primer jedinstvenog, urbanog, arhitektonskog kompleksa. Ponos grada je Ipatyevsky manastir koji je pretvoren u muzej, crkva Uskrsnuća kao i katedrala St. Trinity. U gradu se nalaze brojni muzeji: muzej sa interesantnom kolekcijom novčića iz XVI – XIX veka, crkvenim knjigama slikama, najbolji Ruski prirodni muzej je mesto u kome se mogu videti kolekcije životinja i ptica – predstavnika lokalne faune, muzej umetnosti. Drvena crkva i kapela sagrađena u XVIII veku atrakcija je turista.

## Kizhi ostrvo

Uživanje dok se krstari jezerom Onega, drugim po veličini u Evropi koga napaja 58 reka i gde se nalazi 1.369 malih ostrva. Dolazi se na ostrvo Kiži gde se obilazi muzej drvene arhitekture, koji je jedan od najpopularnijih destinacija u Rusiji pod zaštitom je UNESCO, koje se nalazi na severnom kraju jezera Onjega (drugo po veličini u Evropi i jedno od najčistijih na svetu). U jezeru se nalazi oko 1650 ostrva. Crkva Preobraženja sa 22 kupole je pravo remek delo ruske arhitekture. Sagrađena je bez ijednog eksera ili metalnog dela, samo uz pomoć sekire i drveta.

## Mandrogi

Poseta selu posebno dizajniranim da se uživa u ruralnom okruženju, kuhinji i ljubaznosti domaćina. Organizuje se piknik na obali, „šašlik“ (roštilj) uz čašu crnog vina po osobi i folklorni program prilikom pripreme roštilja. Ovde se nalazi i Votka Muzej sa preko 1.000 vrsti pića.

## St. Petersburg

Obilazi se Vasiljevsko ostrvo sa čuvenom zgradom „Berze“, Univerzitetska obala, Bronzani konjanik - spomenik posvećen imperatoru Petru I, Isakijevski trg sa Isakijevskom crkvom, Letnja bašta sa Letnjim dvorcem iz 1704.god., krstarica “Aurora” koja predstavlja spomenik ruskoj floti, Smoljni sabor, Crkva Spasa sagrađena na mestu

ubistva Aleksandar II, kuća Petra I – prvo petrogradsko zdanje. Prisustvo, po želji, veličanstvenom prizoru podizanja mostova kojih u St. Petersburgu ima oko 342. St. Petersburg je po njima i dobio naziv “Severna Venecija”. Jedan od najlepših mostova na Nevi je Troički most, dizajniran od strane arhitekta Efela, tvorca Ajfelove kule u Parizu.

Na putu do Ermitaža prolazi se manastira Aleksandra Nevskog do Dvorskog trga, gde se nalazi Zimski dvorac (u sredini trga možemo videti čuveni Aleksandrovski stub, postavljen u čast pobede Rusije u ratu sa Napoleonom). Postoji mogućnost obilaska manastira Aleksandra Nevskog, Aničkovog mosta sa čuvenim skulpturama ukrotitelja konja, Aničkov dvorac koji je pripadao imperatorskoj porodici, Aleksandrinsko dramsko pozorište (jedno od najstarijih i najpoznatijih pozorišta u Rusiji), spomenik Katarini II, najveće robne kuće u gradu - Gostinski dvor, Kazanski Sabor, zgrade Admiraliteta - bivšeg brodogradilišta.

U ponudi su i sledeće segmenti:

- Noćno panoramsko razgledanje grada autobusom u trajanju od 3 sata uz pratnju vodiča. Petersburg, jedan od najlepših gradova na svetu, nalazi se na obali Finskog zaliva, delti reke Neve kroz koji prolazi 65 kanala sa 45 ostrva. Cena: 47\$
- Obilazak jednog od najvećih muzeja umetnosti na svetu - “Ermitaž”. U muzeju se nalazi više od 3 miliona predmeta čuvenih slikara kao što su: Leonardo da Vinči, Rembrant, Mone, Pikaso i dr. Ermitaž je smešten u 5 zgrada: Zimski Dvorac, Mali Ermitaž i Stari Ermitaž, Novi Ermitaž i Ermitažno pozorište. Cena: 64 \$.
- Katedrala Svetog Isaka kapaciteta 10.000 ljudi. Cena: 55 \$.
- Petropavlovska tvrđava sagrađena radi odbrane od napada Šveđana. Cena obilaska: 47 \$.
- Puškinov park koji se prostire na 600 ha, prepun arhitektonskim izdanjima i baštama. Cena: 78 \$.

## **Volgograd (Stalingrad)**

Administrativni centar regiona Volgograda, u kome se mogu videti skulpture odbrane za vreme Staljingradske borbe. U gradu postoje moderni bioskopi sa cenom od 3 – 5 \$, jahanje konja sa cenom od 15 – 20 \$, kuglanje od 7 – 9 \$ tokom nedelje. Volgograd je poznat i po Pozorištu drame, muzičkom teatru, cirkusu.

## **Uljanovsk (Simbirsk)**

Mesto rođenja Vladimira Ilića Uljanova, poznatijeg kao Lenjina nalazi se na oko 893 km od Moskve. U gradu se može obići Lenjinov memorijalni kompleks (u centru se nalazi Družba Narodov park koji simbolizuje prijateljstvo naroda širom sveta), njegova škola kao i zgrade povezane sa njegovim životom. U gradu se nalazi i park Karamzin, deo Moskovskog univerziteta nazvan Lomonosov, politehnički, poljoprivredni i pedagoški institut, kao i deo Samara ekonomskog instituta, pozorište lutaka i drame, filharmonijsko društvo sa imponantnom zgradom kao i brojni muzeji (avijacije sa 9.000 postavki, regionalne istorije sa 140.000 izloženih eksponata iz istorije grada, tradicije i dostignuća, muzej umetnosti sa jedinstvenom kolekcijom ruskih, francuskih, holandskih, italijanskih slika i skulptura).

## Kazan

Pod uticajem je Volge i Kazanke reke i glavni je industrijski, komercijalni i kulturni centar regiona Tatar kao i ruske tatarske nacionalne kulture jedan je od najznačajnijih kulturnih i istorijskih centara na reci Volgi. Grad ima 15 visokih edukativnih ustanova sa oko 125.000 studenata. U gradu su rođeni Aleksandar Puškin, Lav Tolstoj, Maksim Gorki.

## Nizhni Novgorod

Osnovan 1221. godine ovaj grad (jedan od četiri najveća u Rusiji) bio je jedan od omiljenih mesta za sastajanje međunarodnih trgovaca. Bio je glavni centar za produkciju knjiga i drugu literaturu i u XI veku tu je sagrađena škola koja je primala 300 učenika. Dugo je bio zatvoren za turiste a danas se obilaze brojne crkve i katedrale. Grad je poznat i po metalnoj proizvodnji, graditeljskim mašinama, agrokulturi i nuklearnom istraživanju.

## Astrakhan

Stari Ruski grad koji se nalazi u blizini gde se Volga uliva u Kaspijsko more. Grad je prvi put spomenut od strane turista u XIII veku, spaljen i ponovo sagrađen. Prepun je flore i faune zahvaljujući svom položaju na samoj Delti Volge. U gradu se nalaze brojni muzeji (istorijski, arhitekture...) i religiozne građevine (St. Vladimir's, kula manastira...). Grad je najznačajniji Ruski centar za pecanje u kome se održava i dan Pecanja (praćen atletičarskim događajima, koncertima i umetničkim izložbama).

## Specijalne ponude

U sezoni 2007. izdvajamo sledeće ponude krstarenja za turiste iz Londona:

1. Ruska Imperija, obilazak u trajanju od 15 dana (4 noći u St. Peterzburgu, 3 u Moskvi) sa letom i brojnim uključenim ekskurzijama od 3.300 €;
2. Blaga Rusije, obilazak od 13 dana sa po 3 noćenja u St. Peterzburgu i Moskvi sa letom i brojnim uključenim ekskurzijama od 3.050 €;
3. Rusija kroz periode, krstarenje od 11 dana uključujući let i ekskurzijama od 2.900€
4. Ruski vodeni putevi, krstarenje od 13 dana sa fakultativnim ekskurzijama od 2.000€

**Fakultativno** uz pratnju stručnog vodiča- mogućnost posete:

- Oružanoj palati–obilazak carske riznice u kojoj se mogu videti: krune, kočije, zlatno posuđe, presto i dr. Cena **15 €**
- Odlazak u Sergejev Posad, jedan od najstarijih i najčuvenijih ruskih manastira, koji je osnovao legendarni prepodobni Sergije Radonješki u 14. veku. Nalazi se na 90 km od Moskve. Dugi niz godina je bio rezidencija ruskog patrijarha. Na teritoriji manastira se nalazi Pravoslavna Akademija. Cena **30 €**
- Panorama Borodinske bitke (muzej je posvećen Otadžbinskom ratu 1812.god. Rusa protiv Napoleona) Može se videti centralni eksponat: Panorama Borodinske bitke, kolekcija ličnih stvari učesnika rata, oružje, živopisi, grafike. retke knjige itd. Cena **15 €**
- Poseta čuvenom starom Moskovskom cirkusu sa ulaznicama. Cena **25 €** po osobi.



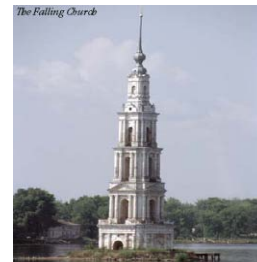
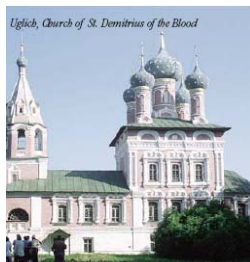
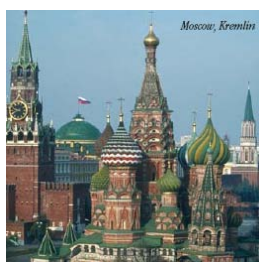
- Peterhof ili Petrov dvorac je nastao početkom XVIII veka, udaljen od St. Peterburga 34 km. Čuven po fontanama i divnim parkovima ukrašenim pozlaćenim statuama. Cena **37€**
- Puškino (Carsko selo)- obilazak dvora i parka Katarine Velike u stilu baroka. Cena **28 €**
- Obilazak najpoznatijeg manastira u Rusiji St. Kirilo na Belom jezeru. Cena **16€** po osobi.

Na Volgi su sagrađena sledeća veštačka jezera: Ivanovo (poznato kao “Moskovsko more”); Ugličko, Ribinsko, Ničnenovgorodsko (ranije poznato pod nazivom “Gorki”), Čeboksarsko, Samara (ranije “Kjubiševsko”), Saratovsko i Volgogradsko.

## Ciljne grupe

Parovi bez dece (seniori i mladi bračni parovi – postoji mogućnost venčanja na brodu)  
Organizovane grupe (ponude tour – operatora, deca i tinejdžeri, kao i druge grupe)  
Individulani gosti

## Izabrane slike



## INTERNET SAJTOVI

[http://www.cinderellatravel.com/russia/river\\_cruises/2007\\_CruisebyRiver.pdf](http://www.cinderellatravel.com/russia/river_cruises/2007_CruisebyRiver.pdf)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Volgarivermap.png>

[http://www.imperialtravel.net/2006\\_Imperial\\_Travel.pdf](http://www.imperialtravel.net/2006_Imperial_Travel.pdf)

<http://www.donparrish.com/VolgaCruise.html>

<http://www.russian.language.ru/excursion.htm>

[http://russia.rin.ru/guides\\_e/2586.html](http://russia.rin.ru/guides_e/2586.html)

<http://www.russia.com/cities/nizhny-novgorod/>

[http://russia.rin.ru/guides\\_e/2742.html](http://russia.rin.ru/guides_e/2742.html)

[http://www.putovanja.info/sr/zanimljivosti/2-Destinacije\\_i\\_gradovi/44-Rusija](http://www.putovanja.info/sr/zanimljivosti/2-Destinacije_i_gradovi/44-Rusija)

### 4.2.3. Krstarenje Nilom

#### Lokacija i opis reke Nil



Reka Nil u Africi jedna je od dve najduže reke na Zemlji (pored Amazona u južnoj Americi) i teče od juga ka severu. Postoje dve grane Nila: beli i plavi (zajedno dugi približno 6.695km). Viktorijino jezero (poznato kao i Viktorijin Nil) u Ugandi smatra se izvorom Nila (jezero napajaju reke od kojih je najveća Kagera 690 km). Nil teče oko 500 km do jezera Kijoga a zatim i jezera Albert a zatim kroz Sudan gde nastaje Beli Nil (naziv je dobio po glini koja se rastvara u vodi) koji teče dalje do Kartuma. Plavi Nil izvire iz jezera Tana u etiopijskim visijama i teče oko 1.400 km do Kartuma gde se spaja sa Belim Nilom. Od spajanja dveju reka jedina najveća pritoka je reka Atbara i dugačka je približno 800 km.

Nil se potom uliva u Jezero Naser načinjen iza velike brane 270 km unutar Egipta. Na utoku Nila u Sredozemno more formira se delta Nila. Broj turista koji posete Egipat je porastao sa 1,4 miliona u 1982. godini na 9 miliona u decembru 2006. godine. Ovi turisti imaju oko 9 miliona noćenja i troše oko 7 biliona \$.

#### Ponude krstarenja Nilom

Nabrojaćemo neke ponude čija cena varira u zavisnosti od ponude broda, izabranog mesta kabine, luksuza, dužine trajanja krstarenja (kratka – pola dana ili dan, klasična do 7 dana i duga):

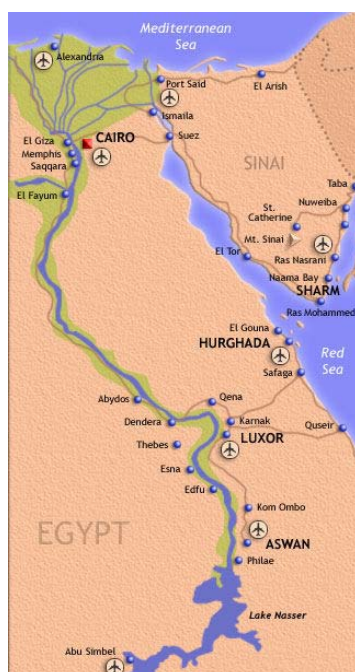
- Nostalgičan Nil od 11 dana, krstari se 7 dana, Luxor - Asuan za 2.650 €(sve uklj.);
- Klasično krstarenje Nilom od 7 dana, Luxor – Asuan za 450 € sa mogućim izborom obilaska raznik poznatih destinacija;
- Reka Nil i njeno blago od 7 dana, Luxor – Asuan za 840 € sa uključenim ekskurzijama (obilazak istorijskog blaga);
- Piramide, Asuan i reka Nil od 7 dana, krstari se 3, Asuan – Luxor za 1.100 € postoji mogućnost izbora brojnih fakultativnih izleta;
- Blago Nila od 8 dana, krstari se 4, Asuan – Luxor od 1.320 €
- Nil, Asuan i jezere Naser od 7 dana, krstari se 4 sa uključenim obilascima glavnig gradova na Nilu kao i dvorca Abu Simbel od 1.200 €

- Piramide, Delux Nil i Asuan od 10 dana, krstarenje od 4 dana, Luxor – Asuan sa uključenim ekskurzijama od 1.360 €;
- Čuda drevnog Egipta od 10 dana, krstari se 7 dana između Luxora i Asuana sa obilaskom poznatih građevina od 1.250 €;
- Šeherzadino luksuzno krstarenje od 10 dana, krstari se 4 dana Luxor – Asuan za 1.325 €
- Krstarenje Philae od 10 dana, krstari se 6 dana, Luxor – Asuan od 1.620 €
- Bogatstva Egipta od 12 dana, krstari se 7 dana, obilaze se sve atraktivne destinacije, cena od 1.760 €
- Romantično krstarenje Nilom od 16 dana, krstari se 4 dana između Luxora i Asuana, 4 dana na jezeru Naser do dvorca Abu Simbela za 3.400 €

Paket za 10 obilazaka je oko 100 € Obilazak Abu Simbel hrama vazduhom je oko 210 €u 2007. godini (planirana cena za 2008. je oko 220 €). Cene su više pred Božić i Novu godinu a jeftinije su u aprilu i junu. Ponuda krstarenja Nilom nema sezonski karakter. Postoji mogućnost razgledanja podvodnog sveta podmornicom, ronjenje, pecanje, različiti programi (npr. 1001 noć...), obilazak koralnog ostrva, safari pustinje.

## Turističke destinacije

Severno od Asuana, u Egiptu, Nil je poznata turistička destinacija, sa luksuznim i tradicionalnim drvenim brodovima, brojnim “plutajućim” hotelima koji ugošćavaju turiste. Reka je uznemirena kataraktama gde reka brže teče, ima mnogo malih ostrva, plitke vode i stena što onemogućava plovidbu. Upravo iz ovih razloga severni deo do Kaira je iz sigurnosnih razloga zatvoren a brodovi rutiraju između Luksora i Asuana sa zaustavljenjem u posebnim destinacijama. Krstarenje Nilom je jedini način da se obiđu svi hramovi, nadgrobnni spomenici duž Nila. Mnogi gradovi su locirani u blizini reke Nil kroz Egipat i Sudan. Između maja i oktobra transport kopnenim putem je skoro onemogućen i tada vodeni putevi dolaze do izražaja.





Na slici su prikazane luke u kojima se, uglavnom, pristaje prilikom krstarenja rekom Nilom. Pored Kaira koji je nezaobilazan izdvojićemo još neke od interesantnih destinacija.

### **Kairo**

Poseta uglavnom traje par dana, obilaze se piramide u Gizi, Keopsova piramida, Egipatski i vojni muzej, stari bazar, odlazi se na izlet u Aleksandriju, obilazi se katedrala Citadele Quitbay, katakombe, stubovi Pompeja, kulturni centar (balet, opera, folklor, cirkus. U gradu postoje brojne crkve (St. George, St. Barbara...), sinagoga Ben Ezra, restorani, radnje i igrački klubovi. Od Kaira reka Nil formira brojne kanale pogodne za pecanje ali i uzgajanje čitavih plantaža voća, pamuka, pirinča i cveća.

### **Luxor**

Grad Luxor se nalazi na 670 km južno od Kaira i najposećenija je destinacija pri krstarenju. Posедуje ogromnu kolekciju hramova, statua, obeliska i grobnica, muzeja (Luxor, muzej mumifikacije, Howard Carter). Kroz istoriju poznat kao Teba (glavni grad Egipta od 2100 do 750 p.n.e.). U gradu se nalaze dva zamka: Luxor posvećen Amon Ra i zamak Karnak (najveća religiozna edicija na svetu posvećena bogu Amonu i njegovoj ženi Mut) izgrađenom pre oko 1.500 godina nalazi se i muzej. Postoji mogućnost obilaska hrama kraljice Hacepsut i Nefertari u Dolini kraljica, Doline kraljeva (Tutakamon, Seti I, Thutmosis III), Memnonovih kolosa.

### **Esna**

Hram se nalazi na 60 km od Luxora u Esni, modernom Egipatskom selu. Glavna atrakcija je hram Khnum u kome se nalazi hol u kom su prinodene žrtve bogovima

### **Edfu**

Destinacija na 123 km od Asuana gde se posećuje faraonski hram posvećen bogu Horosu.

### **Kom Ombo**

Poseta hramu Kom Ombo na 45 km od Asuana koji je praktično nastao spajanjem hramova posvećenim bogu krokodila Sobeku i bogu Haroeris. Obilazi se i kamenolom gde se nalazi nazavršen obelisk (dugačak 41 m i težak 1680 tona).

### **Aswan (Asuan)**

Nalazi se na oko 900 km od Kaira (predstavljao je stratešku lokaciju za Egipatske vojnike) nudi obilazak oko ostrva Elefantina i Kičerenovog ostrva, botaničke bašte sa egzotičnim rastinjem, papirus institut, vožnje kočijama, ulicu bazara dugu 3 km, Nubijski kuzej, Asuanske brane 111 m visoke i duge oko 4 km (jedna od tri najveće u svetu), manastir St. Simeon, Mauzolej Aga Khana. Južno od jezera Naser (bogatog faunom, sezona pecanja je od oktobra do januara i od februara do jula) tour operatori ne mogu obezbediti sigurnost putnicima koji krstare Nilom pa se Abu Simbel hram (289 km od Asuana), koji je pod zaštitom UNESCO, uglavnom posmatra iz vazduha pri čemu se mogu videti dva hrama (Nemzes II i Nefertari hram).

## Ciljne grupe

Studenti, individualni gosti (avanturisti), porodice sa decom

## Izabrane slike



## INTERNET SAJTOVI

<http://www.mbarron.net/Nile/newbigmap.jpg>  
<http://www.egypt.travel/index.php?nav1=destination&id=1>  
<http://www.touregypt.net/luxor/>  
<http://www.touregypt.net/edfuc.htm>  
[http://www.mbarron.net/Nile/fctfl\\_nf.html](http://www.mbarron.net/Nile/fctfl_nf.html)  
<http://www.sis.gov.eg/En/Land&people/RNile/031400000000000001.htm>  
[http://www.mbarron.net/Nile/envir\\_nf.html](http://www.mbarron.net/Nile/envir_nf.html)  
<http://homepage.powerup.com.au/~ancient/cruise.htm>  
[www.travelgate.net/egypt/destinations/nile\\_cruise;jsessionid=E74F22F1F8318C3ACB01997F7DB37180](http://www.travelgate.net/egypt/destinations/nile_cruise;jsessionid=E74F22F1F8318C3ACB01997F7DB37180)  
<http://www.travelgate.net/egypt/destinations/aswan>  
<http://www.horus.demon.co.uk/Nile/Map.html>  
[http://www.travelgate.net/egypt/destinations/luxor\\_1](http://www.travelgate.net/egypt/destinations/luxor_1)  
<http://www.celticholidays.ltd.uk/Nile%20Cruise.htm>  
<http://www.mycity.co.yu/Geografija/Reka-Nil.html>  
<http://www.sis.gov.eg/VR/harvest/html/tourism.htm>  
<http://www.cruisingholidays.co.uk/river/nile/index.htm>  
[http://library.thinkquest.org/16645/the\\_land/nile\\_ntn.shtml](http://library.thinkquest.org/16645/the_land/nile_ntn.shtml)

#### 4.2.4. Bugarski nacionalni parkovi

Bugarska ima tri nacionalna parka (Pirin, Rila i Central Balkan) koji se prostiru na 193.049 ha (trećina zaštićenih zona u Bugarskoj). Nalaze se na trećem mestu u Evropi po diverzitetu biljnog sveta (oko 3.567 vrsta). Životinjski svet u Bugarskim nacionalnim parkovima je raznovrstan (preko 4.000 vrsta).

Preko 150.000 turista poseti Bugarske nacionalne parkove svake godine. Za smeštaj posetilaca u ponudi su 57 drvena bungalova, kamp kućice i tende. Informacije o parku mogu se dobiti u centrima za posetioce smeštene u okolnim zajednicama (značaj parka, mogućnost obilaska sa vodičima, sportske aktivnosti u parku, smeštajni kapaciteti...). Upravljanje i administraciju parkova obavljaju Direktorati pod Ministarstvom za okruženje i vode koji saradujuju sa lokalnim zajednicama i neprofitnim organizacijama radi razvoja i promovisanja ekoturizma. Direktorat angažuje lokalne organizatore, volontere i planinske entuzijaste radi dostizanja svoje misije. Menadžment u cilju povećanja broja turista gradi turističku infrastrukturu (ulaz u parkove, zone za odmor i rekreaciju, skloništa, mostove, vrši se obeležavanje znakovima radi lakše orijentacije). Trend u razvoju je građenje sportskih kapaciteta u blizini granica sa parkom.

#### Opis i karakteristike Central Balkan Nacionalnog parka

Park se nalazi u srcu Bugarske i deo je međunarodnog puta E-3 (Atlanski okean – Karpati – Stara planina – Crno more). Proglašen je nacionalnim parkom 1991. godine za zaštitu biljnog, životinjskog sveta i istorijskog nasleđa. Ovo je najveći i najvredniji zaštićeni NP na prostoru čitave Evrope. IUCN ([World Conservation Union](#)) svrstala je park u kategoriju 2. Park i njegovih 8 rezervata (od 9) nalazi se na listi UN reprezentativnih zaštićenih područja i četiri rezervata je uključeno u svetsku mrežu rezervata biosfere pod UNESCO program „Čovek i biosfera“. Park je član [PAN \(Protected Area Network\) Parks](#). U parku su nastanjene brojne retke i ugrožene vrste i zajednice. Samoregulatorni ekosistem biodiverziteta i istorijsko nasleđe je od naučnog značaja.

NP je podeljen u 5 administrativnih regiona: Lovech, Gabrovo, Stara Zagora, Plovdiv i Sofija. Opštinski region (ukupno 8) predstavljaju specifične ekonomske, kulturne centre sa različitom ponudom turističkih atrakcija (kasnije je opisana ponuda tri regiona).

Najpopularnija aktivnost u NP je planinarenje i noćenje u drvenim bungalovima (20 bungalova sa 1.434 kreveta, 4 rekreativna smeštaja u posedu su komercijalnih korporacija i institucija sa 264 kreveta i 3 kućice sa 40 kreveta).

Statistika parka:

- Prostire se na 716.695 km<sup>2</sup>
- Ukupna dužina: 85 km
- Prosečna širina: 10 km
- Najviši vrh: Botev na 2.376 m nadmorske visine
- Prostor pod šumama: 440.008 km<sup>2</sup>
- 70 % čitavog ekosistema je prirodno
- U NP se nalazi 9 rezervata na 200,19 km<sup>2</sup>

## Rezervati u NP



U nacionalnom parku Central Balkan nalaze se sledeći rezervati:

1. **Boatin** je proglašen rezervatom 1948. godine, uključen u UNESCO program "Čovek i biosfera", divezitet ptica je izražen, sa 3.343 turističke posete;
2. **Tsarchina** treći najveći rezervat u NP, proglašen 1949. godine, uključen u UNESCO program "Čovek i bisfera", sa 3.955 turista, sa oko 600 biljnih vrsta od čega su 23 ugrožene, 60 vrsta ptica;
3. **Kozja Stena** je najmanji rezervat u NP, 903,3 ha, pozicioniran na Staroj planini, dva najviša vrha *Boba* i *Kolikon* sa jedinstvenim kamenim formacijama dom su brojnih ptica i retkih biljaka koje godišnje poseti oko 2.050 turista;
4. **Steneto** je proglašen rezervatom 1979. godine, na 3.578,8 ha, pod UNESCO programom, sa prelepim pećinama, u parku se nalazi 97 zaštićenih životinjskih vrsta i oko 1.000 vrsta biljaka, sa 3.727 turista godišnje;
5. **Severen Djendem** - najviši vrh Botev u parku sa bogatom florom i faunom godišnje poseti 2.870 turista;
6. **Peeshti Skali** (engl. Singing rocks) prošlašen rezervatom 1979. godine, na 1.467,7 ha, sa 2.596 turista, prelep pogled na vrh *Šipka*, bogata vegetacija;
7. **Sokolna** proglašen je parkom 1979. godine, na 730 – 1770 m nadmorske visine, u blizini je sela Skobelovo i Asen južno od planine Triglav, namena parka je da zaštiti retke biljne i životinjske vrste - oko 40 vrsta ptica, jedna je od prirodnih bašti sa ugroženim vrstama (oko 600), interesantne su vertikalne stene, šume, vodopadi;
8. **Djendem** - Proglašen rezervatom 1953. godine sa teritorijom od 4.220 ha (najveći rezervat u parku). Pokriva deo od reke *Byala*, između vrhova Botev i Ravnets, uzvodno od reke *Tundja* i *Tuja*. Uključen u UNESCO program „Čovek i bisfera“;
9. **Stara reka** se prostire na 1.974,7 ha, proglašen 1981. godine, 45 zaštićenih vrsta biljaka, prelep pogled sa vrha *Kupena*.

## Razlozi posete NP

Glavni motivi obilaska parka su čistoća, tišina, prirodne lepote, kontakt sa ljudima sličnog razmišljanja, posmatranje biljaka i životinja. Blizu 80 % posetilaca ostaje dva dana, dok 70 % provodi noći u drvenim bungalovima. Grupe koje dolaze na odmor u NP ostaju do 5 dana i to u periodima od juna do septembra. Planinari ostaju u NP u proseku 3 dana.

Dozvoljene su sledeće sportske aktivnosti: pešačenje (par sati, jedan ili više dana), mountain biking (4 staze), jahanje konja (10 staza), planinarenje (16 staza),



kampovanje, fotografisanje, posmatranje biljnog i životinjskog sveta, rock climbing, poseta pećinama, skijanje, pecanje na određenim mestima, obilasci kulturnog i istorijskog bogatstva različitih epoha (npr. kompleks Etara u blizini Gabrovo, grad muzej Koprivhtica, dolina ruža u blizini Kazanlaka, Hissar je poznat po Spa resort sa kupatilima. Teren parka uključuje visoke planine, vertikalne stene, kanjone i pećine, veliki broj planinskih vrhova (od kojih se 20 nalazi na nadmorskoj visini višoj od 2.000 m), vodopada i preko 300 jezera. Planinski vrhovi i stene pogodne za rock climbing čine oko 2.000 ha parka. Turisti parka imaju mogućnost da uživaju u tradicionalnim jelima lokalnih zajednica, da prisustvuju priredbama folklora kao i umetnosti. Ponos su i istorijski i kulturni gradovi iz različitih epoha. NP Central Balkan ima najviše i najlepše vodopade: *Raiskoto Praskalo* (124.5m), *Vidimskoto Praskalo* (80m), i *Kademiiskoto Praskalo* (72m).

## Flora i fauna

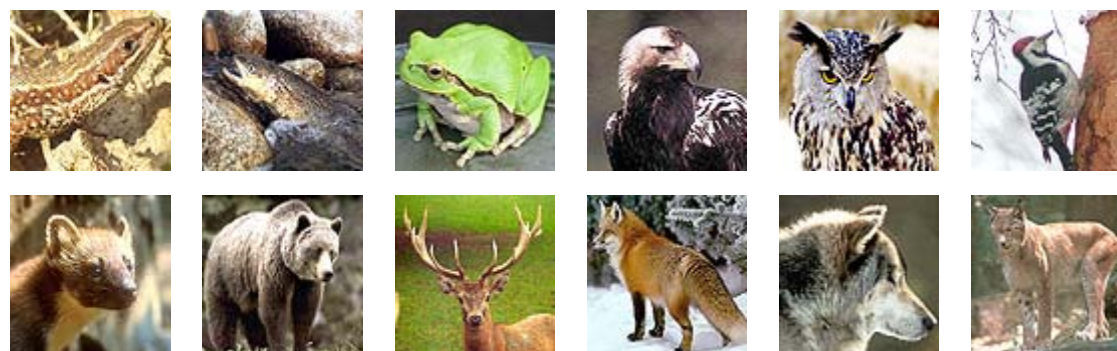
NP je poznat i diverzitetu biljnog sveta od čega se posebno izdvajaju sledeće:

- 1.900 vrsta biljaka (166 vrste medicinskog bilja - 12 zaštićenih zakonom)
- 229 vrsta mahovine
- 256 vrsta pečuraka
- 208 vrsti algi



Različiti klimatski uslovi u NP pogodni su za razvoj životinjskog sveta:

- 59 vrsta sisara (66 % u čitavoj Bugarskoj)
- 14 vrsta reptila
- 123 vrsta ptica
- 8 vrsta vodozemaca



## Sektori i organizovane aktivnosti u NP

Central Balkan je podeljen u sedam oblasti: Teteven, Troyan, Stokite, Tazha, Karlovo, Klisura i Kalofer. Oblasti su podeljene u zone koje čuva određeni rendžer (u svakoj oblasti postoji glavni rendžer) spreman da pomogne, opremljen za rad u različitim klimatskim uslovima. Kancelarije svake oblasti smeštene su u obližnjim regionima parka sa specifičnim turističkim atrakcijama. Lokalno stanovništvo u velikoj meri zavisi od NP tako da park stvara mogućnosti za lokalni i ekonomski razvoj. Izdvajamo pešačenje, planinarenje i noćenje u drvenim bungalovima.

### Pešačenje

Ulaz	Tačka polaska	Najbliža transportna stanica
<b>Teteven oblast u parku</b>		
Zavodna	Od sela Ribaritsa (1h pešačenja)	Teteven autobuska stanica (16 km., regularni autobuski servis)
Kordela	Od sela Divchevoto (1h pešačenja)	Od Teteven autobuske stanice do sela Divchevoto (27 km., dvaput dnevno)
<b>Troyan oblast u parku</b>		
Haidushka Pesen bungalov	Od sela Chiflik (50' pešačenja)	Troyan autobuska stanica (15 km., tri puta dnevno)
Beklemeto	Od turističkog kampa (30' pešačenja)	Od Troyan autobuske stanice do turističkog kampa (24 km., dva puta dnevno)
<b>Stokite oblast u parku</b>		
Pleven bungalov (Mazaneto zajednica)	Od grada Apriltsi, do Vidima bungalova (2h 15' pešačenja)	Od Apriltsi autobuske stanice do Vidima bungalova (14 km., tri puta dnevno)
E3 istočno	Od sela Lagat (4h 30' pešačenja)	Od Sevlievo autobuske stanice do sela Lagat (28 km., tri puta dnevno)
Druga polazna tačka E3 istočno	Od Uzana (3h pešačenja)	Od Gabrovo autobuske stanice do Uzana lokaliteta (18 km., tri puta dnevno)
<b>Tazha oblast u parku</b>		
Rusalka bungalov	Od Tazha bungalova (2h 30' pešačenja)	Od Tazha stanice do sela Gabarevo (2 km., bez transporta); ili od Kazanlak autobuske stanice do Gabarevo (22 km., regularni autobuski servis)
Sokolna bungalov	Od sela Gabarevo (1h pešačenja)	Od Tazha stanice do sela Gabarevo (2 km., bez transporta); ili od Kazanlak autobuske stanice do Gabarevo (22 km., regularni autobuski servis)
<b>Kalofer oblast u parku</b>		
Železnicom do Rai bungalova (Panitsite)	Od Kalofer (1h 50' pešačenja)	Od Kalofera do grada Kalover (6 km., autobus tri puta dnevno); ili od Karlovo autobuske stanice do Kalofer (18 km., regularni autobuski servis)
<b>Karlovo oblast u parku</b>		
Hubavets bungalov (Stara Reka)	Od Karlovo (1h 30' pešačenja)	Od Karlova regularan autobuski servis
Gornja (treća) stanica sa Sopot lifom	Od Sopot (30' lifom ili 2h 30' pešačenja)	Od Karlova do Sopot (6 km., regularan autobuski servis), plus 50' pešačenja od do prve stanice lifta
<b>Klisura oblast u parku</b>		
Vartopa	Od Klisura (3h 20' pešačenja)	Od Klisura autobuske stanice do Karlovo stanice (28 km., regularan autobuski servis)

## Planinarenje

Startna pozicija	Ruta polinje u gradu Apriltsi, u koji se može stići autobusom, kolima ili biciklom
Trajanje:	6 sati
Smeštaj i hrana	Hoteli, privatne sobe, restorani u Apriltsi and at Pleven bungalovima
Turističke informacije i servis	Mogućnost unajmljivanja vodiča, iznajmljivanja bicikala, organizovane ture jahanja konja, poseta manastiru Trinity i loklanim prodavnicama suvenira.

### Drveni bungalovi u NP - Oblast / Ime bungalova/ Kapacitet (broj kreveta)

Teteven	Momina Polyana 80, Benkovski 60, Vezhen 140
Ruse	Eho 47, Kozya Stena 105
Troyan	Haidushka Pesen 70, Ambaritsa 111
Lovech	Dermenka 110
Sopot	Dobriła 30, Nezabravka 120
Karlovo	Hubavets 60, Balkanski Rozi 50, Vasil Levski 70, Ravnets 35
Pleven	Pleven 180
Kalofer	Rai 120
Sevlievo	Tazha 60, Mazalat 50
Gabarevo	Sokolna 40
Kazanlak	Ravna 35

## Izabrani opštinski regioni

### Teteven

Nalazi se u administrativnom regionu Lovech, na južnom delu Stare planine. Mogućnost posete pećinama (ukupno 20 – npr. Morovitsa, Saeva, Ruchova peštera...). Region bogat vodenim resursima, rekama: Kostina, Cherni Vit, Beli Vit, Zavodna, Boatinska, vodopadom Skoka. Mogu se običi planinski vrhovi: Ushite, Tetevenska Baba, Vezhen, Petrahiliya, Treskavets, Cherven, Ostrich, Ravni kamak, Kartala... Formacije stena pogodne za rockclimbing: Yana i njen brat. Muzeji: Istorijski, Bobevska kuća, Iorgova kuća, Hadjiivanova kuća. Manastiri: Glojenski, Svi sveci, Sveti Ilija. Brojni hotelski kapaciteti, izdvajamo: Hotel Zdravets (noćenje 13 €, apartman 35 €), Maxim, Olimp, Harmony (noćenje od 15 – 17 €). Gostinjske kuće: Gachevski, Todorov, Pepa Ekemdjijeva, Momina poljana, Vit, Ivana...Vile: Ani, Ganka Iordanova, Tsvetomira, Mira, Lazar Todorov...Kolibe: Vejen, Benkovski...Restorani: *Hounting House, Express Ribaritsa.*

### Sevlievo

Region sa branama: Alexander Stamboliiski, Bogatovo i rekama: Bagarestitsa, Tsarvultitsa, Rositsa (sa kamenim mostom), Gabrovnitsa. Moguć obilaska planinskih vrhova: Valchata Glava, Zelenikovets, manastira i crkava: Sveti Ilija, Sveto trojstvo, Toranj sata. U regionu od kulturnih atrakcija nalazi se memorijalni kompleks Gradnishki Boaz, muzej Dan Kolova kuća, istorijski muzej, spomenik Sloboda, Tsanko Diustabanov. Od smeštajnih kapaciteta izdvajaju se kolibe: Mazalat; Vile: Rositsa, hoteli: Dan Kolov, ABB, Odesa (cena jednosobne sobe je 45 €, dvosobne 60 € apartmana 70 €). Od ponude ruralnog smeštaja izdvajamo: Kruvenik, Sennik, Stokite,

Batoshevo. Za ljubitelje motora postoji staza za trke Gornja Rositsa duga 5 km. Za turiste koji žele aktivan odmor tu je i sportska hala Dan Kolov.

### **Karlovo**

Vodopadi Suchurum i Karlovo, izvori mineralne vode: Momina Salza, Stublata fontana, Bostritsa, Momina Banya, reke: Golyamata, Makata, Stara reka, Stryama; Brane: Banksi i Manyov dol, Rakovitsa predstavljaju vodeno bogatstvo ovog regiona. Postoji mogućnost uživanja u parkovima: Momina Banya i Momina Salza. Kameni fenomeni pogodni za rockclimbing su: Stara reka, Presechen, Sinite Kamani. Muzeji: Istorijski, kuća muzej Vasil Levski, Arheološki, arhitektonski i istorijski rezervat Stari grad, spomenici: Vasil Levski, Apriltsi omogućavaju upoznavanje sa kulturom regiona. Moguća je poseta crkvama: Sveti Nikola, St. Virgin, Sveti Konstantin i Elena, ortodoksnoj crkvi Sveti Panteleimon. Dioklecijanski grad i observatorij Tracian Astronomical nezaobilazna su destinacija turista. Od smeštajnih kapaciteta izdvajamo hotele: Augusta, Hissar (cena jednokrevetne sobe staje 67 €, dvokrevetne 89 €), Sredna Gora, kolibe: Hubavets, Ravnets, Vasil Levski, Balkanske ruže, Fenera, od ruralne ponude tu su: Matenitsa, Staro Jelezare, Panitechi, Krasново, Rozino. Atrakcija su i restorani: Loven dom, Pisатели, Eupore, National, Caesar, Oasis, Imperial, mineralno kupatilo Krasnovski

### **Izabrane slike**



### **INTERNET SAJTOVI**

<http://www.visitcentralbalkan.net>

<http://www.bulgariannationalparks.org/en>

<http://www.centralbalkannationalpark.org/en>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Central\\_Balkan\\_National\\_Park](http://en.wikipedia.org/wiki/Central_Balkan_National_Park)



## 4.2.5. Nacionalni park Australijski Alpi

### Opis i karakteristike Australijskih Alpa

Australijski Alpi čine 0,15 % kontinenta i prostiru se na granici ACT (Australian Capital Territory), New South Wales i Victoria. Zajedno upravljaju parkom od oko 1,6 mil. ha zaštićenih zona koji predstavlja nacionalno bogatstvo velikog značaja. U njemu se nalaze biljne i životinjske vrste koje ne postoje nigde na svetu, raznovrsno istorijsko nasleđe, vodeni resursi što predstavlja mogućnost za rekreaciju i razvoj turizma.

Nacionalni park Australijski Alpi obuhvata sledeće parkove i rezervate u:

#### Victoria

- **Alpine National Park** (rasprostire se na 646.000 ha, Alpska staza za pešačenje **Australian Alps Walking Track** 655 km dugačka od Walhalla do Kanbere, mogućnost vožnje dvo i četvorotočkaša, pešačenje, vožnja kanjonima, skijanje, lov i ribolov, sa bogatim istorijskim nasleđem, florom i faunom, najviši vrh je na 1.986 m, park je u blizini Viktorijinih vodopada...);
- **Avon Wilderness** (40.000 ha, kampovanje, pešačenje, vožnja kanjonima, rock climbing, skijanje...);
- **Baw Baw National Park** (13.300 ha, skoro je proglašen delom Australijskih Alpa, pešačenje, piknik, lov, skijanje, rafting, pecanje, sa bogatom florom i faunom...);
- **Mount Buffalo National Park** (31.000 ha, najstariji Viktorijin NP, vožnja biciklom, skijanje, pešačenje, vožnja kajaka, rafting, 4x4, pecanje, rock climbing...);
- **Snowy River National Park** (98.700 ha, 390 km od Melburna, noćenje u kamp naseljima po osobi se kreće od 2,2 – 3,7 € postoje staze za bicikliste i jahanje konja, pecanje, piknik, posmatranje ptica, rafting, rock climbing...).

#### New South Wales

- **Bimberi Nature Reserve** (7.100 ha, flora i faune od 750 do 1.857 m visine, sa bogatom florom i faunom);
- **Brindabella National Park** (12.050 ha, značajan za floru i faunu, nalazi se 30 km od Kanbere, pruža mogućnosti za pešačenje, vožnju bicikala I kola, orijentaciju, posmatranje ptica, izučavanje prirode, geologije i geomorfologije)
- **Kosciuszko National Park** (690.000 ha, najpoznatiji, sa oko 3 mil. posetilaca god., najviši vrh na Australijskim Alpima od 2.228m, ulaz za motorna vozila u park se naplaćuje 20 € od juna do oktobra, ostatak godine cena 12 €; obilazak pećine sa vodičem u pećinu *Yarrangobilly* košta 6 € za decu i 9,5 € za odrasle (odobrava se popust za porodice sa decom). Smeštajni kapaciteti u blizini jezera Jindabyne naplaćuju nedeljno iznajmljivanje apartmana za max 8 osoba 900-1.850 € u sezoni (zimi) i 650 € van sezone; zakup kolibe

*Pines* za 15 osoba naplaćuje se 120 € po noći u sezoni i 70 € van sezone; zakup kolibe *Daffodil* za 5 osoba košta 55 € u sezoni i van sezone 30 €), aktivnosti: skijanje niz i kroz zemlju, pešačenje, biciklizam, jahanje konja, pecanje, poseta pećinama, piknik zone, rafting ;

- **Scabby Range Nature Reserve** (3.400 ha, 55 km od Kanbere, najveći deo parka je iznad 1.600 m nadmorske visine, ulaz u rezervat je ograničen, pešačenje i rock climbing su najzastupljenije rekreativne aktivnosti).

### Austalian Capital Teritorry

- **Tidbinbilla Nature Reserve** (30 ha, skoro je proglašen delom Australijskih Alpa, 40 minuta vožnje od Kanbere, postoji mogućnost obilaska kamenog skloništa Aboridžina staro 21.000 godina, vožnja dvo i četvorotočkašima, piknik, pešačenje sa vodičima, sa bogatom florom i faunom, posetioци mogu svakog vikenda i praznika da slušaju Rendžerske istorijske priče. Zabranjeno je pecanje, kampovanje, jahanje konja, reli trke van puta...);
- **Namadgi National Park** (105.900 ha) koji ćemo u nastavku detaljnije opisati.



### Namadgi nacionalni park

Namadgi nacionalni park rasprostire se na 106.095 ha i 1984. godine je proglašen za zaštićeno mesto svih životinja, biljki i kulturno – istorijskog nasleđa koji se na njemu nalaze. Aboridžini (lokalno stanovništvo) su Namadgi zvali planine jugozapadno od Kanbere po čemu je i park dobio naziv. Park se rasprostire na severu Australijskih Alpa na samo 45 minuta od grada Canberra (Kanbera). Park godišnje poseti između 130.000 i 160.000 turista.

Podeljen je u tri zone sa podzonama:

1. Zona 1 se rasprostire na 49.828 ha što čini 47 % parka. Ključna prednost podzone 1A sa 28.150 ha i podzone 1B sa 21.678 ha su vodeni resursi (dve brane: Corin i Bendora) i rekreativne mogućnosti. Značajan je biodiverzitet, kulturne i ekonomske vrednosti;
2. Zona 2 sa 51.219 ha, što čini 49 % parka sa podzonama 2A (11.400 ha) i 2B (39.819 ha) značajna po svom biodiversitetu, kulturnim vrednostima i rekreativnim mogućnostima;
3. Zona 3 sa 5.095 ha ili 5 % parka su javni putevi i koridori kroz park uključujući i delove gde su smeštajni kapaciteti (kamp naselja) i predstavlja deo za rekreaciju.

## Razlozi posete Namadgi NP

Puno je razloga da se poseti NP Namadgi, nabrojaćemo neke:

- Preko 20 staza sa vodičem angažovanim po želji (staze za pešačenje dužine 169 km, posebne staze za bicikliste ili jahanje konja). Izdvajamo vrh Bimberi na oko 36 km od Namadgi centra, stazu od doline Naas do Gully kolibe duga 16 km, Yankee Hat stazu za pešake dugu 6 km, Yerrabi staza dužine 2 km;
- Široki spektar prirodnog okruženja od močvara do šuma čini jedinstven biogeografski region;
- Bogata flora i fauna, čista netaknuta priroda, tišina, različita vegetacija u zavisnosti od visine na kojoj se nalazi;
- Mogućnost upoznavanja sa kulturom Aboridžina i Evropljana;
- U blizini je Kanbere koju snabdeva sa 95 % vode;
- Obeležena mesta za kapovanje, piknik, pecanje, omogućava posetiocima da ispituju i uživaju u NP;
- Mogućnost za rekreativnu vožnju kola po neravnom terenu;
- U ponudi je avantura i izazov za škole (orijentacija u prirodi, istraživanje, učenje istorije, hidrologije, geologija i geomorfologija), turističke operatere i sportske organizacije. Ekskurzije se razlikuju u zavisnosti od dužine trajanja (na par sati do nekoliko dana);
- Granitne stene za rock climbing, mogućnost ribolova, planinarenja, posmatranja životinja i ptica, crteža na kamenim zidovima, dugih šetnji na stazama zdravlja, kampovanje sa limitom do 3 dana...

U Centru za posetioce može se sasati više o NP, zaposleni će Vam pomoći da isplanirate dan, kupiti vodič i mapu (napominjemo da nije dozvoljeno izdvajati se iz grupe, uvoditi životinje u park, ostavljati smeće, kampovati i paliti vatru van obeleženih područja).

## Flora i fauna

Aboridžini imaju izvanredno poznavanje veza između biljaka, životinja i okruženja pa većina biljaka i životinja ima svoju pesmu, priču, igru i ceremoniju. Za svaku biljku određena je grupa ljudi koja ima odgovornost da o njoj brine, da kontroliše njeno korišćenje i prati životinje koje su sa njom povezane (neko biljke koriste samo žene neke samo muškarci). Biljke obezbeđuju Aboridžine sa hranom, medicinom, vlaknima.

Diverzitet vegetacije omogućava opstajanje brojnih životinjskih vrsta. Među njima je čak 40 retkih i 15 ugroženih vrsta (kengur, koala, marsupilami). U NP postoji 40 vrsta vodozemaca (čak 14 vrsta žaba), više od 130 vrsta ptica, 41 vrsta reptila (7 vrsta zmija, 33 vrste guštera i 1 vrsta kornjače), 14 vrsta riba. U parku postoje i psi, mačke, konji, kućni miševi, crni pacov, evropski zec, crvena lisica. Da bi se zaštitile vrste neophodno je zaštititi prirodu (okruženje) u kojoj žive. Ljudska aktivnost na Australijskim Alpima menja okruženje koje može da ugrozi kvalitet života u prirodi pa je neophodna kontrola od strane nadređenih institucija.

## Istraživanje i potencijal parka

Istraživanje koje je sprovedeno ukazalo je da bi sistem za naplaćivanje ulaznica bilo veoma teško implementirati zbog velikog broja ulaza i činjenice da putevi u parku vode i do drugih mesta. Naplaćuje se kampovanje u projektovanim kamp naselima, interpretacije i edukativne aktivnosti. Statistika broja posetilaca i obilazaka pokazuje porast broja posetilaca i broj aktivnosti.

Namadgi ima potencijal za edukaciju, interpretaciju i istraživačke programe. Kako se nalazi u blizini Kambere (40 do 60 minuta vožnje) dostupna je školama, Univerzitetima i drugim istraživačkim institucijama i klubovima (učenje o flori, fauni, nadgledanje i upravljanje ekosistemom, izučavanje geologije i geomorfologije, hidrologije).

NP Namadgi inspiriše avanturiste, pesnike, novinare, posmatrače i ljubitelje prirode kao i druge grupe i organizacije koje koriste park (veličina grupe je limitirana). Za ljubitelje vožnje četvorotočkaša po neravnim terenima postoje staze udaljene od popularnih puteva za pešačenje i jahanje konja.

Marketing i promocija parka je efektivna i omogućava promovisanje edukativnih i rekreativnih mogućnosti. Štampaju se brošure, mape i drugi materijali koji nude informacije o parku. Postoji mogućnost obilaska prirodnog i kulturnog nasleđa uz pomoć vodiča. Praćenje (monitoring) omogućava informacije koje su ključne za održivi razvoj koji je povezan sa okruženjem, društvenim i ekonomskim faktorima i aktivnostima. Monitoring podrazumeva praćenje atraktivnih prirodnih i kulturnih destinacija, brojanje životinja (prvenstveno zečeva i kengura), praćenje broja posetilaca, oporavak posle požara kao i istraživanje kvaliteta vode.

## Aktivnosti i ciljne grupe

Park pruža različite mogućnosti za rekreaciju i doživljaj i privlači brojne regionalne i strane posetioce. Centar za posetioce nudi različite usluge: upoznavanje sa parkom, prodavnicu suvenira, mogućnost obilaska parka sa vodičem. Na Australijskim Alpima postoji oko 200 koliba koje predstavljaju bogato kulturno nasleđe (neke datiraju iz 1860. god.) sagrađene od strane drvoseča, tragača zlata, vladinih radnika, skijaša i moraju se zaštititi (mogu biti privremeno sklonište, u njima nije dozvoljen smeštaj). Komercijalne aktivnosti nevladinih organizacija menjaju cene usluge u proizvoda. Mali broj touroperatora nudi uslugu jednodnevnog obilaska parku dok postoje i operatori specijalizovani u avanturističkim turama koje nude i noćenje (sarađuju sa parkom kako bi unapredili edukativne i druge usluge). Menadžment planira da uvede specijalne privilegije ulaska i korišćenja puteva tako da će biti zatvoreni za obilaske u (zone 2 i 3). Ulaz će biti dozvoljen operatorima sa posebnom licencom koja će se naplaćivati.

Šetnja prirodom je najpopularnija rekreativna mogućnost u parku (posetioci preferiraju kraće staze sa noćenjem u nekom kampu). U planu je poboljšanje mreže puteva za kraće



šetnje ali i za stazu srednje težine prilagođenoj i porodicama. Najpoznatija rekreativna trasa je: Australijska staza za pešačenje (duga 615 km).

Rekreativna vožnja četvorotočkaša (4x4) popularan je način za avanturiste da dožive prirodne puteve (zona 3). Ovi putevi nisu pogodni za dvotočkaše. Uglavnom su to posete ne dnevnoj bazi, obilaze kulturno i istorijsko nasleđe, traže posebna mesta za piknik, ljubitelji su prirode.

Biciklizam uključuje biciklističke staze ali i mountain biking (preko noći ili tura danju). Svake godine se organizuje trka ("Fitz's Hill Challenge") koja privlači veći broj učesnika. Kako se u parku ne vozi samo po putevima menadžment ima velikih teškoća, biciklisti snose bezbednost. Staze za bicikliste su duge preko 400 km.

Za ljubitelje jahanja konja postoje prilagođena kamp naselja. To su: individualci, male privatne grupe, organizovane grupe komercijalnih operatora u parku. Obavezno je ići označenim putevima zbog bezbednosnih razloga.

Skijanje je minorna aktivnost u parku kako sneg pada u kratkom zimskom pediodu (nekoliko nedelja) a sneg se zadržava na vrhovima. Sankanje je popularnije iako ne postoji formalna staza posetioci su svesni rizika ukoliko se opredele za ovu aktivnost.

Postoje ogromne stene za aktivnosti rock climbing-a i ski zajednica u Kanberi i Namadgi NP. To su uglavnom grupe, univerzitetski klubovi i komercijalni operatori. Menadžment parka saraduje sa ljubiteljima ovog sporta kako bi se precizirala dozvoljena mesta, u suprotnom se stvaraju neformalne staze, pali se vatra na nedozvoljenim mestima, uznemiravaju se životinje.

Mogućnosti pecanja u parku su ograničene jer su neke reke zaštićene tako da je na njima zabranjeno pecati dok su druge bogate pastrmkom.



## INTERNET SAJTOVI

<http://www.nationalparks.nsw.gov.au>

<http://www.parkweb.vic.gov.au>

<http://www.environment.act.gov.au>

<http://www.australianalps.deh.gov.au>

<http://bluegumpictures.com.au/australia/namadginp>

<http://www.world66.com/australiaandpacific/australia/australiancapitalterritory/namadginationalpark>

<http://www.about-australia.com/>

[www.campgroundsandpicnicareasofnamadginationalpark.pdf](http://www.campgroundsandpicnicareasofnamadginationalpark.pdf)

[www.npsw.nsw.gov.au](http://www.npsw.nsw.gov.au)

[www.parkweb.vic.gov.au](http://www.parkweb.vic.gov.au)

## 4.2.6. Wellness – ostrvo Margitsiget na Dunavu

### Lokacija

U Mađarskoj, u Budimpešti, kao da preseca Dunav na pola, ostrvo Margitsiget (Margitsziged ili Margaret) dugačko je 2,5 km i jedno je od omiljenih mesta za šetnju, rekreaciju i spa tretmane, posebno za lokalno stanovništvo preko vikenda. Povezan je sa dva mosta, na jugu sa Margaret i na severu sa Arpad mostom. Udaljen je 28 km od aerodroma u Budimpešti, 9 km od železničke stanice Keleti, na samo 5 km od centra.



### Smeštajna ponuda

Na ostrvu se nalaze dva spojena smeštajna kapaciteta: Danubius Grand Hotel Margitsziget i Danubius Health Spa Resort Margitsziget, ranije pod nazivom Danubius Thermal Hotel Margitsziget (među prvim je Evropskim hotelima nudio široku lepezu spa i wellness usluga baziranih na prirodnoj mineralnoj vodi od oko 35°C), sportski stadion, veliki park, vodeni toranj.



Broj soba u Danubius Grand Hotel Margitsziget Budapest \*\*\*\* je **164**, 2 jednokrevetne i 140 dvokrevetne, 12 dvokrevetnih sa dve spavaće sobe – 4 osobe i 10 apartmana (2 luksuzna).

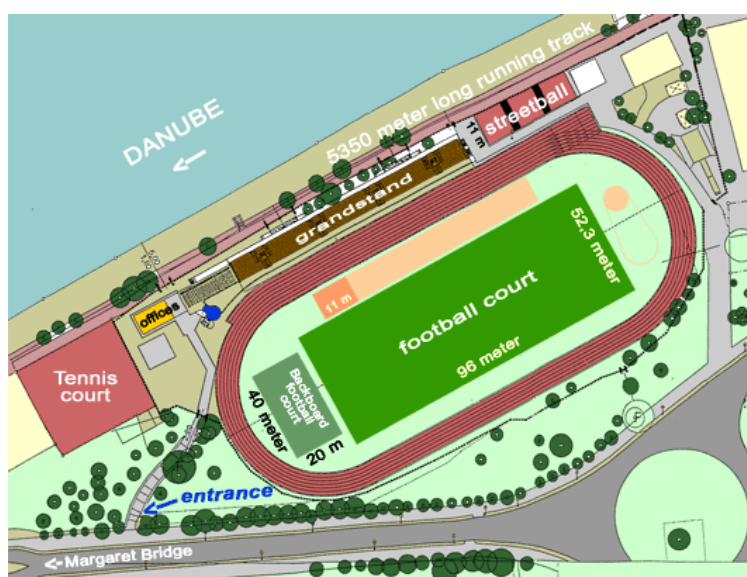
Broj soba u Danubius Health Spa Resort Margitsziget \*\*\*\* je **267**, 227 dvokrevetnih, 4 jednokrevetne, 16 studia, 8 apartmana, 12 dvokrevetnih sa po dve spavaće sobe – 4 osobe.

<b>Cenovnik</b>	Jednokrevetna	Dvokrevetna	Jednokrevetna Min 3 noćenja	Dvokrevetna Min 3noćenja	Paket 3 noćenja za 1 osobu	Paket 3 noćenja za 2 osobe
28. Aprila – 5 Maja	<b>165 €</b>	<b>188 €</b>	<b>149 €</b>	<b>170 €</b>	<b>398 €</b>	<b>532 €</b>
Maj	<b>149 €</b>	<b>170 €</b>	<b>134 €</b>	<b>154 €</b>	<b>398 €</b>	<b>532 €</b>
30 Maj – 2 Jun	<b>165 €</b>	<b>188 €</b>	<b>149 €</b>	<b>170 €</b>	<b>398 €</b>	<b>532 €</b>
Jun	<b>149 €</b>	<b>170 €</b>	<b>134 €</b>	<b>154 €</b>	<b>398 €</b>	<b>532 €</b>
Jul	<b>134 €</b>	<b>154 €</b>	<b>120 €</b>	<b>138 €</b>	<b>353 €</b>	<b>466 €</b>
<b>2-6 Avgusta (Formula 1)</b>	<b>230 €</b>	<b>260 €</b>	<b>230 €</b>	<b>260 €</b>	-	-
Od 6. Avgusta	<b>134 €</b>	<b>154 €</b>	<b>120 €</b>	<b>138 €</b>	<b>353 €</b>	<b>466 €</b>

Paket uključuje smeštaj, polupansion, korišćenje unutrašnjeg bazena, termalna kupatila, saunu, aroma sobu, fitness, aroma masažu, mineralnu vodu za piće, gala večeru i 1 relaksirajuću masažu (za goste koji ostaju 3 dana), takse. Hoteli nude konferencijske hale (ukupno 8, najveća 300 mesta, ukupno oko 1.200 mesta), restoran, prodavnicu suvenira, zubnu kliniku, kardio centar, salon lepote, frizerski salon...

## Turistički proizvodi

Koristeći relaksirajući efekat termalne vode razvijeni su različiti programi za relaksaciju, revitalizaciju, lepotu i preventivu. U ponudi su jakuzi kade, termalna kupatila različite veličine i različitih temperatura, unutrašnji (18x9m) i spoljašnji bazen (11x5m), Kleopatrino kupatilo, razne vrste masaže (Thai, vrućim peškirim, relaksirajuća, aroma...), solna pećina, Kneip tretmani, balneoterpija i hidroterapija, sauna, solarijum, fitness, aguabik...Gostima su omogućene razne sportske (u Margaret Island Athletic centru) i druge aktivnosti: tenis, fudbal, biciklizam, poseta muzejima, operama, pozorištima zahvaljujući položaju ostrva, u srcu Budimpešte. Postoji mogućnost krstarenja i obilaska Budimpešte rekom Dunavom. Najinteresantnije stvari na ostrvu su vodeni toranj, muzička i nekoliko manjih fontana, statua mini zoo, Japanska bašta.

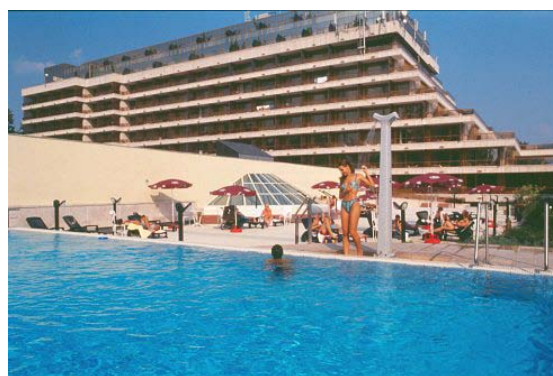




## Specijalna ponuda

Paket **Balneoterapiju** od 21 noćenja sa polupansionom nudi: ispitivanje, medicionsko savetovanje, 5 tretmana nedeljno, aguabik, korišćenje aroma sobe, termalnih kupatila, bazena, fitnesa, saune. Cena u Margitsziget Thermal hotelu u jednokrevetnoj sobi je od 1.947 \$ do 3.131 \$ u dvokrevetnoj od 1.947 \$ do 2.636 \$. U Grand hotelu u jednokrevetnoj sobi od 1.843 \$ do 2.901 \$, u dvokrevetnoj od 1.843 \$ do 2.501 \$.

**Kompletnu Spa terapiju** u trajanju od 21 dan nudi medicinsko ispitivanje i konsultaciju, 15 tretmana nedeljno, aguabik, korišćenje aroma sobe, termalnog kupatila, bazena, fitnesa, saune, lekovite mineralne vode za piće, programe dijete i zdrave ishrane. Cene sa Margetsziget Termal Hotel za jednokrevetnu sobe kreće se od 2.133 €\$ do 3.249 \$, u dokrevetnoj od 2.133 \$ do 2.731 \$. U hotelu Grand Margitsziget cene u jednokrevenoj sobi su od 2.029 \$ do 3.087 \$, u dvokrevetnoj od 2.045 \$ do 2.687 \$.



## Ciljne grupe

Lokalno stanovništvo preko vikenda (paketi od 2 ili 3 dana)

Sportisti

Poslovni gosti

Individualni gosti (prilagođeni i ljudima sa hendikepom)

Stariji parovi (seniori)



## 4.2.7. Wellness Saint Malo – najveća marina u Francuskoj

### Lokacija



U Saint Malo, najveću marinu u Francuskoj, može da se stigne automobilom (put N137), železnicom (stanica je locirana na skveru Jean Coquelin), vodenim putem (postoje dokovi za kraće i duže boravke), na samo jedan sat vožnje od ostrva St. Michael (Mišel). Stari grad St. Malo je okružen zidinama i predstavlja popularnu letnju destinaciju za turiste (u sezoni ima oko 200.000 turista).

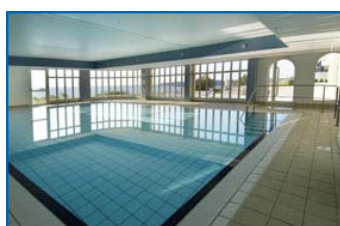
### Smeštajni kapaciteti



Predmet ponosa grada St. Malo jesu hoteli unutar tvrđave i duž obale, četiri kamp naselja i hosteli koji su leti najpotrebniji da bi se smestili svi turisti. Neophodna je rezervacija smeštaja pre samog putovanja (čak i do 6 meseci unapred). Izdvajamo smeštajne kapacitete Grand hotel des Thermes \*\*\*\* (176 soba, Spa centar sa 16 soba za tretmane) i Rezidence Raine Marine\*\*\*\* koji pripadaju grupi

Thermes Marines de Saint Malo (poseduje i hotele Antinea, le Jersey, Rezidence Neptunia, Saint Malo golf klub).

Rezidence Raine Marine (67 jednokrevetne i dvokrevetne sobe, apartmana i studija) nalazi se na samoj plaži i pogodna je za porodice sa decom, kao i za kulturne i sportske događaje tokom godine (festivali, regate i trka brodovima). Gosti imaju pristup morskome Spa centru (Thermes Marines de Saint Malo), Toničnom bazenu, Golf klubu. Cena jednokrevetne sobi u predsezoni je 320€ po noćenju dok u sezoni dostiže i 795€. Cena dvokrevetne sobe u predsezoni je za 7 noćenja je 360 € sa pogledom na jug, 425 € sa pogledom na more, 500 € sa extra pogledom na more i taksativno u špicu sezone 995 € i 1.200 € i 1.350 €



## Preporučene atrakcije

Obilazak Fort National, tvrđave sagrađene 1689. god. koja je služila kao odbrana grada (cena za odrasle je 4 € za decu od 6 godina 2 € za grupe od 10 turista 3 €).

Muzej istorije (Musee du Chatea) sa cenom od 5 € za odrasle, za grupe od 10 turista 4,20 € za grupe od 100 turista 2,50 € za školarce i studente 2,50 € Poseta tri muzeja: muzej istorije, vojni muzej, memorijalni muzej drugog Svetskog rata za odrasle 12 € za grupe od 10 turista 9 € za grupe od 100 po 6 € u periodu od 15. septembra do 30. aprila, školarci i studenti od 6 €

Poseta velikom akvarijumu u St. Malo otvorenom tokom cele godine sem od 8-26. januara i 12.11.- 21.12.2007. godine. Tokom letnje sezone otvoren od 9:30-20:00h (od 14. jula do 15. avgusta do kasnih sati) i u zemskoj sezoni od 10:00 do 18:00h. Za grupe sa vodičem za odrasle cena po osobi je 16,50 € za decu od 2-14 godina 11,90 € bez vodiča za odrasle je 12,50 €, za decu 8 €. Porodice sa decom imaju popust od 10 %. Pojedinačne ulaznice za odrasle su 14,50 €, za decu 10 €. Postoji mogućnost boravka u bazenu sa ajkulama za 120 € za odrasle i 80 € za decu.

U ponudi je krstarenje morem od 1h i poseta akvarijuma za odrasle 30,40 € za decu 20,90 € Krstarenje od sat i po i poseta akvarijumu za 32,40 € za odrasle i 21,90 € za decu. U akvarijumu se organizuje i edukacija dece različitog uzrasta (od 8,70 € do 12,40 €). Poseta St Michael manastiru i poseta akvarijumu za 23,40 € za odrasle i 18,40 € za decu.



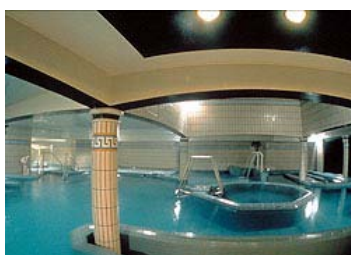
Broj restorana u St. Malo nadmašuje broj hotela sa najskupljim cenama u čitavoj Francuskoj posebno pod otvorenim nebom. Nabrojaćemo one koji se nalaze u okviru tvrđave Saint Malo: Astrolabe (ručak od 15 €, dezert od 24,50 €); Borgnefesse sa tradicionalnom Francuskom kuhinjom (oko 19,50 €); Le Brick morski restoran (12,50 do 30 €); Le Chasse Maree (13,50 do 22,50 €); Le Corps de Garde poslastičarnica (5 do 7 €); Duchess Anne (restoran sa reputacijom i visokim cenama, od 16 do 65 €); Restoran Gilles (15 do 21 €).

Poseta centrima kulture (Salvador Allende, Akademiji umetnosti izrađene od plastike, Međunarodnoj kući pesnika i pisaca) i različite sportske aktivnosti (golf, tenis, jahanje konja, pecanje, krstarenje, vožnja biciklima). U Saint Malo se nalazi i centar za okeanologiju.

Postoji mogućnost vožnje helikopterom, organizovanje seminara, proslava i drugih svečanosti. Za decu postoji poseban klub sa edukovanim osobljem. Cena za 4h je 22 €, za 6 dana 150 € Postoji i klub jedrenja katamaranom za decu od 9 do 13 godina (kurs od 5 dana po 4h za 140 €, privatni časovi 50 €, po danu 33 €).

## Thermes Marines de Saint Malo

Najpoznatiji Thalasso centar u Saint Malo pruža različite vrste usluga: bazene sa morskom vodom opremljene za razne vrste hidromasaža, tuševima za razne vrste hidroterapija (cirkulatorni, podvodni, relaksirajući, Vichi), razni oblici masaža uz korišćenje adekvatnih ulja i krema, razne vrste sauna, elemente arapskih kupatila (hamam...), elemente rimskih kupatila (tepidarium, frigidarium itd), preparate marino porekla (algoterapija...), preparate za tretmane lica i tela (lifting, presoterapija, ozonoterapija...), profesionalne jet kade, hromo i aroma terapiju, fitness, Beauty salon, kardio trening klubom, soba solarijumom, frizerom...Svaki od ovih elemenata ispunjava određene ambijentalne uslove, programi odgovaraju zdravstveno i fizički svakoj osobi, korisniku usluge. Ovo je veoma bitno jer neadekvatna usluga može da ugrozi život korisnicima.



Paketi Talasoterapije koji se nude u Les Thermes Saint Malo nakon detaljnog pregleda specijaliste i uz preciziranje specifičnog tretmana u trajanju od 6 dana i sa po 4 terapije dnevno, bez smeštaja koštaju: preventivni paket od 570 €, za leđa od 714 €, za noge od 570 €; Oblikovanje tela od 750 €, za relaksaciju od 750 €, za lepotu od 714 €. Za poludnevni tretman koji obuhvata individualne tretmane i tretmane u bazenima sa morskom vodom (jet kade, specijalni tuš, kupanje sa mehurićima, bazen sa tonikom, podvodne masaže, tuš koji pospeđuje cirkulaciju, 4 tretmana na bazi algi...) za 2 tretmana cena je 52 €, za tri tretmana 78 €, za 4 tretmana 98 €.

Za pojedinačne tretmane od max 30 minuta cene su sledeće: jet kada 28 €, specijalni tuševi 48 €, biljni tretman 37 €, Aquabik od 23 € po treningu, aquabik i fitness program od 6 dana za 120 €, nedeljni kardio fitness paket od 219 €. Nedeljna karta za fitness je 75 €, mesečna 115 €, polugodišnja 315 €, godišnja 410 €.

Tretmani lepote podeljeni su u 6 talasa sa različitim uslugama u svakom od talasa. Postoji mogućnost boravka pola ili celog dana. Poludnevni aranžman obuhvata 3 tretmana, 1 ulazak na bazen, saunu i hamam za cenu od 150 – 210 € po talasu. Dnevni aranžman obuhvata 3 individualna tretmana, 1 ulazak na bazen, saunu, hamam, ručak sa cenom od 180 – 230 € po talasu.

Naziv tretmana	Trajanje	1 tretman	3 tretmana	5 tretmana	10 tretmana
Tradicionalni	1h	60 €	171 €	270 €	510 €
	1h 20'	75 €	213 €	337 €	637 €
Za osetljivu kožu	1h 20'	84 €	239 €	378 €	714 €
	Relaksacija i drenaža	30'	35 €	99 €	157 €
40'		45 €	128 €	202 €	382 €
Tretmani podmlađivanja	1h 10'	80 €	228 €	360 €	680 €
	1h 30'	120 €	342 €	540 €	1.020 €

Pregled cena tretmana u zavisnosti od dužine trajanja i broju pruženih usluga



## Izabrane slike



## INTERNET SAJTOVI

[http://www.directferries.co.uk/st\\_malo.htm](http://www.directferries.co.uk/st_malo.htm)
<http://www.burger.si/France/Bretanija/StMalo/Uvod.html>  
<http://www.priceline-europe.com/city/fr/saint-malo.html>  
<http://france-for-visitors.com/brittany/st-malo/hotels.html>  
<http://www.fornational.com/info-pratique-saint-malo.php>  
<http://www.saint-malo.fr/decouvrir/musee-histoire.html>  
<http://aquarium-st-malo.com>  
<http://france-for-visitors.com/brittany/st-malo/restaurants.html>  
[http://www.saintmalogolf.com/index.html#en\\_dev](http://www.saintmalogolf.com/index.html#en_dev)





## V VIZIJA I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE

### 1. SWOT ANALIZA KAO OSNOVA ZA DEFINISANJE VIZIJE

SWOT analiza turističkog područja „Donje Podunavlje“ služi za identifikovanje ključnih snaga i slabosti turističkog područja, kao i šansi koje područje može da iskoristi i pretnji koje mogu ugroziti turistički biznis na području. Rezultati SWOT analize su osnova za strateško delovanje. Pojedinačna SWOT analiza je urađena za svaki od sledećih elemenata:

- društveno-ekonomsko okruženje
- resursi, atrakcije i prirodni uslovi;
- infrastruktura (saobraćajna, opšta i turistička);
- turističko poslovanje; i
- upravljanje turizmom na području „Donjeg Podunavlja“.

Inputi za SWOT analizu su dobijeni na osnovu:

- temeljne analize postojeće dokumentacije koja je od značaja za turizam „Donjeg Podunavlja“;
- sprovedene radionice sa ključnim zainteresovanim subjektima za razvoj turizma u „Donjem Podunavlju“;
- obilaska terena i individualnog intervjuisanja najvažnijih stakeholdera; i
- analize tržišta i relevantnih inostranih iskustava.

### 1. DRUŠTVENO-EKONOMSKO OKRUŽENJE

#### SNAGE

Spremnost vodećih ljudi u opštinama da prihvate turizam kao polugu razvoja

Postojanje preduzetništva na lokalnom nivou

Veliki broj ljudi koji rade u inostranstvu

#### SLABOSTI

Nizak nivo privredne razvijenosti opština

Dominacija poljoprivrede u novostvorenoj vrednosti

Postojanje „industrija zagađivača“

Nerazvijen uslužni sektor

Demografska struktura

Nepoštovanje ekoloških normi

Neadekvatna zakonska regulativa i njena primena koja destimuliše investitore

#### ŠANSE

Opređeljenje Vlade Republike Srbije za razvoj turizma

Jačanje prekogranične saradnja sa Rumunijom i Bugarskom

Jačanje državnog sistema i lokalne samouprave

Pristupanje evropskim integracijama

Korišćenje sredstava nacionalnog investicionog fonda

Privlačenje investicija iz dijaspore

OPASNOSTI

Politička nestabilnost

Zaustavljanje procesa priključenja evropskim integracijama

Nekontrolisana izgradnja nekretnina

Nepromenjena zakonska regulativa i neadekvatna primena

Neadekvatna privatizacija

## 2. SWOT-RESURSI, ATRAKCIJE I PRIRODNI USLOVI

SNAGE

Prirodne lepote područja, posebno NP „Đerdap“, koje imaju svetsku vrednost

Dunav kao međunarodna atrakcija

Bogato kulturno-istorijsko nasleđe (Lepenski vir, Golubačka tvrđava, Pivnice i dr.)

Gradovi koji imaju svoju specifičnu priču

Bogatstvo biljnog i životinjskog sveta

Spoj vlaške i srpske kulture

Gastronomska tradicija (srpska i vlaška jela)

Gostoljubivost i ljubaznost domicilnog stanovništva

Raznovrsnost turističkih atrakcija

Pogodne lokacije za sportove na vodi

Postojanje kulturnih manifestacija

SLABOSTI

Nedovoljna zaštita prirodnog i kulturnog nasleđa (postojanje divljih deponija na području NP „Đerdap“, prolazak puta kroz Golubačku tvrđavu i dr.)

Nedovoljno iskorišćavanje prirodnih i kulturnih vrednosti u turističke svrhe

Nizak stepen aktiviranja etno vrednosti

Nedovoljno eksploatisanje gastronomske tradicije

ŠANSE

Eksploatacija prirodnih i kulturnih resursa u turističke svrhe po najboljem modelu, pošto se pozicija područja može okarakterisati kao početna faza razvoja

Iskorišćavanje velikog broja prolazaka inostranih brodova Dunavom i prinudnog zaustavljanja zbog revizije i prevođenja preko brana

Intenzivnije korišćenje bogate lokalne gastronomije

Iskorišćanje etnospecifičnosti stanovništva područja u turističke svrhe

OPASNOSTI

Nedovoljna zaštita i devastacija prostora

Divlja gradnja na području NP „Đerdap“

Nedovoljna zaštita kulturnih dobara

Neplansko korišćenje atrakcija

## 3.SWOT-INFRASTRUKTURA

SNAGE

Strateški saobraćajni položaj kada je u pitanju koridor VII

Pograničan saobraćajni položaj prema susednim državama (Rumuniji i Bugarskoj)

Okruženost područja magistralnim pravcima adekvatne gustine

Započet proces izgradnje marine i pristaništa

Regulisano snabdevanje električnom energijom

Urbanistički planovi koji su u toku

SLABOSTI

Nepostojanje adekvatne rečne infrastrukture

Nizak kvalitet drumske saobraćajne infrastrukture

Otpadne vode se ne prečišćavaju, sem delimično u gradskim centrima

Postojanje divljih deponija u nacionalnom parku

Nepostojanje adekvatne turističke signalizacije i infocentara u većem delu područja

Saobraćajna signalizacija

Nepostojanje sistema za reciklažu otpada

Nedovoljna razvijenost telekomunikacione mreže kada je u pitanju stepen automatizacije i digitalizacije

ŠANSE

Unapređenje rečne infrastrukture izgradnjom marina i pristaništa i prateće infrastrukture i povećanje iskorišćenja koridora VII

Uspostavljanje jačih saobraćajnih veza sa prekograničnim područjima

Unapređenje drumske putne mreže

Izgradnja postrojenja za reciklažu otpada

Unapređenje telekomunikacione infrastrukture

Rešavanje problema vodosnabdevanja u kritičnim područjima

OPASNOSTI

Nedostatak finansijskih sredstava za realizaciju infrastrukturnih projekata

Stvaranje lošeg imidža usled lošeg iskustva gostiju sa infrastrukturom

Zaobilaznje Donjeg Podunavlja u državnim planovima za velike infrastrukturne projekte

#### 4. SWOT-TURISTIČKI BIZNIS

SNAGE

Postojanje hotela na atraktivnim lokacijama (Lepenski vir, Golubački grad, Đerdap i dr.)

Postojanje svesti kod organa uprave o značaju turizma

Postojanje preduzetničkog duha privatnog sektora

Probuđena svest domicilnog stanovništva o značaju turizma

Raspoložive zone za turistički razvoj

SLABOSTI

Nedostatak jasne strategije razvoja kod poslovnih subjekata

Nepostojanje smeštajnih kapaciteta visokog nivoa

Loše održavanje postojećih kapaciteta

Nedovoljna razvijenost turističkih proizvoda

Nedovoljna povezanost privatnog i javnog sektora

Nedovoljna ulaganja u turizam

Neadekvatan sistem komercijalizacije

Slaba povezanost sa komplementarnim delatnostima

Privatizacija u turističkom sektoru



ŠANSE

Privlačenje novih investitora  
 Edukacija aktera koji su se u procesu privatizacije uključili u turistički sektor  
 Kreiranje atraktivnih turističkih proizvoda  
 Rekonstrukcija postojećih i izgradnja novih smeštajnih kapaciteta  
 Sinergetsko korišćenje turističkih resursa

OPASNOSTI

Neuspeh u privlačenju investitora  
 Zadržavanje smeštajnih kapaciteta u postojećem stanju  
 Neuspeh u pregovorima sa javnim stakeholderima  
 Neadekvatna marketinška pratnja razvoju turizma  
 Nesinhronizovanost privatnog i javnog sektora

**5. SWOT-UPRAVLJANJE TURIZMOM NA PODRUČJU DONJEG  
 PODUNAVLJA**

SNAGE

Postojanje turističkih organizacija u svim opštinama  
 Sposobnost lokalnih turističkih radnika i izražen liderski potencijal kod pojedinaca  
 Urađene studije o razvoju turizma u Donjem Podunavlju  
 Rad na planovima za prostorno regulisanje područja

SLABOSTI

Nema jasne vizije razvoja turizma na nivou područja  
 Nepostojanje destinacijske menadžment organizacije za celo područje  
 Nedovoljno stručnih kadrova  
 Nedovoljno čvrsta saradnja privatnog i javnog sektora  
 Nedovoljna prekogranična saradnja  
 Nedovoljna edukacija kadrova u turizmu  
 Nepostojanje promocije celog turističkog područja, već samo parcijalno i bez jasne strategije pozicioniranja

ŠANSE

Izrada master plana razvoja turizma  
 Početna faza u razvoju turizma tako da se razvoj može pravilno planirati bez značajnih ograničenja prethodnih razvojnih tokova  
 Pomoć republičkih organa  
 Uspostavljanje čvrstih veza sa prekograničnim stakeholderima i kreiranje zajedničke ponude

Opasnosti

Nemogućnost implementacije strategije razvoja turizma zbog neslaganja stakeholdera iz različitih opština  
 Neuspostavljanje javno-privatnog partnerstva  
 Nespremnost za uspostavljanje prekogranične saradnje

**2. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA**

**2.1. Strateška uporišta vizije**

Proces formulisanja vizije je veoma složen, jer je neophodno definisati jaka uporišta kako bi dobili efektivnu viziju koja se može realizovati. Strateška uporišta vizije razvoja turizma su izvedena na osnovu većeg broja sprovedenih koraka u izradi Master plana za „Donje Podunavlje“. Kao što je već u uvodu studije rečeno, izvršena je celovita situaciona i tržišna analiza 5 opština koje čine posmatrano područje. U prethodnoj tački

istaknute su ključne snage, slabosti, šanse i opasnosti u razvoju turizma ovog područja. Isto tako, sprovedene su radionice sa ključnim predstavnicima privatnog i javnog sektora sa posmatranog područja. Obavljeno je terensko istraživanje i formirana posebna dokumentacija o ključnim elementima sadašnjeg lanca vrednosti u turizmu. Posebno su izvršene analize dosadašnjih planskih i programskih razvojnih dokumenata i projekata turizma u regiji. I na kraju, sprovedeni su brojni individualni intervjui i razgovori s ključnim igračima u turističkom sektoru regije.

Na osnovu navedenih postupaka dobijena je precizna dijagnoza situacije na posmatranom području. To je omogućilo kreiranje realnih **strateških uporišta** na osnovu kojih se može doći do vizije razvoja turističkog sektora područja. Radi se o viziji koja treba da bude realna, izvodljiva i koja neće ograničiti razvojni potencijal područja.

Na osnovu izloženog, utvrđena su sledeća **strateška uporišta vizije**:

1. **Dunav sa izobiljem jakih izražaja (neiskorišćene mogućnosti)**
2. **Nikad do kraja ispričana priča (nedostatak imidža)**
3. **Start up pozicija (početak novog doživljaja Dunava)**
4. **Iskustvo reke na naš način (Nil, Volga, Loara, ostali deo Dunava)**
5. **Strategija visokih vrednosti (fokus na doživljaje)**
6. **Uspostaviti spoj iskustva reke i prostora uz reku (faktor tržišnog proboja)**
7. **Pažljiva i stepenasta izgradnja lanca vrednosti**
8. **Potpuna regionalna (klasterska), državna i internacionalna podrška programu**
9. **Interni marketing i unapređenje ljudskih resursa**

Navedena strateška uporišta vizije će biti detaljno analizirana u daljem tekstu.

1. **Dunav sa izobiljem jakih izražaja.** Kao retko gde u svom toku, Dunav je na prostoru „Donjeg Podunavlja“ spojio mnoštvo jakih sadržaja. Tu je Dunav probio Karpate, pokazao svoju silinu, ali ipak omogućio ljudima da stvaraju i žive i rade od Dunava. Ono što Dunav čini zaista posebnim je područje nacionalnog parka „Đerdap“, koji se može smatrati jednim od najlepših nacionalnih parkova u Evropi, koji ima imponantnu geološku istoriju i u kome se prepliću tri klisure, dva kanjona i tri kotline, čineći jednu veličanstvenu prirodnu sliku. Dunav je na ovom delu veoma širok, naročito kod Golupca, a onda se sužava i dolazi se do tačke gde je najuži u Evropi. Nacionalni park je takođe veliki prirodnjački i arheološki muzej Evrope, gde se mogu naći ostaci davne istorije kao što je najstarije neolitsko naselje koje je nastalo pre 8.000 godina, ali i značajni predstavnici reliktno flore i faune. Đerdap je nacionalni park koji ima najviše spomenika iz vremena Rimskog limesa na Dunavu, ali i Park koji u svom ulaznom i izlaznom delu pruža blagodeti lepote i užitaka odmora, rekreacije, kulturnih, vinskih i drugih doživljaja koji ovaj prostor čine jedinstvenim.



**2. Nikad do kraja ispričana priča.** Uprkos pokušajima da se priča o ovom prostoru globalno turistički pozicionira, a što je delimično započelo sedamdesetih i osamdesetih godina, ovo turističko područje se zbog različitih ograničenja, a između ostalog i kvaliteta ponude i pozicije Srbije na međunarodnom tržištu, dosad nije doživelo pažnju globalnog turističkog tržišta. Pored toga, i u domaćim okvirima je izgubilo na značaju koje je imalo sedamdesetih i osamdesetih godina.

Inicijalni razvojni model Parka i cele regije nije se dovoljno reflektovao na Dunav kao prirodni i turistički fenomen, a što je vidljivo iz činjenice da obalni život u urbanom smislu nije srastao s Dunavom na način njegovog stvarnog turističkog doživljaja. Obalne fronte naselja, nautička infrastruktura i na kraju odnos s drugom stranom Dunava, nisu bili u fokusu jer turističko-rekreativna upotreba Dunava nije bila relevantna u smislu proizvodnje blagostanja za lokalno stanovništvo.

Pozicija ovog turističkog područja se menja iz tri razloga:

- nova strukturna politika i ambicije Vlade Srbije olakšavaju otvaranje ka međunarodnom turizmu;
- nagla ekspanzija cruising biznisa Dunavom (tržište); i
- postepeni rasta domaćeg tržišta u Srbiji.

Promena pozicije je vidljiva iz brojnih lokalnih inicijativa kao i trenutno prisutnih domaćih i inostranih projekata na ovom području. U tom smislu širi prostor Nacionalnog parka Đerdap kao jedna od potencijalno najatraktivnijih destinacija u ovom delu Evrope nalazi se pred izazovom profesionalnog stvaranja novog imidža baziranog na internacionalnim konkurentskim standardima, pre svega, vodeći računa o očekivanim trendovima Dunavskog nautičkog tržišta, ali i stvaranju i turističkoj prezentaciji atraktivnih kopnenih atrakcija, sadržaja i doživljaja koji će ovaj prostor pozicionirati kao relevantnu internacionalnu turističku regiju.

**3. Start up pozicija.** U smislu internacionalnog turističkog pozicioniranja posmatrano područje je na samom početku, a time može koristiti sve prednosti takve pozicije. Reč je, pre svega, o činjenici da se svaki ozbiljan ulazak u biznis mora zasnivati na pažljivo proučenim uzornim praksama i primerima turističke valorizacije reka u različitim krajevima sveta. Dunav je reka s najekspanzivnijim rastom cruising biznisa, a koji se uprkos prometu od oko 500 cruisera u 2006. godini još uvek nije ozbiljno "zaustavio" u Srbiji. S druge strane, turističke barže (turističke teglenice) i klasični čarter biznis tek dobijaju tržišne obrise jer domaće tržište nije još razvijeno, a strano nema potrebnu infrastrukturu kao ni komercijalizaciju i bezbednost ulaska u naše vode Dunava. Razvoj marina je takođe u početnoj fazi. Sve je to razlog više za optimizam nekoga u početnoj (start up) poziciji jer tek treba na adekvatan način odgovoriti zahtevima rastućeg tržišta;

Budući je rastući nautički promet Dunavom u različitim oblicima veoma bitan za generisanje imidža i budući biznis u ovoj regiji, postoji velika potreba da se ovom celom kompleksu razvoju nautičke infrastrukture pristupi celovito za celu

destinaciju, a to se mora povezati s karakterima i scenarijima pojedinih delova destinacije/regije. U tom smislu je početna situacija prednost za buduće marketinške i poslovne sinergije.

Polazimo od stava da postoji početna pozicija i na području ostale (kopnene) turističke infra i suprastrukture. Osim menadžmenta parka, kao i menadžmenta pojedinih turističkih organizacija, za sada u samoj regiji nema destinacijskih menadžment kompanija/firmi koje bi organizovale i upravljale aktivnostima i proizvodima specijalnih interesa. Isto tako, inicijalni preuzimači hotelskih kapaciteta nisu započeli značajnije investicije, pa postoji mogućnost i potreba da se usmere, podstaknu i podrže saglasno opštoj viziji razvoja područja.

U tom smislu sadašnju situaciju početka smatramo više prednošću nego nedostatkom s obzirom na potrebu izgradnje novog doživljaja Dunava za evropsku Srbiju.

- 4. Iskustvo Dunava na naš način.** Ako je iskustvo Nila luksuzni cruising i vođeno razgledanje piramida, iskustvo Volge kulturološka ponuda Petrograda i Moskve kao i uživanje u votki i kavijaru, a iskustvo cruisinga Loarom razgledanje dvoraca i uživanje u vinu, Dunavsko iskustvo Srbije a posebno ovog kraja mora imati nešto po čemu će biti prepoznatljivo i na osnovu čega će se diferencirati. Jedan od elemenata diferencijacije, u svakom slučaju je maestralni doživljaj kompozitne klisure Đerdapa, koja je atrakcija sama po sebi. Međutim, ovo se iskustvo mora obogatiti doživljajem ljudi i manifestacija u svim mestima položenim uz Dunav. Srbija je zemlja "Događaja i Slava" kao retko koja u Evropi, pa se isti nameću kao ključ diferenciranja i stvaranja neobičnog miksa susreta nautičkog tržišta s ljudima, s njihovom kulturom i tradicijom.

Kao i u drugim područjima, iskustvo reke na naš način se izražava i približavanjem tradicionalnih proizvoda i drugih materijalnih tvorevina ovoga kraja kao slika prošlih i sadašnjih vremena. Konačno, iskustvo reke na naš način se može i treba izraziti besprekornom čistoćom i brigom za obalu i okolne predele, kao i duhovitom i kreativnom intepretacijom dunavske kulture.

- 5. Strategija visokih vrednosti.** Struktura atrakcija i pozicija na međunarodnom tržištu ovog područja upućuje na nužnu orijentaciju na strategiju izgradnje visokih vrednosti. Dobiti međunarodne goste s cruisinga ili ih pridobiti da dođu u touring ovim područjem ili na kratki odmor, nije moguće bez besprekornog izvođenja pravila igre i izgradnji doživljaja koji omogućavaju tržište pomenutih proizvoda. To se takođe odnosi i na konferencije, podsticajna putovanja i specijalne interese namenjene internacionalnom tržištu.

U svojoj operacionalizaciji, strategija visokih vrednosti podrazumeva izvođenje ključnih sadržaja turističke infrastrukture prema svetskim pravilima igre (na primer biciklističke staze, mountain bike staze, šetne staze, vidikovci, interpretaciju i centar za posetioce u Lepenskom Viru i sl. Na isti način to vredi i za hotele, gde bi dominantnu ulogu imali hoteli od 4 i 5 internacionalnih zvezdica kao i druge sadržaje i atrakcije koje su usmerene na izgradnju lojalnosti gostiju.

Konačno, strategija se visokih vrednosti odražava i u samoj ekologiji, zaštiti i interpretaciji i označavanju prostora reke i njenog neposrednog okruženja. To pretpostavlja i veliku operaciju pomeranja teretnog saobraćaja iz neposrednog prostora parka bez čega nije moguće zamisliti internacionalni turistički značaj ove destinacije.



**6. Spoj iskustva reke i kopna.** Iz određenih istorijskih razloga, u Srbiji nisu stvoreni gradovi i mesta na reci koji žive i funkcionišu u organskom saodnosu sa rekam. U poslednje vreme na rekama se sve više smeštaju rekreacija i zabava, a na bazi manjih poslovnih inicijativa (Beograd- brodovi na reci, Vojvodina- čarde na reci i sl), a zna se da već više godina postoji inicijativa projekta "Beograd na rekama". Da bi postao svetska destinacija, prostor „Donjeg Podunavlja“ mora do kraja funkcionalno i doživljajno spojiti reku s urbanim naseljima na obali Dunava. Oblikovanje urbanih celina uz vodenu frontu Dunava dobija prvorazredni značaj. Veliko Gradište, Golubac, Donji Milanovac, Tekija i Kladovo, a donekle i Negotin u svom vangradskom odnosu s Dunavom, moraju hitno oblikovati programe upotrebe prostora uz obalnu frontu Dunava, kako u samom jezgru naselja tako i šire. Ova činjenica je od izuzetnog značaja za celu destinaciju i prema istoj se mora hitno sprovesti kampanja političkog/razvojnog marketinga. Naime, uobičajena je sklonost ljudi/individualaca da priobalje reka zauzimaju za potrebe svojih vlastitih užitaka i potvrde dobrog statusa. Međutim, ovde je reč o činjenici da upravo na oblikovanju rečnog fronta i pogleda s reke, svako naselje i destinacija u celini gradi svoj dugoročni konkurentski položaj.

**7. Pažljiva i stepenasta izgradnja lanca vrednosti.** Danas područje “Donjeg Podunavlja” ima gotovo uništen turistički lanac vrednosti. Akteri u procesu stvaranja lanca vrednosti tek otkrivaju da bez međusobne saradnje nije moguće da bilo ko od njih kapitalizuje na vrednostima područja. Vrednosti pojedinih turističkih biznisa na području su veoma male jer su bazirane na dečjem, omladinskom, sportskom i radničko-odmarališnom turizmu, uz izuzetak nešto poslovnog prometa i sastanaka i seminara. Na primeru hotelskog biznisa, kod preuzetih hotela, kao i kod inicijativa za izgradnju novih većih objekata i pokušaja izgradnje malih hotela/pansiona i sl., vidljiv je raskorak između dilema i očekivanja vlasnika i konačne slike o celovitom lancu vrednosti regije kojeg tek treba izgraditi. Postoji pitanje na koje proizvode igrati, na koja se tržišta orijentisati i kakve sadržaje i kvalitet obezbediti u svojim planiranim investicijama.

Prema tome izgradnja konzistentnog lanca vrednosti, a kojeg nije moguće načiniti preko noći, stvar je prioriteta po rangu važnosti i to kako sledi:

- rešavanje pristupa regiji, pristupa reci, ekologija i infrastruktura prostora;
- rešavanje vodenih frontova naselja kao i unapređenje urbanog i komunalnog standarda svih uključenih naselja;
- opremanje i interpretacija nasleđenih i formiranje novih atrakcija;
- revitalizacija i stavljanje u turističku funkciju objekata kulturno/istorijskog nasleđa;
- izgradnja i opremanje turističke infrastrukture i usluga, posebno za specijalne interese;
- restrukturiranje i tržišno repozicioniranje nasleđenih smeštajnih objekata i izgradnja novih; i
- ofanzivan branding i internacionalni marketing regije.

**8. Potpuna regionalna (klasterska), državna i internacionalna podrška programu.** S obzirom da je Vlada Republike Srbije ozbiljno rešila da ulaže u turizam, a najbolji pokazatelji za to su izrada *Strategije razvoja turizma Republike Srbije*, kao i izrada master planova prioriternih turističkih destinacija, ne bi trebalo da bude problema da zdravi i dobri programi koji su orijentisani ka dugoročnom blagostanju regije dobiju

sredstva kojima će biti finansirana, a posebno kada se zna da se može računati i na sredstva iz međunarodnih fondova. Centralna državna podrška ovom programu mora da se ogleda u sprovođenju nužnih programa državne infrastrukture, obezbeđenju konkurentskog sistema podsticanja malog i srednjeg preduzetništva koji važi za celu zemlju, dovršenju preostalih programa privatizacije prema zahtevima pozicioniranja ove regije i konačno uključivanja nekoliko važnih turističkih proizvoda ove regije u sistem državnog turističkog marketinga

Kada je reč o regionalnoj podršci, pet uključenih opština treba da prihvate odgovornost za zajedničku izgradnju lanca vrednosti turizma na području turističke destinacije Đerdap. One nadalje moraju sprovesti regulaciju i zaštitu prostora da bi se bez ograničenja obezbedio predloženi lanac vrednosti i internacionalna pravila igre sa definisanom isporukom proizvoda, aktivnostima i sistemom kvaliteta. To je jedino moguće formiranjem zajedničke destinacijske menadžment kompanije koja će preuzeti odgovornost za sprovođenje programa izgradnje konkurentnosti, investicija i onda zajedničkog profesionalnog marketinga regije.

Dodatna šansa za razvoj može da bude apliciranje za sredstva za razvoj kod internacionalnih fondova i tu šansu svakako treba iskoristiti, jer ovaj master plan tretira razvoj područja do 2020. kada bi Srbija uveliko trebalo da bude član Evropske unije i da ima pristup njenim fondovima.

- 9. Interni marketing i unapređenje ljudskih resursa.** U ovoj regiji za sada ne postoji opšti stav i uverenje da turizam može i treba da postane jedna od ključnih poluga privrednog rasta. Pored toga, ne postoji uverenje da značajan turistički uspon regije na evidentnim turističkim resursima nije moguć bez celovitog destinacijskog pristupa i javno-privatnog partnerstva, a time i jasne odgovornosti uključenih postojećih i novih aktera u razvojnom procesu. Vidljive su inicijative odozdo na gore, a postoje i inicijative odozgo na dole, a najbolji primer za to je izrada ovog master plana. Međutim, navedene inicijative treba uskladiti i veoma je bitno da razvoj bude planski, jer se inače suočavamo sa potencijalno velikim greškama u budućem razvoju u odnosu na potrebnu i moguću viziju kao i kvalitet razvoja. Pri tome se ne misli na nekoordinaciju između opština nego i na nekoordinaciji javnih i privatnih igrača koji su danas prisutni u procesu razvoja. Ovaj Master plan bi trebalo da odigra veliku ulogu u rešavanju navedenog problema. Primer Pivnica na području opštine Negotin kao jedne od potencijalno inovativnih proizvoda, a gde postoji evidentan nesporazum lokalnih i centralnih vlasti sa započetim investicionim inicijativama preduzetnika, najbolji je dokaz da na nivou ove regije nema jasne ideje o budućem turističkom razvoju.

Stoga je, na osnovu ovog Master plana, neophodno hitno pokrenuti javnu "Inicijativu za turizam" putem svojevrsnog konkurentskog kluba regije koji bi morao široj javnosti objasniti viziju, interese i odgovornosti u turizmu, a kako bi se se u inicijalnoj fazi sprečile velike greške. Taj bi konkurentski klub kasnije logično prerastao u Destinacijsku menadžment organizaciju. Takođe je neophodno ulagati u razvoj ljudskih resursa na posmatranom području kako bi bili u mogućnosti da udovolje zahtevima domaćeg, a pogotovu internacionalnog tržišta.

## 2.2. Definisane vizije razvoja turizma

Vizija je slika budućnosti kojoj težimo. Ona usmerava turistički razvoj područja i javni i privatni donosioci odluka koje tangiraju turistički potencijal moraju da vode računa o viziji i da postupaju u skladu sa njom. Jasno definisana vizija je podloga za saradnju grupa i pojedinaca u cilju zajedničkog delovanja i ostvarenja sinergetskih efekata.

Ključ uspeha vizije je njena jasna formulacija, realnost i prihvatanje od strane političkih elita i ostalih značajnih stakeholdera. Vizija mora jasno da usmeri aktivnosti u željenom pravcu. Takođe je bitno da bude realna, jer vizija ne sme da postavi suviše visoke zahteve pred učesnike u procesu izgradnje turističkog lanca vrednosti, da se ne bi desilo da se oni obeshrabre još na početku ili da se ulože određena sredstva u projekte koji nemaju realno tržišno uporište. Vizija mora da bude pogodna za operacionalizaciju i da ne pređe realne mogućnosti učesnika u procesu njene realizacije.

Kada je u pitanju posmatrano područje, jasno je da su njegove osnovne vrednosti dobrim delom netaknuta priroda sa značajnim prirodnim retkostima koje se moraju zaštititi i ruralni karakter područja. Takođe je bitna početnička pozicija, jer na ovom prostoru turizam praktično ne postoji i mora se postepeno graditi lanac vrednosti.

Na osnovu navedenih strateških uporišta predlaže se sledeća **vizija razvoja turizma za „Donje Podunavlje“**:

### VIZIJA RAZVOJA TURIZMA

Kao odgovor na naše tranzicione izazove, kao i izazove globalizacije, a na bazi izobilja visoko vrednih atrakcija turizam ćemo iskoristiti kao ključnu polugu privrednog rasta i obezbeđenja dugoročnog blagostanja i kvaliteta života lokalnog stanovništva.

To ćemo postići kroz odgovornu i sofisticiranu konverziju i rehabilitaciju šireg područja NP «Đerdap», oblikujući turistički vrednosni lanac prema konkurentskim standardima i najboljoj svetskoj praksi.

Ponudićemo doživljaj za svakog, a dobar osećaj Dunava svima, vodeći se našim tradicionalnim gostoprimstvom i neposrednošću.

Naša je ambicija da za 10 godina postanemo uzbudljiva dunavska destinacija koja je nezaobilazna tačka u mreži turističkih odredišta Jugoistočne Evrope.

### 3. VODEĆE STRATEGIJE I KLJUČNA PODRUČJA ZA REALIZACIJU VIZIJE

Ostvarenje vizije pretpostavlja da svi uključeni subjekti deluju u pravcu korišćenja ključnih prednosti kako bi se regija što pre ispravno tržišno profilisala i lakše marketinški pozicionirala na ciljnim tržištima. U tom smislu za turističku destinaciju „Donje Podunavlje“ sledeći ključni **pravci delovanja** treba da se primene kako bi se najbrže pozicionirala na turističkoj mapi:

- potrebna je potpuna zaštita i unapređenje prirodnih i kulturnih dobara, krajolika, ne sme se dozvoliti postojanje 24 «divlje» deponije u Nacionalnom parku;
- potrebne su nove ideje za razvoj turizma, koje će se dobiti i iz ovog Master plana i koje treba da budu zasnovane na ključnim prednostima područja i sličnim iskustvima u svetu, a ipak originalne;
- izgradnja profesionalnog individualnog gostoprimstva i ljudskog softvera su neophodni. Nivo kvaliteta usluge je drastično opao u odnosu na period osamdesetih godina XX veka, a ni tada nije bio na nivou koji zahteva internacionalno turističko tržište. Ovde se može dodati i potreba za kreiranjem raznovrsnije gastronomske ponude bazirane na tradicionalnim jelima;
- potrebno je poboljšati saobraćajni pristup i rešenja tipična za turističke destinacije, jer je kvalitetan saobraćajni pristup preduslov razvoja destinacije;
- turističke organizacije na području moraju da se transformišu, a neophodno je postavljanje informacionog i prodajnog sistema u cilju ulaska ponude područja u turističke kanale marketinga;
- obezbediti svima pravila u domenu kvaliteta i poslovnu ekspertizu, a posebno malim preduzetnicima;
- unaprediti uslove za rad preduzeća u turizmu i obezbediti fleksibilno zapošljavanje i radno vreme;
- unaprediti lokalnu konkurenciju i uvesti nacionalne i inostrane igrače u turističku industriju destinacije;
- stvaranje povoljnih uslova za ulaganje za povratnike iz inostranstva, pre svega u SME-sektoru; i
- razviti dodatnu sportsku i kulturnu infrastrukturu i atraktivne priredbe za turizam.

Sve navedene aktivnosti treba da omoguće posmatranom području da izgradi jaku tržišnu poziciju baziranu na ključnim konkurentskim prednostima i da se pozicionira na turističkoj mapi sveta i Evrope. Posebno treba naglasiti da ovaj Master plan treba da se iskoristi kao baza za jasne srednjoročne i dugoročne pravce delovanja kako za potrebe privatnog tako i delovanje javnog sektora.

U izloženim okvirima nameće se nekoliko **vodećih strategija** koje treba da imaju presudnu ulogu u realizaciji ovog Master plana i koje zaslužuju da se bliže elaboriraju. Radi se, pre svega, o sledećim vodećim strategijama:

1. **Turistička suprastruktura (preduzeća)**
2. **Turistička infrastruktura**
3. **Turistička organizacija**
4. **Urbanizam i pravila građenja**
5. **Tržište rada za turizam**
6. **Umrežavanje s drugim sektorima**
7. **Finansiranje i podsticaji**



### 3.1. Strategije razvoja turističke suprustukture

Kao što je već istaknuto, turistička suprustuktura na ovom području je na veoma niskom nivou razvoja, a u pojedinim delovima skoro gotovo potpuno uništena. Hotelski i ukupan turistički biznis ostvaruje veoma skromne rezultate. To se u najvećoj meri odnosi na sve privatizovane hotele čiji vlasnici nemaju viziju uklapanja u celoviti lanac vrednosti. Slično je i sa prisutnim inicijativama za izgradnju novih malih hotela i pansiona. Otuda je neophodna jasna strategija razvoja turističke suprustukture koja treba da se definiše u pravcu izgrađivanja konzistentnog lanca vrednosti koji će obezbeđivati visok nivo ukupnog “paketa ponude” koji će moći efikasno da konkuriše na svetskom turističkom tržištu. Napominjemo na svetskom turističkom tržištu, jer se za destinaciju “Donje Podunavlje” strategija visokih vrednosti prirodno nameće imajući u vidu ključne turističke proizvode i aktivnosti koje treba da čine ukupan “paket ponude”.

Da bi se uspešno realizovali navedeni ciljevi, neophodno je da se u početnoj fazi jasno definiše ključna strategija razvoja turističke suprustukture. Pri svemu tome treba istaći da se za čitavo područje “Donjeg Podunavlja” naglašava prioritarna potreba ubrzane revitalizacije nasleđene suprustukture. Već je više puta istaknuto da je krajnje nezadovoljavajuća, zastarela i zapuštena struktura smeštajnih kapaciteta. Na čitavoj destinaciji “Donje Podunavlje” skoro da u potpunosti dominira učešće “umornih” hotelskih objekata niske kategorije. Hotelski i drugi smeštajni kapaciteti ne odgovaraju zahtevima savremene tražnje i propulzivnih tržišnih segmenata koji se za ovu destinaciju prirodno nameću. Imajući sve to u vidu, ubrzana revitalizacija nasleđene suprustukture treba da bude prioritet, pre svega, zbog činjenice da se na ovaj način najlakše može podići i ostvariti početni kapacitet ponude i nivo konkurentnosti posmatrane destinacije. Nema sumnje da je to prvi preduslov da navedena destinacija može uopšte da počne da razmišlja za ulazak na međunarodno turističko tržište.

Sa izložene platforme treba koncipirati sledeća prioritarna područja i bazična opredeljenja za realizaciju strategije razvoja turističke suprustukture:

- Motor razvoja treba da budu mala i srednja privatna preduzeća;
- Vodeća preduzeća u turističkom sektoru treba posebno podržavati;
- Neophodna je strategija privlačenja novih igrača;
- Neophodna je strategija specijalizacije i profilisanja učesnika u lancu kreiranja nove vrednosti;
- Nužna je i strategija kooperacije i integracije učesnika u lancu vrednosti;
- Potrebno je sprovođenje ofanzivne profesionalizacije, samostalnosti i odgovornosti preduzeća;
- Preostalu privatizaciju (istina skromnih kapaciteta) treba ciljano sprovesti; i
- Neophodno je intenzivno podsticanje postojećih privatnih preduzeća na investiranje.

Izložena područja razvoja turističke suprustukture zahtevaju i bliža obrazloženja.

### 3.1.1. Razvoj malih i srednjih preduzeća

U početnoj fazi implementacije ovog master plana (u narednih pet godina) motor razvoja turističkog sektora u “Donjem Podunavlju” realno jedino mogu da budu mala i srednja privatna preduzeća. Ovu tezu zasnivamo, pre svega, iz sledeća tri razloga:

- a. pošto se startuje praktično iz početka nerealno je očekivati da se u prvoj fazi ispolje veće inicijative investitora koji bi doveli velike hotelske lance u ovu turističku destinaciju;
- b. ova turistička destinacija obuhvata uglavnom opštine koje su na nižem nivou privrednog i turističkog razvoja od proseka Republike Srbije; i
- c. u početnoj fazi razvoja neophodno je da se kreiraju brojne komplementarne usluge i aktivnosti u ukupnom “paketu ponude”, što je jedino moguće efikasno realizovati putem razvoja malih i srednjih preduzeća u turizmu.

Podrška razvoju malih i srednjih preduzeća iz oblasti hoteljerstva, agencijskog inicijativnog biznisa i ostalih komplementarnih usluga i aktivnosti treba da se odvija putem sledećih mera i aktivnosti:

- izrade posebnog programa i fonda za stimulatívno kreditiranje SME u turizmu;
- u okviru Ministarstva za ekonomiju i regionalni razvoj (departman za turizam) neophodno je da se formira poseban organizacioni deo (služba) koji će biti odgovoran za implementaciju programa u kojem treba da se definišu precizni uslovi za korisnike kredita;
- sredstva za finansiranje SME u turizmu treba da budu namenjena za privlačenje potencijalnih investitora u izgradnju porodičnih malih hotela, ugostiteljskih objekata i objekata za rekreatívne i zabavne sadržaje i opremu, kao i u obnovu starih kuća i ostalih privrednih objekata u skladu sa tradicijom ovog kraja i autentičnom arhitekturom;
- aktiviranje tendera na regionalnom i nacionalnom tržištu radi privlačenja potencijalnih investitora treba da se sprovodi transparentno i uz adekvatnu promocionu aktivnost; i
- posebno treba obezbediti pomoć malim i srednjim preduzetnicima u razvoju znanja i veština menadžmenta, marketinga i poslovnog planiranja.

Činjenica je da je u Srbiji ostvaren izvestan pomak u stimulisaniu privatnog preduzetništva, ali je i pored toga poslovno okruženje i dalje nedovoljno podsticajno. Isto tako, dostup kapitalu za srednje i male preduzetnike je i dalje otežan i slab. Upravo zbog toga se i ocenjuje da se jedino putem organizovane aktivnosti sa nivoa države i uz formiranje posebnog fonda za podsticajno kreditiranje malog i srednjeg preduzetništva može krenuti u obzilan početak razvoja integralnog turističkog sektora na ovom regionu. Jedino se na taj način može obezbediti početak izgradnje odgovarajućeg lanca vrednosti ukupne turističke ponude na području “Donjeg Podunavlja”.

### 3.1.2. Podržavanje vodećih preduzeća u turističkom sektoru

Uporedo sa davanjem podrške malim i srednjim preduzećima neophodno je da se kreira i posebna podrška vodećim preduzećima u turističkom sektoru “Donjeg Podunavlja”. Ovu tezu zasnivamo na činjenici što u čitavom području “Donje Podunavlje” praktično ne postoje hotelski i drugi kapaciteti koji obezbeđuju minimalne standarde internacionalnog kvaliteta. A bez nekoliko vodećih preduzeća u turističkom sektoru ovog regiona teško je obezbediti projecirani lanac visoke vrednosti koji će ispunjavati standarde internacionalnog kvaliteta. To praktično znači da se i za vodeća preduzeća treba da obezbeđuje finansijska i druga podrška njihovom razvoju. Iz tih razloga se i predlaže:

- da se preko odgovarajuće službe u okviru odeljenja za turizam Ministarstva za ekonomiju i regionalni razvoj obezbeđuje organizovana međuministarska podrška razvoju vodećih preduzeća u turističkom sektoru regiona;
- da se podstiču i promovišu javno-privatna partnerstva za veće kapacitete; i
- da se efikasno otklanjaju sve bespotrebne administrativne i druge prepreke za izgradnju većih ugostiteljskih i ostalih komplementarnih kapaciteta u turističkom sektoru regiona.

### 3.1.3. Privlačenje novih igrača u turistički sektor

Zbog internacionalne dimenzije projekta “Donjeg Podunavlja” neophodno je da se sprovodi osmišljena politika privlačenja interesa i stimulanja novih svetskih i domaćih igrača. Nažalost o tome se nije vodilo dovoljno računa u procesu privatizacije turističke ponude koja je mogla biti internacionalno atraktivna. Otuda je opravdano da se postavi pitanje kako privući nove igrače u turistički sektor “Donjeg Podunavlja”. Činjenica je da na ovom regionu tek treba razviti prave proizvode za međunarodno tržište za koje postoje relani potencijali, nerealno je očekivati da internacionalni lanci sami preuzimaju rizik tog procesa. Kao što je i u *Strategiji razvoja turizma Republike Srbije* već istaknuto neminovna je u tom pogledu aktivna uloga države. Ona treba da u značajnoj meri i sama preuzima rizik pripreme razvojnih projekata i to sistemom profesionalnih developera. Upravo na primeru realizacije ovog master plana i visokih ciljeva koji su postavljeni, a u odsudstvu tržišta, razvojnih ekspertiza, jakih lokalnih igrača i relativno malog interesa velikih svetskih igrača, apostrofira se uloga Agencije za razvoj turizma koju Vlada Republike Srbije treba da oformi u što je moguće kraćem roku. Bez jakih internacionalnih igrača ne može se ostvariti adekvatan pozitivan uticaj na imidž, kao i na odgovarajuću poslovnu kulturu i adekvatne standarde turističke ponude “Donjeg Podunavlja”. Očigledno je da se čitav ovaj proces uspešno ne može realizovati samo sa nivoa destinacije “Donje Podunavlje”.

### 3.1.4. Specijalizacija i profilisanje učesnika u lancu kreiranja nove vrednosti

Kompleksnost turističke industrije i velik broj učesnika u turizmu prirodno nameće potrebu njihove specijalizacije u lancu kreiranja nove vrednosti. Za destinaciju “Donje Podunavlje” planira se veći broj turističkih proizvoda, od kojih svakako na prvom mestu pripada nautici. S tim u vezi nameće se potreba specijalizacije, pre svega, u sledećim segmentima lanca vrednosti:

- smeštaju, hrani i piću prema definisanim tržišnim segmentima;

- rečnom i kopnenom transportu;
- javnim i privatnim uslugama za pojedine turističke proizvode;
- u domenu obezbeđivanja većeg broja definisanih specijalnih atrakcija i sadržaja;
- u domenu obezbeđivanja velikog broja aktivnosti koja se predviđaju i koja su karakteristična za ovo područje; i
- informisanja, promocije i ostalih marketinških aktivnosti.

### 3.1.5. Kooperacija i interorganizacijski menadžment učesnika u lancu vrednosti

U pristupu ovom segmentu strategije jačanja suprastrukture polazimo od ocene da danas ovaj prostor ima skoro potpuno uništen turistički lanac vrednosti. Isto tako, akteri koji su viđeni za stvaranje lanca vrednosti dolaze već do saznanja da bez međusobne saradnje nije moguće ostvariti odgovarajuću individualnu profitabilnost i ukupnu uspešnost poslovanja. Otuda je za uspešnu realizaciju navedenog projekta neophodno podsticati sve oblike kooperacije i integracije između učesnika u celovitom lancu vrednosti. Posebno imamo u vidu činjenicu da u Srbiji još uvek nije ostvarena neophodna saradnja između javnog i privatnog sektora. Ovo je posebno značajno u turističkom sektoru privrede gde ima mnogo učesnika sa različitim ulogom u kreiranju lanca vrednosti gde su neophodni brojni oblici poslovno-razvojnih partnerstava. Sa izložene platforme treba da se afirmišu sledeći pravci i odnosi saradnje i povezivanja:

- polazna i ujedno ključna tačka povezivanja i saradnje treba da se odvija između privatnih kompanija i između privatnog i javnog sektora;
- značajnu ulogu treba da ima i saradnja i povezivanje aktivnosti oko usaglašavanja opštinskih interesa sa interesima države oko korišćenja prostora unutar i oko Nacionalnog parka “Đerdap”;
- partnerstvo između privatnog i javnog sektora treba da bude bazirano na obostranim interesima i za naše prilike maksimalno transparentno, s obzirom da u ovom domenu kao zemlja startujemo od samog početka. Jedino se putem kooperacije i partnerstva između javnog i privatnog sektora može obezbediti dugoročna konkurentnost destinacije “Donje Podunavlje” na turističkom tržištu;
- uspešna realizacija projekta i ostvarivanje planirane konkurentnosti destinacije “Donje Podunavlje” direktno je zavisna od neposrednih aktera koji deluju u čitavom turističkom sektoru. U tom smislu nameće se potreba čvrste i dugoročne saradnje i umrežavanja između svih učesnika u lancu vrednosti i to na principima savremenog klsterskog organizovanja i interorganizacijskog menadžmenta; i
- u prvoj inicijalnoj fazi realizacije ovog projekta i kreiranja celovitog lanca vrednosti biće neophodna jaka uloga države putem brojnih intervencija u domenu finansiranja infrastrukture, režima zaštite i raznih direktnih i indirektnih podsticaja. Bez takve uloge države neće biti moguće da se ovaj projekat od nacionalnog značaja iznese na tržište domaćih i stranih investitora.

Treba na kraju još jednom istaći da se jedino putem kooperacije i partnerstva između javnog i privatnog sektora može obezbediti dugoročna konkurentnost destinacije “Donje Podunavlje” na globalnom turističkom tržištu.



### 3.1.6. Sprovođenje ofanzivne profesionalizacije i odgovornosti preduzeća

Sve učesnike u kreiranju lanca vrednosti u turizmu posmatranog regiona treba učiniti krajnje odgovornim u izvršavanju svog dela preuzetih zadataka. Uslov za to je da se uspostavi odgovarajući upravljački model za integralnim upravljanjem destinacijom “Donje Podunavlje”. Putem odgovarajućeg upravljačkog mehanizma, o čemu će biti posebno reči, neophodno je:

- da se jasno preciziraju uloge i zadaci svakog aktera u lancu vrednosti;
- da se sprovede ofanzivna profesionalizacija svakog učesnika u individualnom delokrugu rada;
- da se akterima za preuzete obaveze obezbedi potpuna samostalnost u procesu njihovog izvršavanja;
- da akteri imaju punu odgovornost u saopštavanju ostvarenih rezultata poslovanja, s obzirom da se procenjuje da se jedan deo prometa danas ne registruje i da ga zvanična statistika i uprava prihoda nisu u stanju da celovito prate i kontrolišu turistički promet; i
- da se obezbedi svesnost svakog aktera da jedino uz profesionalno i interaktivno obavljanje preuzetih zadataka je moguće maksimirati individualne poslovne rezultate, ali istovremeno i rezultate čitave destinacije.

Sa ofanzivnom profesionalizacijom treba da se obezbede raznovrsni turistički proizvodi koji mogu biti u stanju da privuku inostranu turističku tražnju. Sa ofanzivnom profesionalizacijom u domenu svakog učesnika u lancu vrednosti treba da se aktiviraju veoma značajni turistički potencijali sa kojima čitavo “Donje Podunavlje” realno poseduje. Na taj način treba da se obezbedi produžavanje turističke sezone i povećavanje potrošnje po danu boravka domaćih i inostranih gostiju.

### 3.1.7. Ciljano sprovođenje privatizacije

Proces privatizacije preduzeća turističkog sektora u području «Donje Podunavlje», kao uostalom i u čitavoj Srbiji, priveden je kraju. Poznato je da se taj proces odvijao u uslovima velikih budžetskih potreba i da je otuda prioritet davan najboljoj ponudi, tj. najvišoj ceni koja omogućava najveći prihod za državni budžet. Nažalost, nije se u dovoljnoj meri vodilo računa o razvojnim aspektima privatizacije, a to znači poslovnom i turističkom kredibilitetu potencijalnih vlasnika. Za privatizaciju preostalih kapaciteta u turističkom sektoru “Donje Podunavlje” predlaže se:

- da se preostala privatizacija izvede sa težištem na razvoj turističkog sektora, a ne uz kratkoročne interese radi popunjavanja prihoda centralnog budžeta;
- da se privatizacija sprovodi u funkciji izgradnje adekvatne strukture privatnih aktera u čitavom lancu vrednosti turizma “Donje Podunavlje”;
- da se putem ciljane privatizacije preostale imovine, posebno kada je reč o atraktivnim lokacijama za izgradnju većih hotelskih i drugih turističkih sadržaja (marina itd.) nastoji da animira nekoliko većih investitora u turističku industriju “Donje Podunavlje”; i
- da se u procesu privatizacije i privatizacione tendere za marine i atraktivne nove lokacije uključuju programi razvoja objekata prema rešenjima iz ovog master plana.

### 3.1.8. Podsticanje postojećih privatnih preduzeća na investiranje

U postupku privatizacije hotela u svim većim opštinskim centrima “Donjeg Podunavlja” preuzeta je i obaveza kupaca za dodatno investiranje i rekonstrukciju objekata. Nažalost, data obaveza koja je utvrđena u postupku privatizacije ne čini ni približno potreban iznos za neophodno investiranje u celovitu rekonstrukciju postojećih objekata. Prema rešenjima iz ovog master plana praktično svi hoteli od Velikog Gradišta, Golubca, Donjeg Milanovca, Kladova i Negotina treba da se transformišu u međunarodnu kategoriju hotela nivoa od 4\* i 5\*. Treba imati u vidu da za modernizaciju i konverziju hotela sa 2\* i 3\* u hotel sa 4\* ili 5\* treba uložiti između 20 do 40 hiljada EUR po smeštajnoj jedinici. To praktično znači da se za ukupna sredstva za koja su novi vlasnici preuzeli obavezu u postupku privatizacije za nove investicije ne bi mogla izvršiti rekonstrukcija i konverzija za nešto više od 5% ukupnih smeštajnih jedinica. Dodatni problem je i u činjenici što je čitav lanac vrednosti na veoma niskom nivou i što postojeći tržišni potencijal tražnje ne omogućava jednokratnu realizaciju projekta sa stopama profitabilnosti koje bi bile interesantne za potencijalne investitore. Krug problema treba završiti i sa činjenicom da se u prvoj fazi realizacije ovog master plana težište treba da stavi upravo na rekonstrukciju, revitalizaciju ukupnih sadržaja, konverziju i repozicioniranje postojećih privatizovanih hotelskih kapaciteta na čitavom području “Donje Podunavlje”. Otuda se opravdano postavlja pitanje šta da se u tim uslovima radi i koje razumne mere da se preduzimaju? Ocena je da bi bilo oportuno preduzeti sledeće mere:

- da se u funkciji rekonstrukcije i unapređenja postojećih smeštajnih kapaciteta obezbede određena podsticajna sredstva i povoljni kreditni aranžmani iza kojih bi kao garant domaćim i međunarodnim bankama stajala država;
- da se u prvim godinama dok se ne ostvari adekvatan turistički promet uvedu stimulativne poreske olakšice za vlasnike koji sprovode intenzivno investiranje u rekonstrukciju i konverziju hotelskih objekata;
- da se za vlasnike koji ne poštuju obaveze investiranja uvede dopunsko oporezivanje;
- da se posebnom uredbom obavežu novi vlasnici da u slučaju eventualne prodaje hotelskih objekata ugovorom prenesu prethodno izložene obaveze novom vlasniku i da se na taj način spreči bilo kakvo trgovanje hotelskim kapacitetima radi ostvarivanja kratkoročne trgovačke provizije;
- da se ubrzaju i u maksimalno kratkom roku reše svi sudski sporovi koji su u toku, kao i nerešeni vlasnički odnosi u vezi sa privatizovanim hotelima;
- da država u isto vreme preko određenih fondova finansira značajnije projekte turističke infrastrukture sa ciljem podizanja konkurentskog standarda i atraktivnosti čitave destinacije “Donje Podunavlje”; i
- da se istovremeno obezbedi i državna podrška investicijama u bazičnu urbanu galanteriju, označavanje, parking i u druge sadržaje koje treba da podignu nivo kvaliteta boravka u čitavoj destinaciji “Donje Podunavlje”.

Namera je da se sa izloženim merama i uredbama spreči svaki pokušaj puke trgovine hotelskim kapacitetima, a da se u isto vreme podstiče razvoj sektora i dovodenje pravih strateških partnera u turistički sektor regiona. Jedino se na taj način može obezbediti početni korak za realizaciju predložene strategije visoke vrednosti ukupnog “paketa ponude” turističkog sektora “Donje Podunavlje”.

### 3.2 Razvoj turističke infrastrukture

Prirodni faktori imaju ključnu ulogu u privlačenju turista u turističku destinaciju. Sama turistička infrastruktura čini početan preduslov stavljanja prirodnog faktora u funkciju turista. Ona je nužan preduslov formiranja konkurentnog turističkog proizvoda na tržištu. Turistička infrastruktura predstavlja vezivno tkivo svih učesnika turističke ponude i svaki od njih zahvaljujući njoj ostvaruje poslovanje i profit u svom delu turističke ponude.

Turistička ponuda Srbije i “Donjeg Podunavlja” još nije dostigla nivo na kome bi bila prepoznatljiva potreba za turističkom infrastrukturom. Posebno ne postoji svest o značaju turističke infrastrukture u lancu vrednosti turističkog proizvoda. U suštini nije se odmaklo dalje od pukog problema smeštaja i ishrane, dok je turistička ponuda u prostoru u osnovi zapostavljena. To praktično znači da se na posmatranom području polazi od nulte pozicije, dok u isto vreme oslonac za razvoj čini u najvećoj meri prirodni faktor. To je posebno slučaj kada se radi o maloj turističkoj infrastrukturi i zainteresovanosti turističke klijentele na tržištu tražnje.

Specifičnost turističke infrastrukture je u nužnoj edukaciji turista u njenom korišćenju. To su veštine koje postaju trajno vlasništvo turista na svim meridijanima. Jednom naučeno skijanje sa korišćenjem žičara, jedrenje, letenje paraglajdingom, penjanje u steni (alpinističko/speleološko), ronjenje, jahanje i druge veštine čine da se turista vezuje za područje. Edukacija u ovim veštinama je vrlo značajna u lancu vrednosti turističkog proizvoda zasnovana na turističkoj infrastrukturi.

Sa izoženih pozicija treba koncipirati bazična opredeljenja za realizaciju strategije razvoja turističke infrastrukture na području “Donje Podunavlje”. U tom pravcu se predlaže sledeće:

- motor razvoja treba da budu specijalizovane agencije za pružanje turističkih – sportsko/rekreativnih usluga u prostoru;
- navedene agencije treba da budu “pilot” organizacije asocijacija stejkholdera konkretnog klastera, koje će u ime i za račun svih učesnika raditi na sledećim zadacima:
  - planiranju ponude u prostoru kroz korišćenje turističke infrastrukture,
  - uređenje i opremanje prostora za turističko korišćenje,
  - nabavka i montaža odgovarajuće turističke infrastrukture, i
  - organizovanje pružanja usluga u prostoru uz odgovarajuće službe (lokalni, specijalizovani vodiči, redari, spasiooci, instruktori/učitelji) za sve korisnike pod jednakim uslovima;
- turistička infrastruktura treba da ima, kao društveno dobro od zajedničkog interesa, prednost u svim vidovima stimulacija;
- nužno je doneti precizne standarde za kvalitet i usluge turističke infrastrukture, kao neophodnog uslova komercijalizacije turističkog proizvoda koga ona podržava, a koji predstavlja zajednički interes svih subjekata u lancu kreiranja nove vrednosti u turizmu;
- neophodno je da se ustanovi licenca za pružanje usluga u domenu turističke infrastrukture kao sredstvo kontrole i upravljanja kvalitetom ponude. (Licenca predstavlja garanciju standarda/brenda i uslov je radne dozvole. Izdaje je i ukida organ nadležan za kontrolu utvrđene turističke ponude. Vlasništvo nad objektom ne znači i pravo na rad, odnosno radnu dozvolu);

- turističkoj infrastrukturi treba obezbediti status analogan komunalnoj infrastrukturi i uvesti mehanizme koji se primenjuju u finansiranju pribavljanja, uređenja, opremanja i korišćenja javnog građevinskog zemljišta;
- neophodno je obezbediti stimulatивne uslove za davanje zemljišta na korišćenje, u zakup ili pod koncesijom, sa garancijama i rokom pripremnog perioda, uz obavezan raskid ugovora, ako u planiranom roku ne dođe do planirane realizacije;
- predlaže se formiranje posebnog fonda za turističku infrastrukturu na nivou klastera/portfolio proizvoda po principu – ko koristi taj i učestvuje i zahvata deo shodno učešću; i
- u inicijalnoj fazi razvoja turističke infrastrukture neophodna je podrška vodećih preduzeća u turističkom sektoru kroz uključivanje vrednosti ponude turističke infrastrukture i ponude u prostoru u cenu paket aranžmana.

Turistička infrastruktura, velika i mala, predstavlja uslov bez koga nema savremene turističke ponude. Bez nje je prirodni resurs samo neiskorišćeni potencijal koji se ne može komercijalizovati. Sa turističkom infrastrukturom obezbeđuje se konkurentan i traženi komercijalni turistički proizvod koji ima svoju cenu na tržištu zavisno od standarda i konkurentnosti.

Za inicijalnu fazu veoma je značajno da se ponuda u prostoru, koja se bazira na sprezi resursa i turističke infrastrukture, komercijalizuje kroz paket aranžmana. Posebno iz razloga što naše tržište nije naviknuto na taj „dopunski” trošak. S druge strane, davalac tih usluga ne može trpeti udare proizvoljnosti tražnje dok se ne steknu odgovarajuće navike. Prihod iz paket aranžmana za ponudu u prostoru je garancija njenog finansijskog uspeha, što čini i nužan uslov njenog opstanka.

Moguće su i određene interne stimulacije kroz smanjenje troškova ovog vida ponude unutar dobrih poslovnih odnosa sa ostalim subjektima u lancu kreiranja vrednosti turističke ponude klastera. Za početak je veoma značajna podrška većih subjekata turističke ponude.

Od posebnog je značaja strategija razvoja turističke infrastrukture u inicijalnoj fazi razvoja turističke ponude na području “Donje Podunavlje”. Strateška opredeljenja treba da tretiraju one objekte turističke infrastrukture koji predstavljaju uslov bez koga nema značajnije turističke ponude, posebno na međunarodnom tržištu. Imajući izloženo u vidu, neophodno je preduzeti sledeće konkretne mere i radnje:

- definisati sistem organizovanja svih subjekata razvoja javnog i privatnog sektora, obezbediti zajedničku viziju razvoja celine klastera i njegovih segmenata, ustanoviti adresu za komunikaciju sa javnošću i tržištem i postaviti informacioni sistem u funkciju;
- početi obradu turističkog tržišta u odnosu na novu planiranu ponudu – najava 2 godine unapred i početi sa zaključivanjima aranžmana sa kruzning agencijama za pristajanje brodova u našim pristaništima sa paketima ponude u priobalju, kao i bus tura ka unutrašnjosti;
- nastojati da se odmah pokrene akcija oko linijske plovidbe od Beograda do Tekije/Kladova. Razmotriti uvođenje izletničko-razgledne ture cepelinom kroz Đerdap;



- pristupiti aktiviranju i opremanju Vizitor centara na svim pristanišnim lokacijama kruzing brodova, kao i info-punktova destinacija u zaleđu (van granica klastera), posebno u tvrđavama;
- preduzeti združenu akciju svih zainteresovanih opština na restrikciji i izmeštanju teškog transporta Đerdapskom magistralom i pokretanje inicijative za izgradnju poluautoputa Koridor X – Vidin preko Požarevca, Kučeva, Majdanpeka i Negotina;
- hitno izvršiti evakuaciju i sanaciju svih deponija otpada iz zone Đerdapske magistrale/priobalja (nelegalnih i legalnih) i preduzeti mere za osnivanje klasterskog reciklažnog centra;
- ustanoviti taxi službe na reci, odnosno lokalni međumesni saobraćaj;
- opremiti i urediti sva izletišta uz prirodne i kulturno-istorijske atrakcije;
- preduzeti mere na aktiviranju seoskog turizma i pripremi domaćinstava i sela (turistički klub sela) za nastup na tržištu;
- aktivirati, gde postoje prirodni uslovi, sidrišta za tranzitne nautičare sa uslužnim pristanom i neophodnim servisima;
- pristupiti uređenju panoramskog puta razvođem NP „Đerdap“ vododelnicom Šomrde i Miroča od Golubca /Tumane do Tekije, što podrazumeva i široku lepezu ponude NP «Đerdap» (vidikovci, rezervati, staze zdravlja, divljač i dr.);
- pristupiti uređenju i markiranju biciklističke staze i servisnih punktova; i
- formirati – na pogodnoj lokaciji, međunarodni namenski kamp volontera, sa programima uređenja, opremanja, zaštite kao i edukacije učesnika.

Za sve navedene aktivnosti potrebna je programska, planska, regulativna i kadrovska priprema.

Poseban značaj za sudbinu turizma celog klastera predstavlja prestanak eksploatacije kamena u celoj klisuri koja ima status nacionalnog parka sa sanacijom prostora kamenoloma.

Takođe, jedan od prioriteta je izmeštanje Đerdapske magistrale iz Golubačke tvrđave.

### 3.3. Turistička organizacija

Posebno pitanje vezano je za turističku organizaciju i ukupan proces upravljanja područjem „Donjeg Podunavlja“, i to ne samo u domenu marketinga. U osnovi, postojeće lokalne turističke organizacije ne raspolažu dovoljnim niti finansijskim, niti ljudskim resursima da obavljaju bazične marketinške aktivnosti na području sopstvenih opština, a da ne govorimo o tome da bi morale preuzimati i funkcije destinacijskog menadžmenta. U tom pogledu, u sadašnjoj situaciji samo je TO opštine Majdanpek načinila ozbiljniji iskorak. Dakle, neophodna je kako profesionalizacija i podizanje efikasnosti postojećih aktivnosti, tako i tranzicija ka upravljačkim funkcijama. Sa druge strane, sa stanovišta celine područja Donjeg Podunavlja, jasno je da nekakva prosta koordinacija i kooperacija ovih LTO u pogledu razvoja sistema destinacijskog menadžmenta i marketinga ne bi imala efekta. Stoga je neophodan razvoj novog upravljačkog modela namenjenog ovom prostoru. Opštinske granice nemaju nikakvog značaja sa stanovišta turista, jer način konzumiranja destinacijskog turističkog proizvoda iste ne poznaje. Ovo se posebno potencira u uslovima neizgrađenog lanca vrednosti i labavog/nerazvijenog sistema turističkih doživljaja. Stoga je neophodno regionalno partnerstvo. Neka iskustva u dosadašnjoj praksi ovih LTO ukazuje da su interesi saradnje i partnerstva uspostavljeni, pa se time čini da je neki oblik

formalizacije ovih veza relativno lako izvodljiv. Ova formalizacija bi se izvela u dva koraka. Prvi korak jeste osnivanje konkurentskog kluba, čiji bi zadatak bio da u početnoj fazi obezbedi osnove i okvire za neophodnu saradnju svih LTO i to u domenu izgradnje integrisanog lanca vrednosti i u domenu zajedničkog nastupa na domaćem i međunarodnom tržištu. Drugi korak, nakon 2 do 3 godine, jeste formiranje regionalne/klasterske destinacijske menadžment organizacije, kao institucionalnog tela. U procesu tranzicije od konkurentskog kluba ka destinacijskoj menadžment organizaciji, neophodno je rešiti sledeća glavna pitanja:

- Današnja razmišljanja LTO o publici kojoj se obraćaju su zastarela. Broj ključnih subjekata je povećan. To nisu samo turisti, lokalna opšta javnost i nekoliko manje ili više važnih predstavnika opštinske administracije. Ovaj regionalni klub mora odmah početi da mapira i okuplja sve važnije stejkholdere, ne bi li se uspostavljanjem partnerstva i koordinisanim akcijama pokrenuli procesi razvoja konkurentnosti.
- Ključni izazov biće preorijentacija od destinacijskog marketinga ka destinacijskom menadžmentu. Destinacijski menadžment se ne odnosi (samo) na organizaciju različitih događaja (festivala, takmičenja, svečanosti itd.), već na mnogo ozbiljnije poslove vezane za planiranje i razvoj turizma na celom području. Ovde će se neizbežno postaviti problem priznavanja/prepoznavanja DMO kao partnera uključenog u projekte planiranja ne samo turističkog proizvoda, već i druge razvojne projekte koji tangiraju turizam. U Srbiji je danas uobičajeno, čak i kad se radi o značajnim destinacijama sa, za srpske prilike, jakim LTO, da ove u potpunosti budu isključene iz bilo kakvog procesa planiranja urbanog razvoja. Može se reći, dakle, da će postojati problem nametanja/priznavanja konkurentskog kluba odnosno DMO kao značajnog subjekta u ovim procesima. Da bi se ovaj problem umanjio ili čak predupredio, biće neophodno ući na novo područje delovanja ovog kluba odnosno DMO, a to je jačanje prisutnosti u lokalnim zajednicama, kako institucionalno, tako i preko članova kluba. To podrazumeva tri grupe aktivnosti:
  - na području PR-a, pored pojačane pažnje ka svim stejkholderima, biće neophodno posebno raditi na odnosima sa ne samo opštinskim planerima i urbanstima, već i višim predstavnicima vlasti;
  - u klub konkurentnosti, a kasnije i DMO, treba privući i urbane planere, ne bi li zastupali interese turizma; i
  - konačno, treba pristupiti regularnom lobiranju.

### 3.4. Prostorno i urbanističko uređenje, zaštita prostora i standardi

Brojni su načini da se lepo stimuliše, a ružno sankcioniše – to je osnov standarda koje treba ugraditi u uslove na osnovu kojih se dobija ali i gubi licenca za rad u turizmu. Prostorno planiranje, kao deo sistema integralnog planiranja, predstavlja značajnu činjenicu za pozicioniranje turizma u prostoru. Treba istaći da je u dosadašnjem periodu ministarstvo nadležno za razvoj turizma u određenoj meri finansiralo i aktivno učestvovalo u pripremi i donošenju planova posebne namene turističkih područja.

Multidisciplinarnost i kompleksnost tretiranja prostora konkretne teritorije je osnova opravdanih razvojnih politika na području ovog master plana. Zakon o turizmu je u članu 8. i članu 9. predvideo, u cilju rezervacije i zaštite prostora za razvoj turizma, da na predlog ministarstva nadležnog za poslove turizma Vlada Republike Srbije donosi akt o proglašenju turističkog prostora i imenuje staraoca do privođenja nameni. Treba istaći da je sa aspekta doslednog sprovođenja politike razvoja turizma ovo izvanredno pozitivna mera. Međutim, nju ne prate dalji koraci u sprovođenju politike, odnosno ostalih pratećih zakona koji nisu često u funkciji sprovođenja izložene politike. Isto tako, nije ustanovljena hijerarhija segmenata integralnog planiranja turizma. Iz tih razloga se u praksi ukrštaju nadležnosti prostornog plana, plana zaštite životne sredine, master plana, plana socio-ekonomskog razvoja, kao i planova pojedinih privrednih delatnosti. Sve to pokazuje da je nužno ustanoviti hijerarhiju nadležnosti planova i obavezu sinhronizacije u njihovoj operacionalizaciji. U ovom segmentu strategija je jasna i ne postoje nikakve ozbiljnije prepreke da se taj red zavede.

Samo prostorno planiranje identifikuje poziciju komercijalno atraktivnih turističkih resursa u prostoru i stavlja u korelaciju prirodne i antropogene faktore, definišući turističke proizvode, portfolio turističkih proizvoda i njihovu povezanost u jedinstvenu ponudu subklastera, odnosno klastera. Ovo je najznačajniji domet prostornog plana i osnov vizije razvoja turizma. To praktično znači da prostorni plan treba da definiše odnos lokacija i lokaliteta u prostoru sa spregom njihovih funkcija u turističkoj ponudi.

Urbani prostor predstavlja činjenicu koja nam dolazi iz prethodnih vremena sa obeležjima načina života koji je bio tipičan za ta vremena. Što su naselja starija to ista nose više slojeva i više tragova prohujalih civilizacija.

Glavno strateško opredeljenje sa aspekta turizma je zaštita svih slojeva arhitektonskih kultura svakog naselja. To se odnosi ne samo na zaštićene objekte, već i ambijentalnih celina pa i njihovih rekonstrukcija.

Lokalni arhitektonsko-urbani kolorit je najveće bogatstvo i neprocenjiv resurs za turizam, nezavisno od toga da li se radi o urbanoj vrednosti kakvu predstavlja na primer Golubac, ili skupina izuzetnih i neponovljivih Rajačkih pivnica. Najveću vrednost urbanih struktura predstavljaju humani ambijenti u dimenzijama čovek, koje okružuju uredni objekti, manje ili više lepi, ali svi moraju biti perfektno održavani i opremljeni cvećem i zelenilom.

Strategija razvoja urbanih aglomeracija treba da podržava sve projekte obnove starih trgova, čaršija i fasada, ne samo zaštićenih zgrada. Početne pozitivne primere već imamo u nekoliko mesta ovog klastera. Objekti sa aspekta interesa turizma treba da budu estetski i funkcionalni okvir gradskih trgova i promenada sa terasama prema pešačkim zonama uz odgovarajuću ponudu usmerenu i turistima i meštanima. Strategijom razvoja treba podržati formiranje ovakvih humanih objekata oslonjenih na tradiciju, koja je sa aspekta turizma najveća vrednost i što treba da čini unikatni deo naše turističke ponude.

Potrebno je ustanoviti trening radionice u okviru klastera i međuresorno, na kojima bi se tretirala pitanja sinhronog pristupa prostoru i urbanih područja iz uglova raznih korisnika, kako bi se došlo do usaglašenih stavova i politika korišćenja tih prostora.

Posebno je nužno napomenuti da našim zakonodavstvom u oblasti planiranja nisu predviđene kategorije planova bitnih za turizam, kao što su:

- planovi ruralnih područja; i
- planovi turističke infrastrukture.

Na nivou opštine i integralno za čitav klaster treba formirati posebne komisije u koje bi bili delegirani stručnjaci iz oblasti turizma i urbanizma. Oni treba da aktivno učestvuju u donošenju prostornih i urbanističkih planova. Potrebno je takođe da se ustanovi efikasan sistem susretnog planiranja kroz transparentnost priprema od programa do konačnih rezultata. Isto tako, potrebno je da se ustanove javni konkursi za vizije razvoja i programske zadatke sa stručnom ocenom i izborom najboljih.

Na kraju potrebno je istaći da je neophodno da se pokrene široka mobilizacija svih kadrova iz lokalnih i regionalnih sredina kroz tematske radionice koje će biti usmerene na aktivan razvoj turizma na čitavom području klastera.

### **3.5. Profesionalizacija ljudskih resursa i tržište rada za turizam**

#### **3.5.1. Ofanzivna profesionalizacija ljudskih resursa**

Nesumljivo gostoprinstvo (ili gostoljubivost) jeste izrazita karakteristika stanovnika područja „Donjeg Podunavlja“. To je potreban, ali ipak ne i dovoljan uslov da bi se kreirali nezaboravni doživljaji turista. Sa stanovišta ljudskih resursa, ono što nedostaje je profesionalizam. Naime, kako veza sa globalnim tržištem nije postojala, a zahtevi odnosno očekivanja postojeće lokalne tražnje su bili daleko ispod onoga što je karakteristično za međunarodno tržište, nije bilo podsticaja da se kreira sistem profesionalnog razvoja, edukacije i treninga zaposlenih u turizmu. Nedostatak servisne kulture, problemi sa poznavanjem stranih jezika, nedostatak komunikacionih sposobnosti, nedovoljno unakrsno poznavanje proizvoda, nedovoljna znanja iz menadžmenta i marketinga, slaba multipodručna znanja i veštine, nedostatak znanja iz oblasti budžetiranja, samo su neki od problema koji su posledica dosadašnjeg razvoja. Stoga su, u tom kontekstu, edukacija i trening ključni preduslovi uspešnog zadovoljenja potreba gostiju i kreiranja zadovoljstva. Ministarstvo turizma je, tokom prve polovine 2007. godine pokrenulo seriju edukacija iz oblasti turizma i hotelijerstva, kao prvi korak u tom pravcu. To je dakle, prvi i početni korak u pravcu profesionalizacije ljudskih resursa u sektoru turizma. Treba dalje ići na operacionalizaciju akcionog plana datog u Planu konkurentnosti Strategije razvoja turizma Republike Srbije. On, da podsetimo, podrazumeva edukacione i trening programe za razvoj najmanje sledećih znanja i veština:

- smeštajni objekti: recepcija, *concierge*, domaćinstvo, itd.; restoran: šef, kuvari, konobari, itd.;
- jedrenje, letenje paraglajdingom, penjanje u steni (alpinističko/speleološko), ronjenje, jahanje i edukacija drugih veština koje su značajne u lancu vrednosti turističkog proizvoda zasnovana na turističkoj infrastrukturi;
- usluge: kvalitet, zadovoljavanje potreba i očekivanja turista, itd.;
- tehnike prodaje i komercijalizacije;
- komunikacione tehnike;
- profesionalna i uslužna izvrsnost (gostoljubivost, komunikacione veštine);



- nove mogućnosti preduzetničkog zapošljavanja: specijalizovani vodiči, putnički agenti, organizatori aktivnosti i događanja, itd.;
- jezici: nemački, engleski, francuski, itd;
- upravljanje: ljudski resursi, ekonomija i finansije, logistika, itd.

Uz to, Plan konkurentnosti naglašava neohodnost bliske i čvrste saradnje postojećih obrazovnih institucija – turističkih i hotelijerskih škola i fakulteta i privatnog sektora u kreiranju edukacionih i trening programa. U tom smislu, neophodno je:

- Koordinirati kurseve/obrazovne programe;
- Kreirati sadržaj kurseva/obrazovnih programa;
- Uključiti kvalitetne i profesionalne predavače i stručnjake sa bogatim praktičnim iskustvom u obrazovne programe u turizmu;
- Prilagoditi sadržaj kurseva/obrazovnih programa potrebama turističkog poslovanja i povezanim uslugama, itd.; i
- Promovisati programe i kontrolisati rezultate.

### 3.5.2. Tržište rada za turizam

Pitanje tržišta rada u turizmu, u osnovi, tiče se smanjenja rizika novih investitora i poslodavaca, na način da to dugoročno ne ugrožava interese zaposlenih. Potencijalni poslodavci/investitori se u osnovi sreću sa tri vrste rizika prilikom pokretanja novog biznisa u turizmu. Ti rizici tiču se:

- nivoa i strukture kvalifikacija ljudskih resursa na tržištu rada;
- lošeg imidža sektora u pogledu karaktera posla i nivoa plata; i
- opasnosti da troškovi zapošljavanja radne snage, u uslovima nerazvijenog biznisa i tržišta, značajnije ugroze poslovanje firmi.

1. Pitanje nivoa i strukture kvalifikacija ljudskih resursa na tržištu rada usko je vezano sa prethodno tretiranim pitanjem profesionalizacije. Svaki se investitor suočava sa nestašicom adekvatno oblikovane radne snage, koja je prouzrokovana delovanjem većeg broja faktora: nerazvijenošću sektora turizma, odsustvom međunarodne tražnje pa time i zahteva za određenim sadržajem i kvalitetom usluga, neusklađenošću programa postojećih škola i fakulteta sa stvarnim potrebama turističke privrede itd. Jasno je da se mora ići na razvoj novih znanja i veština: e-marketing, poslovno planiranje i upravljanje, multipodručna znanja i veštine (multiskilling), itd. Kao primer potreba za multipodručnim znanjima i veštinama može se dati vinski turizam (negotinske pivnice). Pored poznavanja vina (uzgoja, tehnologija gajenja i proizvodnje, vrsta, slaganja sa različitim tipovima hrane i sl.), biće potrebno znanje/veštine hendlovanja posetilaca, tehnika prodaje, poznavanje drugih proizvoda i usluga u području/klasteru (unakrsno poznavanje proizvoda) itd. Prethodno navedene aktivnosti u kontekstu jačanja profesionalizma u sektoru su, praktično, rešenje za ove probleme.
2. Loš imidž sektora turizma u pogledu karaktera posla i nivoa plata, posebno kada su u pitanju hotelski i restoraterski biznis, tiče se domena nižih, operativnih poslova. Treba reći da je to generalno problem industrije u svetu i nije karakterističan za Srbiju. Iako postoji veći broj rešenja – uvođenje prakse “obaveznog” bakšiša (tipping), angažovanje studenata (praksa posebno zastupljena u SAD) i drugo – ni

jedno nije dalo zadovoljavajuće efekte. Činjenica je da u „Donjem Podunavlju“ to duže vreme neće biti problem, jer zbog postojeće nezaposlenosti nova radna mesta su više nego dobrodošla, ali na jako dugi rok može biti problem, i to u celoj Srbiji. Nadležno ministarstvo za poslove turizma, a u saradnji sa Ministarstvom za rad i socijalna pitanja, u budućnosti će morati da se suočava i sa izloženim problemima, te predložimo da se kao poseban projekat napravi plan koji će tretirati ova pitanja.

3. Za investitore je posebno značajna opasnost da troškovi zapošljavanja radne snage u uslovima nerazvijenog biznisa i tržišta, značajnije ugroze poslovanje firmi. Naime, zbog karaktera posla u sektoru turizma, kao i prirode novih projekata/investicija, jasno je da novi projekti ne mogu računati na više od 200 dana pune zauzetosti. Fluktuacije u poslovanju se uobičajeno rešavaju zapošljavanjem dodatne (casual) radne snage, (koju u slučajevima jasnih sezonskih fluktuacija nazivamo i sezonskom radnom snagom). Svima poznat problem koji ova praksa donosi jeste niži nivo usluge zbog slabe obučenosti i nemotivisanosti tih radnika. Ono što je neophodno jesu fleksibilne forme zapošljavanja. U tom smislu neophodno je, pored stalno zaposlenih radnika sa punim radnim vremenom, ići na stalno zapošljavanje sa nepunim radnim vremenom. Time poslodavac ima određenu sigurnost da ne mora stalno da pronalazi nove radnike i može da redovno obavlja treninge osoblja i, može da upravlja lojalnošću zaposlenih. Sami zaposleni time imaju sigurnost radnog mesta, uz mogućnost da se u određenim periodima godine bave i drugim poslovima. Poslodavac onda može, kroz preraspodelu radnog vremena, te radnike angažovati više (čak i do nivoa punog radnog vremena) u periodima visoke zauzetosti kapaciteta, ali bi stoga oni u drugim periodima godine imali veći broj slobodnih dana (ili meseci), pa mogu preuzimati druge obaveze ili poslove. Druga strategija koja takođe može značajno doprineti rešenju ovog problema jeste sklapanje ugovora sa obrazovnim institucijama, kako srednjim i višim školama turističke i ugostiteljske struke, tako i fakultetima, o praksi studenata. Ova praksa mora biti organizovana drugačije od uobičajenih šema, i mora reflektovati dugoročne interese svih strana. Naime, studentska praksa mora biti minimalno 4-6 meseci u kontinuitetu. Razlozi su višestruki, počev od toga da je to minimalni period da studenti “uđu” u proces kreiranja lanca vrednosti koji se isporučuje gostima, čime zaista stižu neophodne veštine i suštinski upoznaju tehnologiju posla, preko toga da poslodavac ima vremena da studente do izvesne mere oblikuje i razvije početne forme lojalnosti kompaniji, jer su oni samim izborom područja koje u školama i na fakultetima izučavaju zainteresovani, do toga da je to istovremeno pul iz koga se mogu izabrati budući radnici. Za ovo je neophodno ispunjenje prethodnih strategija vezanih za povećanje profesionalnosti i tržište rada, a to su koordinisani i usklađeni programi obrazovanja i edukacije, dogovoreni između industrije i škola i fakulteta.

### 3.6. Strategije umrežavanja sa drugim sektorima

U procesu kreiranja ukupnog lanca visoke vrednosti u turizmu “Donje Podunavlje” značajnu ulogu treba da odigra i dosta raznovrsna komplementarna ponuda. Danas je data ponuda krajnje limitirana i na veoma niskom nivou kvaliteta. Imajući izloženo u vidu, nameću se dve prioritetne strategije:

- značajno proširenje i povećanje kvaliteta, aktivnosti i usluga koje čine komplementarni “paket ponude u turističkom sektoru “Donje Podunavlje””; i
- umrežavanje ugostiteljskih i turističkih usluga sa drugim sektorima koji učestvuju u kreiranju nove vrednosti u turizmu.

Za izgradnju integrisanog lanca vrednosti u turizmu podrazumeva se umrežavanje sa sektorima koji kompletiraju “paket ponude”, kao što je trgovina, poljoprivreda, zanatstvo, kultura i druge komplementarne delatnosti.

### 3.6.1. Trgovina

Umrežavanje sa trgovinom predstavlja jednu od ključnih strategijskih opredeljenja u formiranju integrisanog lanca vrednosti u turističkom sektoru “Donje Podunavlje”. Trgovina i trgovinske usluge treba da odigraju značajnu ulogu u ukupnoj vanpansionskoj potrošnji. U tom smislu se i predlaže:

- razvoj trgovinske mreže treba uskladiti prema definisanim ključnim turističkim proizvodima na “Donjem Podunavlju”;
- neophodan je visok stepen specijalizacije trgovinske mreže prema pojedinim tržišnim segmentima (nautičari, biciklisti itd.);
- posebnu pažnju treba posvetiti renoviranju i unapređivanju specijalizovanih objekata za hranu i pića;
- ponudu robe i usluga (suveneri, etno ponuda itd.) treba u punoj meri fokusirati na odabrane segmente turističkih potrošača koji se u ovoj destinaciji očekuju;
- prednost u asortimanu ponude treba da imaju lokalni proizvodi i usluge;
- uslove rada u trgovini i drugim javnim službama treba postaviti u skladu sa interesima turista na destinaciji; i
- u procesu revitalizacije i konverzije svih glavnih mesta u destinaciji treba stvoriti posebna šoping područja.

### 3.6.2. Poljoprivreda

Umrežavanje sa poljoprivredom treba da ima značajnu ulogu u realizaciji definisane strategije razvoja turizma na čitavom području “Donje Podunavlje”. U ovom domenu se predlaže:

- proizvodnja zdrave hrane koja je karakteristična za ovaj region i koja treba da se poveže sa hotelskim kućama i restoranima;
- izgradnja brendova koji su karakteristični za poljoprivredu i ribolov na ovom području;
- zbog izuzetnih komparativnih prednosti posebnu pažnju treba usmeriti na izgradnju nekoliko poznatih brendova vina visokog kvaliteta;
- razvoj svih ostalih vidova agroturizma u funkciji izgradnje unikatne ponude agroproizvoda u specijalizovanim restoranima hrane i pića, kao što su: specijaliteti rečne ribe, divljači, organske i dijetne hrane itd.; i
- potrebno je u okviru konkurentnog kluba destinacije formirati posebnu Komisiju za promociju lokalnih poljoprivrednih proizvoda vezanih za hranu i piće i izgradnju brendova karakterističnih za ovo područje. Ova komisija treba da odigra i značajnu ulogu za promociju i podsticanje naših radnika na privremenom radu u inostranstvu da razvijaju porodične agro-turističke biznis programe.

### 3.6.3. Zanatstvo

Umrežavanje sa zanatstvom je veoma bitno imajući u vidu da se velik broj lokalnih proizvoda uspešno mogu uključiti u turističku ponudu u lokalnim specijalizovanim prodavnicama. U tom pravcu bitno je da se lokalne zanatlije i proizvođači rukotvorina organizovano uključe u proizvodnju karakterističnih proizvoda za ovaj region i njegovu istoriju.

### 3.6.4. Kultura

Aktivnosti institucija kulture treba direktno staviti u funkciju obogaćivanja ukupne ponude u destinaciji. U tom smislu potrebno je preduzeti sledeće:

- kulturne manifestacije treba da izviru iz autentičnog istorijskog nasleđa i običaja kraja i mogu da predstavljaju magnet za turiste i njihov dolazak u destinaciju “Donje Podunavlje”;
- već afirmisane kulturne manifestacije i događaje, a posebno one koje imaju međunarodni karakter i koje su već navedene u prethodnim delovima projekta, treba u još većoj meri i društveno organizovanije podržavati u funkciji podizanja ukupnog kvaliteta lanca vrednosti u turizmu; i
- kulturno-istorijske spomenike treba maksimalno zaštititi, na devastiranim i zapuštenim sprovesti mere tehničke zaštite i rekonstrukcije i isto tako, bogata kulturno-istorijska baština od svetskog značaja treba da se u punoj meri stavi u funkciju obogaćivanja ukupne ponude na destinaciji “Donje Podunavlje”.

### 3.6.5. Zaštita prirode

Sve institucije koje se bave zaštitom prirode, na devastiranim i zapuštenim sprovesti mere tehničke zaštite i rekonstrukcije, imaju veliku odgovornost da se ukupna destinacija “Donje Podunavlje” stavi u službu integralnog razvoja turističkog sektora privrede. Zbog činjenice da prirodni faktori treba da imaju ključnu ulogu u privlačenju turista u destinaciju “Donje Podunavlje” i već istaknutih problema u vezi nedovoljne zaštite prirode na ovom području, bliže se elaborira neophodan sadržaj rada na ovom segmentu lanca vrednosti u turizmu. Pri tome se ističu sledeće ključne teze:

- zaštita i unapređenje životne sredine ključni su problemi savremenog turizma. Slobodne, izvorne i nezagađene životne sredine sve je manje, a ugroženih i degradiranih prostora je sve više;
- degradacijom životne sredine smanjuju se okviri turizma. Konfliktne situacije u životnoj sredini zahtevaju veliku pažnju, s obzirom da je prostor nezamenjiva komponenta razvoja turizma i konfliktna situacija u njemu je nepoželjna, jer ga može kompletno negirati; i
- za razliku od urbanizma, poljoprivrede i industrije koji mogu trpeti izvesne ekološke poremećaje, turizam zahteva kvalitetnu i zdravu životnu sredinu i stabilne i održive ekološke odnose u njoj.



Sa izložene paltforme deifnišu se sledeći ekološki prioriteti i mere:

#### **Ekološki prioriteti:**

- razvoj područja u skladu sa procenjenim kapacitetom prostorne celine, zona i lokacija;
- namenu prostora i uslove korišćenja prirodnih resursa usaglasiti sa prostorno-ekološkim kapacitetom, značajem područja i faktorima ograničenja;
- planirani razvoj mora biti zasnovan na kvalitativnom unapređivanju socio - ekonomskom, održivom razvoju, unapređivanjem ekoloških, turističkih, rekreativnih i privrednih vrednosti područja;
- razvoj planiranih kapaciteta uz specijalizaciju zasnovanu na obeležjima i prednostima područja;
- integracija lokalnog stanovništva zasnovana na ekološko-ekonomskim parametrima;
- razvoj infrastrukturne i komunalne opremljenosti, saglasno merama zaštite i unapređenja stanja;
- zaštita izvorišta vodosnabdevanja treba da se sprovodi uz maksimalno poštovanje uslova propisanih za zone sanitarne zaštite, primenom mera zabrane i ograničenja; i
- obavezne mere sanacije, rekultivacije i remedijacije degradiranih a ugroženih lokacija.

#### **Ekološke mere:**

- primenom mera ekološko-prostorne osnove, ekološke valorizacije prostora, smernica i mera procene uticaja na životnu sredinu;
- konkretizacijom do nivoa lokacije prema uslovima procene uticaja na životnu sredinu;
- održivim korišćenjem prirodnih resursa i činioca životne sredine;
- integralnim upravljanjem prirodnim vrednostima;
- održivom korišćenju prirodnih resursa;
- prevenciji i kontroli oblika i izvora zagađivanja i degradacije prostora;
- uspostavljanjem monitoringa, kontrole kvaliteta i stalnim unapređivanjem stanja životne sredine;
- sanacijom, rekultivacijom i remedijacijom degradiranih i ugroženih lokacija;
- integralnim upravljanjem otpadom (razvrstavanje, smanjenje, ponovno korišćenje i reciklaža); i
- ustanovljavanjem indikatora i informacionog sistema o stanju životne sredine.

### **3.7. Finansiranje i podsticaji**

U cilju razvoja turizma u «Donjem Podunavlju», a i u Srbiji uopšte, neophodno je formirati sistem olakšica i podsticaja kojim bi se stimulisali propulzivni projekti. Subjektima koji su spremni da ulažu u turizam treba olakšati put do potrebnih finansijskih sredstava, pre svega za ulaganje u projekte koji svoje uporište imaju u Strategiji razvoja turizma Srbije i Master planu razvoja turizma u «Donjem Podunavlju». Prvi uslov za dodelu stimulaturnih sredstava je da je subjekt aktivno uključen u proces razvoja i realizaciju zajedničke vizije koja se definiše u ovom master planu. U svemu tome prioritet treba da imaju zajednički projekti koji se realizuju od strane većeg broja učesnika u lancu vrednosti sa čitavog područja “Donje Podunavlje”.

Posebno je značajno istaći da sistem olakšica i podsticaja treba da bude jedinstven za celu Srbiju i njime treba centralno da se rukovodi. Opštine koje obuhvataju turističko područje «Donje Podunavlje» nemaju dovoljno sredstava da same finansiraju sistem podsticaja i olakšica. Pri tome bi se postavilo i pitanje zakonodavne nadležnosti za pojedine stimulatívne mehanizme ukoliko se njima ne bi centralno rukovodilo (npr. poreske olakšice).

Kao što je već istaknuto, sistem podsticaja i olakšica treba da stimuliše naročito manja i srednja privatna preduzeća da ulažu u turizam. S obzirom da se radi o značajnim sredstvima koje treba uložiti, treba uspostaviti adekvatne kriterijume za raspodelu tih sredstava, kao i upravljačko telo koje bi imalo zadatak da vrši raspodelu sredstava po povlašćenim uslovima i da kontroliše upotrebu navedenih sredstava. Rešenje bi mogao da bude **Fond za razvoj malih i srednjih preduzeća u turizmu**, koji je između ostalog, predviđen u Strategiji razvoja turizma Srbije. Navedeni fond bi davao kredite malim i srednjim preduzećima za ulaganje, ali samo u turistički perspektivnim područjima koja su identifikovana u *Strategiji razvoja turizma* i u pojedinačnim master planovima. Kamatne stope bi bile regresirane, sa povoljnijim grace periodom i rokom vraćanja kredita. Fond bi propisao namene za koje kredit može da se koristi, npr. ulaganje u porodične smeštajne objekte, obnova starih kuća u skladu sa tradicijom i dr. Fond bi između ostalog propisao uslove za korisnike kredita, potrebnu dokumentaciju, ali bi vršio i monitoring upotrebe odobrenih sredstava, a imao bi i službu za pomoć potencijalnih korisnicima.

Pored stimulisanja subjekata koji su u turističkom sektoru da intenzivnije ulažu u njega i privlačenja novih investitora, veoma je bitno da se omogući **finansiranje projekata opšte i turističke infrastrukture**, kao i javno finansiranje projekata regulacije i prostornih planova. Preduslov za bilo kakva ulaganja privatnih investitora je donošenje prostornih i regulacionih planova i zato bi država trebalo centralno da finansira ove projekte za opštine koje nisu u stanju da finansiraju navedene projekte. Država i lokalne zajednice moraju da preuzmu na sebe ulogu finansijera pojedinih projekata opšte i turističke infrastrukture za koje je nemoguće stvoriti interes kod privatnih investitora, kao što su na primer, saobraćajna infrastruktura, rešavanje problema otpada i sl.

**Sistem poreskih olakšica** treba da omogući novostvorenim privrednim subjektima u turističkom sektoru, kao i onima koji su spremni da ulažu da imaju povoljniji poreski tretman u cilju stimulisanja ulaganja u nove turističke projekte koji su na liniji sa već donetim strateškim dokumentima, a pre svega u cilju poboljšanja konkurentnosti u pojedinim oblastima, kao što su npr. poboljšanje kvaliteta smeštaja, kvaliteta restoranskih usluga i dr. Pored toga treba poreski stimulisati i stvaranje novih turističkih proizvoda u «Donjem Podunavlju», kao i novo zapošljavanje u turističkom sektoru. Cilj je da se maksimalno stimišu investitori da ulažu u turistički sektor i da im se omogući da budu konkurentni. S druge strane, sistem podsticaja treba da bude strogo kontrolisan da ne bi dolazilo da zloupotrebe od korisnika.

#### 4. STRATEGIJA TRŽIŠNOG POZICIONIRANJA DESTINACIJE „DONJE PODUNAVLJE”

Globalizacija turizma je značajno uticala na proliferaciju konkurentskih destinacija, tako da je sada taj broj veoma veliki. Današnji turista ima mnogo opcija i destinacija koje ako žele da budu uspešna se mora adekvatno pozicionirati u odnosu na konkurente.

Turistička regija „Donje Podunavlje“ treba da gradi svoju dugoročnu poziciju na tržištu u okviru sledećih činjenica i događaja na turističkoj sceni:

- Razvoj proizvoda, a time i marketinga, u potpunosti je danas povezan s razvojem životnih stilova (life style marketing), jer je danas svaka diferencirana turistička potreba izvedena iz životnog stila potrošača koji oblikuju ciljnu grupu potrošača za taj proizvod;
- Izgradnja lojalnosti prema svakoj destinaciji, povezana je sa sposobnošću iste da odgovori na segmentaciju u razvoju proizvoda prema životnim stilovima; i
- Turistička se sposobnost destinacije ogleda u tome da li ona sama može ponuditi određeni životni stil kao generalnu maksimu svog tržišnog pozicioniranja i u kojoj meri njen izbor proizvoda prati životne interese specijalnih interesa. Taj spoj je ona ključna tačka gde svaka destinacija polaže glavni ispit svog konkurentskog pozicioniranja.

Opšte pozicioniranje destinacije „Donje Podunavlje“ kao poželjne slike u svesti potrošača, mora biti izvedeno iz ključnih fascinacija ovim prostorom, kao njegovih ključnih prodajnih prednosti (izgradnja imidža). S druge strane, ono mora imati vezu sa procesima specijalizacije i tržišne segmentacije i tako zadovoljiti specijalne interese povezane s pojedinim proizvodima i aktivnostima.

##### 4.1. Turističke fascinacije „Donjeg Podunavlja“

Turističke fascinacije „Donjeg Podunavlja“ ovde se shvataju kao okvir za izgradnju dugoročnih jedinstvenih prodajnih predloga koje zajednička turistička politika destinacije mora prihvatiti i isporučiti tržištu. Oni su poluge izgradnje novog imidža, a pre svega stubovi oblikovanja nove turističke ponude, proizvoda i aktivnosti destinacije.

Danas je još uvek teško ovaj miks pogodnosti koristiti u lifestyle marketingu, jer pre svega ne postoji uspostavljen bazični lanac vrednosti koji bi to omogućio. Ovaj deo Dunava kao life style destinacija tek treba da se uspostavi. Stoga je ovde reč o uspostavljanju baze za eventualnu izgradnju life style marketinga turističke regije „Donje Podunavlje” ukoliko se u dovoljnoj meri isporuče aktivnosti definisane u ključnim pravcima delovanja. U tom smislu se kao korak u prelazu na lifestyle marketing ovde mora iskoristiti ključna činjenica a to je da ovaj prostor obiluje brojnim fascinacijama i kao "Takvo izobilje" valja ih brzo predstaviti tržištu, a prema logičnim prioritetima započeti stvarati proizvode i doživljaje za prioritetne grupe posetilaca.

Sledeće turističke fascinacije su posebno interesantne:

- Dunavom kroz najlepšu klisuru Evrope
- Jedinstven spoj prirodnih lepota i divljeg sveta NP

- Mesta sa uređenim obalama
- Lepenski Vir
- Rimski limes i srednjevekovna utvrđenja
- Vinski putevi – pivnice-Vinski resorti
- Panoramski putevi i pogledi
- Dunavske plaže i aktivnosti na vodi
- Bogato ribolovno područje
- Događaji na Dunavu

### 1. Dunavom kroz najlepšu klisuru Evrope



### Dunavom kroz najlepšu klisuru Evrope



### 2. Jedinствен spoj prirodnih lepota i divljeg sveta NP



### Jedinствен spoj prirodnih lepota i divljeg sveta NP





### 3. Mesta sa uređenim obalama



Mesta sa uređenim obalama



### 4. Lepenski Vir



Lepenski vir



## 5. Rimski limes i srednjevekovna utvrđenja



Rimski limes  
i srednjevekovna  
utvrđenja



## 6. Vinski putevi - Vinski resorti



Vinski putevi  
pivnice - vinski  
resorti



## 7. Panoramski putevi i pogledi



## Panoramski putevi i pogledi



## 8. Dunavske plaže i aktivnosti na vodi



## Dunavske plaže i aktivnosti na vodi



## 9. Bogato ribolovno područje



### Bogato ribolovno područje



## 10. Događaji na Dunavu



### Događaji na Dunavu



Navedene atrakcije koje čine turističke fascinacije su detaljno obrađene u situacionoj analizi, tako da nećemo detaljno pisati o svakoj od navedenih fascinacija.



## 4.2. Pozicioniranje i iskustveno strukturiranje destinacije

Na osnovu temeljnih analiza savremenog turističkog tržišta, prednosti i nedostataka destinacije, kao i na osnovu vizije turističkog razvoja područja, formulisana je izjava o pozicioniranju:

**Turistička regija «Donje Podunvalje» naglašava veličinu lepote i diverziteta Dunava i njegovog priobalja.**

**Pozicionira se kao mirna i raskošna reka koja slobodno teče kroz visoke klisure, pored starih i modernih naselja kao i kroz područja divlje prirode, kojom dominira veliki broj vidikovaca i atrakcija u zaleđu.**

### ***Mi smo izobilje Dunava.***

**Turistička regija «Donje Podunavlje» nudi široki spektar rekreacionih aktivnosti, priliku za inspiraciju i edukaciju gde se mogu videti začeci prošlog načina života, kroz primere praistorijskih kultura ili kroz istorijske arhitektonske građevine u izražajnoj, ali i donekle surovoj okolini.**

**Za svoje posetioce kreiramo prijatna iskustva i doživljaje, celovito ih informišemo o našoj regiji i pružamo im gostoprimstvo profesionalnim sistemom naših usluga.**

**Upravljamo širim područjem Đerdapa kroz specijalizovane aktivnosti na otvorenom za sve posetioce vodeći računa da očuvamo šire područje «Donjeg Podunavlja» za buduće generacije.**

Navedenu izjavu treba operacionalizovati i u skladu sa njom sprovesti proces pozicioniranja, koji treba da dovede do toga da je „Donje Podunavlje“ jasno pozicionirano u svesti potencijalnih domaćih i inostranih turista i da jasno odvoji posmatranu destinaciju od sličnih konkurentskih. Ovo je naročito bitno za internacionalno pozicioniranje destinacije, jer je cilj da se stvori internacionalno prepoznatljiva destinacija.

Proces pozicioniranja putem koga se utiče na izgradnju percepcije potrošača o određenoj turističkoj destinaciji je povezan sa iskustvenim tržištima. Stvaranjem percepcije kod potrošača koja se iskustva mogu doživeti u području „Donjeg Podunavlja“ destinacija se lakše tržišno pozicionira i gradi dugoročno svoju konkurentsku prednost. U skladu sa opredeljenjem potrebno je dosledno uvažavanje odabranih iskustvenih tržišta u procesu kreiranja i isporučivanja proizvoda.

S obzirom da se radi o veoma velikom području koje ima raznovrsne turističke atrakcije, koje smo detaljno izložili u situacionoj analizi, bilo je potrebno da se celokupna analizirana teritorija podeli na pet iskustvenih potpodručja kako bi se jasnije definisale njihove ključne vrednosti. Na sledećoj slici je prikazano iskustveno strukturiranje destinacije:



U daljem tekstu će se analizirati svako od iskustvenih potpodručja:

### 1. Veliko Gradište.

Veliko Gradište	
Karakter	Pozicioniranje
Ulaz u svet Dunava Meeting point Prostranstvo Pejzaž	Dunavski resort

Veliko Gradište predstavlja ulaznu tačku u svet izobilja Dunava i stvara jak pozitivan utisak kod gostiju sa kopna kao kod putnika na brodovima. Razvojem zone „Beli bagrem“, kreira se prvi full service resort na celom Dunavu sa marinom, smeštajnim kapacitetima kao i velikim brojem aktivnosti. Obnavlja se stara gradištanska čaršija i glavni trg predstavlja mesto susreta gostiju iz resorta sa stanovnicima čime se kreira osećaj živog i dinamičnog mesta. Od Gradišta prema zoni „Beli bagrem“ se kreira novo šetalište i uređuje se cela obala (waterfront conversion) koja postaje nova žila kucavica ulaznog dela Dunava u doživljaj parka.

### 2. Golubac

Golubac	
Karakter	Pozicioniranje
Romantičan Otvoren prema reci Mir	Romantično naselje

Golubac je malo naselje koje svojim izgledom daje osećaj smirenosti i romantike. Da bi postalo takvo mesto uređuje obalno područje centra naselja sa šetalištem otvarajući ga prema reci, klupama za šetače sa pogledima, osvetljenje iz kandelabra. Dodatno, uređenjem centralnog trga sa otvaranjem malih barova i restorana u kojima prevladava

zagasito osvetljenje, sa korišćenjem sveća se naglašava to iskustvo. Muzika je takođe u funkciji tog osećaja. Uz pešačko / biciklističku vezu od vikend naselja preko centra Golupca do Golubačke tvrđave, ulaska u Nacionalni park sve do Gospođinog vira kreiraju se vidikovci i odmorišta čime mu se daje širi kontekst destinacije. Golubačka tvrđava se zaštićuje izmeštanjem saobraćaja i revitalizuje tako da predstavlja moderni turistički punkt sa turističkom ponudom, interaktivnim prezentacijama, impresivnim osvetljenjem preko noći (vidi se sa Dunava i sa planine).

### 3. Donji Milanovac

	Donji Milanovac		
	Karakter	Pozicioniranje	
	Vidici Tradicija Istorija Kultura	Srce Đerdapa	

Donji Milanovac svojom geo-pozicijom, ali i strukturom svih turističkih atrakcija i funkcija, predstavlja srce Đerdapa. U ovom području se nalaze mnogi značajni naglasci istorije i kulture ovog kraja, ali i geomorfološki naglasci Dunava. Donji Milanovac treba da oblikuje svoj waterfront kao atraktivno prihvatilište za cruisera i kao meeting point za događanja i svečanosti. Takođe treba da se prošire smeštajni kapaciteti kroz izgradnju smeštajnog punkta na Lepenskom viru i kroz izgradnju manjeg gradskog hotela, a naročito kroz novi turistički resort u Porečkom zalivu.

### 4. Kladovo

	Kladovo		
	Karakter	Pozicioniranje	
	Živ Dinamičan Mlad Aktivan	Mlad i aktivan, Sportski i vitalan	

Kladovo konverzijom fronta prema Dunavu sa marinom i velikom uređenom plažom kreira osećaj dinamičnog i živog mesta. Povezujući vodenu frontu sa uređenim gradskim centrom punim zbivanja i atraktivnih restorana, kafića kao i butika stvara utisak gradića koji je živ, a dodatnim elementom u vidu casina daje uz kvalitetan noćni život i osećaj mesta koji nikad ne spava. Uz dinamičnost i aktivan urbani život, kreira se sportsko – rekreacioni centar opremljen savremenim multifunkcionalnim terenima otvarajući novi naglasak ponude. Sport i rekreacija se povezuju sa naseljem Karataš koje služi kao moderan smeštajni i rekreacioni kompleks za mlade i one koji se tako osećaju.

Kontrapunkt živom i aktivnom mestu daje naselje Tekija koje se rekonstrukcijom vodenog fronta i dodavanjem karakterističnih ribarskih elemenata, formira u doživljaj ribarskog mesta / sela za one ljude koji traže manje aktivan odmor.

Kultura predstavlja važan element ponude u vidu rekonstrukcije Fetislama koji postaje centar kulture (interpretacioni centar), kao i centar za održavanje raznih kulturoloških događaja.

## 5. Negotin



Negotin	
Karakter	Pozicioniranje
Osvežavajuć Sakriven Pastoralan	Slikovito i ruralno vinsko područje



Negotin konverzijom centra i uređenjem gradskog hotela postaje destinacija u kojoj se gosti zadržavaju više od jednog dana. Povezivanjem Negotina sa donekle udaljenom rečnom obalom koja se uređuje tako da se kreiraju rekreativni sadržaji uz obalu (pešačke i biciklističke staze, gastronomski punktovi na obali) dobija dodatni tržišni “driver” u srednjeročnom periodu.

Šire područje negotinskog kraja slovi kao regionalno poznato vinarsko područje, koje dobija svoj “pastoralni” izgled otvaranjem panoramskih puteva kroz vinograde i brežuljkaste i ruralne krajeve. U ruralnim krajevima se formiraju vinski putevi sa tačkama u kojima prolaznici – gosti mogu da stanu i osveže se uz ruralnu prehranu i dobru ponudu vina, ali i da prespavaju u ruralnom domaćinstvu.

Negotinski kraj ima šansu da na svetsku turističku scenu plasira potpuno nov i inovativan proizvod u vidu postojećih pivnica kreiranjem ekskluzivnih vinskih resorta sa osloncem na pivnice. Stvaranje malih resorta sa vrhunskom smeštajnom i gastronomskom ponudom uz zadržavanje dosadašnjih elemenata i simbola pivnica.

Izjava o pozicioniranju je, kao što je već napomenuto, osnova za marketinško pozicioniranje destinacije. Cilj je da se dopre do potencijalnih posetilaca. U daljem tekstu će biti više reči o tržištima koja mogu biti interesantna za područje «Donjeg Podunavlja».

Konvencionalnim pristupom WTO – a definisane su kategorije individualnih i grupa turističkih proizvoda koje čine skup iskustva i koji su relevantni za pozicioniranje i budući turistički razvoj. Pored činjenice što koncept nije u potpunosti prilagođen ekonomiji iskustva koristi se u velikoj meri u procesu tursitičkog planiranja. Mnoge destinacije koje su se prvi put pojavile na turističkom tržištu i krenule u razvoj uz uvažavanje koncepta tržišta iskustava su uspešno realizovale strategiju penetracije, a neke su postale lideri na širem ili užem tržištu.



Na sledećoj šemi su prikazana iskustvena tržišta za svaki od jedanaest najznačajnijih turističkih proizvoda (WTO):

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

Osnovni principi marketinga u turizmu ističu da se proizvodi i usluge na turističkom tržištu stvaraju u cilju zadovoljenja želje/potrebe potrošača, odnosno da bi “rešili neki njegov problem”. Zadovoljenje želja se vrši preko turističkih proizvoda kojima se isporučuju koristi potrošačima. Problematika na koju se nailazi u procesu kreiranja turističkog proizvoda je činjenica da se u turizmu u manjoj meri koriste opipljivi proizvodi. Zadovoljenje želja potrošača se realizuje uglavnom kroz neopipljive proizvode, samo neki od proizvoda imaju opipljiv karakter - hotelska soba, planina, plaža, hrana i sl., ali to nisu jedini elementi kojim se zadovoljavaju potrebe potrošača. Zadovoljenje potreba zavisi od velikog broja opipljivih i neopipljivih elemenata koji pružaju jedinstveno iskustvo koje potrošač doživljava u toku putovanja.

Zadovoljenje želja turista se postiže kroz iskustvo koje dožive u toku putovanja. S obzirom na postojanje većeg broja sličnih grupa iskustava koje turisti žele, definisanje ponude se marketinški orijentiše prema iskustvenim tržištima. U cilju adekvatnog pozicioniranja područja “Donje Podunavlje” i kreiranja proizvoda potrebno je odrediti koja se iskustvena tržišta mogu opslužiti. Pre nego što se pristupi odabiru tržišta navešćemo kratke definicije svakog iskustvenog tržišta posebno (WTO):

- **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 (psihikom) 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.

Na sledećem grafikonu je prikazana povezanost geografske segmentacije i iskustvenih tržišta koja može opsluživati «Donje Podunavlje»:



Sva tri geografska tržišta imaju svoju vrstu inklinacije prema određenim iskustvenim tržištima. Zbog postojanja snažnijeg ili slabijeg interesa za određenim iskustvima, ona su grupisana u primarna i sekundarna iskustvena tržišta.

Proces pozicioniranja putem koga se utiče na izgradnju percepcije potrošača o određenoj turističkoj destinaciji je povezan sa iskustvenim tržištima. Definisanjem iskustvenih tržišta koja se mogu u različitim geografskim predelima opslužiti je značajno za proces pozicioniranja destinacije. Stvaranjem percepcije kod potrošača koja se iskustva mogu doživeti u „Donjem Podunavlju“ olakšava tržišno pozicioniranje i izgradnju dugoročne konkurentske prednosti. U skladu sa opredeljenjem potrebno je dosledno uvažavanje odabranih iskustvenih tržišta u procesu kreiranja i isporučivanja proizvoda.

Prema osnovnim principima marketinga, proizvodi i usluge se kreiraju da reše "probleme" klijenata (odnosno da zadovolje potrebe i želje) kao i da daju neke koristi. S obzirom da potrošači donose odluku o kupovini proizvoda pre nego što je on konzumiran potrebno je razvijanje percepcija o određenom proizvodu kako bi se stimulisala/olakšala odluka o kupovini (potrošač treba da zna šta kupuje). Stoga je u marketingu „Donjeg Podunavlja“ potrebno kroz proces komuniciranja i brendiranja informisati potencijalne potrošače o iskustvima koja se mogu doživeti u destinaciji i razviti percepciju o kakvoj iskustvenoj destinaciji se radi.

## VI RAZVOJ PROIZVODA, KONCEPT UPOTREBE PROSTORA I MODEL RASTA

### 1. RAZVOJ PROIZVODA

#### 1.1. Predlog budućeg razvoja turističkih proizvoda

Na osnovu tržišne analize identifikovano je postojanje osam turistička proizvoda u „Donjem Podunavlju“. U sledećoj tabeli je predstavljen procenjen broj noćenja po pojedinim proizvodima u 2006. godini:

Broj noćenja u Donjem Podunavlju prema proizvodima	
	Noćenja 2006.
Kružne ture	51.000
Sport	51.700
Kratki odmori	20.000
Odmori	16.500
MICE + poslovna putovanja	22.300
Specijalni interesi	8.000
Manifestacije	5.000
Nautika	1.000
Ostalo	3.527
<b>Ukupno</b>	<b>179.027</b>

Napomena: Broj noćenja po proizvodima procenjen je na osnovu analize i obavljenih intervjua sa pružaocima turističkih usluga u području s obzirom na nepostojanje zvaničnih podataka.

Turistički promet posmatrano po proizvodima ostvaren je u najvećoj meri po osnovu dolazaka turista niže platežne sposobnosti. Od domaćih turista koji koriste proizvode preovlađuju: učenici osnovnih i srednjih škola koji dolaze u okviru programa đачkih ekskurzija, penzioneri, sportisti nižih rangova takmičenja, strukovna udruženja (medicinski radnici, likovne kolonije itd.), zaposleni u domaćim manje poznatim kompanijama (u okviru MICE-a), sportski ribolovci niže platežne sposobnosti, turisti sa nižim prosečnim dohotkom koji dolaze zbog odmora na jezeru ili u vikend naseljima pored Dunava. Broj inostranih turista po svim proizvodima je dosta nizak i uglavnom su to klasični poslovni putnici ili turisti koji dolaze zbog poseta rodbini i prijateljima. Na osnovu izloženog izvodi se zaključak da je ukupan turistički promet i potrošnja po pojedinačnim proizvodima dosta skromna, s obzirom na atrakcije područja i aktuelne evropske trendove na turističkom tržištu. Nedovoljno iskorišćen potencijal je posledica nepostojanja planske i sistematske politike razvoja i komercijalizacije turističkih proizvoda. Stoga, u budućem razvoju turizma „Donjeg Podunavlja“ potrebno je planski pristupiti razvoju pojedinačnih proizvoda.



Predlog budućeg razvoja turističkih proizvoda je u skladu sa definisanom vizijom područja i marketinškim pozicioniranjem proizvoda i bazira se na postojećim fascinacijama/atrakcijama u području.

Fascinacije predstavljaju podlogu za nastanak proizvoda u određenom području i direktno utiču na strukturu portfolia proizvoda, kao i na atraktivnost pojedinih proizvoda. Najznačajnije fascinacije u „Donjem Podunavlju“, zajedno sa proizvodima koji mogu nastati na osnovu njih i moguća iskustvena tržišta tih proizvoda, predstavljeni su u sledećim tabelama:

Turističke fascinacije „Donjeg Podunavlja“			
	Dunav sa najlepšom klisurom Evrope	NP „Đerdap“ – jedinstven spoj prirodnih lepota i divljeg sveta	Pivnice sa ruralnom pastoralom
KARAKTERISTIKE	Pogodne plovne karakteristike Najširi, najuži, najdublji na celom toku Atraktivna scenografija Postojanje vikend naselja i etno sela pored obale Nedovoljno razvijena turistička infrastruktura	Atraktivan i očuvan prirodni ambijent Pogodnost terena za razvoj proizvoda spec. int. Bogat biljni i životinjski svet Prirodna i kulturna baština Disperzna struktura atrakcija <b>Nepostojanje turističke</b> infrastrukture	Autentičnost pivnica Autentično narodno graditeljstvo Atraktivan pejzaž Očuvan etno karakter sela Nerazvijena infrastruktura
PROIZVODI	Nautika Kratki odmori Odmori Specijalni interesi Dogadjaji	Na prirodi bazirani specijalni interesi: - eko turizam - šetnje u prirodi - planinarenje - brdski biciklizam - lov i ribolov - posmatranje biljnog i životinjskog sveta i dr.	Kratki odmori Ruralni turizam Odmori Kružne ture Specijalni interesi Dogadjaji
TRŽIŠTA	Tržište avantura Tržište prirode Tržište kvaliteta života Tržište novog džet seta Tržište odmora za um	Tržište prirode Tržište avantura Tržište kviliteta života Tržište novog džet seta Tržište uverenja Tržište odmora za um	Tržište odmora za um Tržište novog džet seta Tržište uverenja Tržište zabave Tržište kvaliteta života Tržište avantura

## Turističke fascinacije „Donjeg Podunavlja“

	Vredno kulturno – istorijsko nasleđe i prirodne atrakcije	Veliko Gradište – dunavski resort i Srebrno Jezero	Golubac – romantično mesto na obali Dunava
KARAKTERISTIKE	<p>Osnove proizvoda već postoje</p> <p>Kulturne atrakcije koje datiraju još od doba neolita (Lepeski Vir) preko rimskog perioda i srpskog srednjeg veka</p> <p><b>Atraktivne gradske čaršije</b></p> <p>Postojanje muzeja u gradovima</p> <p>Visoko vredne prirodne atrakcije (vidikovci, panoramski putevi i sl.)</p> <p><b>Autentične vinske pivnice</b></p> <p>Nedovoljno razvijena infrastruktura</p>	<p>Plaže i voda pogodna za kupanje</p> <p>Atraktivna scenografija</p> <p><b>Postojanje turističke infrastrukture</b></p> <p>Život</p> <p>Neposredna vezanost V. Gradišta i S. Jezera</p> <p><b>Kulturno nasleđe</b></p> <p><b>Postojanje nautičke infrastrukture</b></p>	<p>Neposredna vezanost za Dunav</p> <p><b>Specifična gradska infrastruktura</b></p> <p><b>Kulturno nasleđe</b></p> <p><b>Specifično ukrštanje vetrova pogodno za jedrenje</b></p> <p><b>Postojanje nautičke infrastrukture</b></p>
PROIZVODI	<p>Kružne ture</p> <p><b>Događaji</b></p>	<p>Odmori</p> <p>Kratki odmori</p> <p>Specijalni interesi</p> <p>MICE i poslovni gosti</p> <p>Kružne ture</p> <p>Nautika</p> <p><b>Događaji</b></p>	<p>Nautika</p> <p>Kratki odmor</p> <p>MICE i poslovni gosti</p> <p>Kružne ture</p> <p><b>Događaji</b></p>
TRŽIŠTA	<p>Tržište odmora za um</p> <p>Tržište prirode</p> <p>Tržište uverenja</p>	<p>Tržište zabave</p> <p>Tržište ljubavi</p> <p>Tržište uverenja</p> <p>Tržište kvaliteta života</p>	<p>Tržište zabave</p> <p>Tržište ljubavi</p> <p>Tržište kvaliteta života</p> <p>Tržište odmora za um</p>

## Turističke fascinacije „Donjeg Podunavlja“

	Kladovo – grad aktivnosti, zabave i sporta	Donji Milanovac – srce Đerdapa	Negotin – grad kulture u centru vinskog i ruralnog područja
<b>KARAKTERISTIKE</b>	Živost Urbana infrastruktura <b>Kulturno nasleđe</b> Razvijena sportska infrastruktura	<b>Autentičnost sa dunavskom obalom</b> Postojanje sportske infrastrukture Atraktivno prirodno okruženje Neposredna vezanost za <b>NP Đerdap</b> <b>Kulturno nasleđe</b>	<b>Autentičan etno karakter</b> Urbana infrastruktura <b>Bogato kulturno nasleđe</b>
<b>PROIZVODI</b>	Sport Kratki odmor Nautika MICE i poslovni gosti Kružne ture <b>Događaji</b>	Kratki odmor MICE i poslovni gosti Nautika Sport Kružne ture Specijalni interesi <b>Događaji</b>	Kratki odmori Kružne ture <b>Događaji</b>
<b>TRŽIŠTA</b>	Tržište zabave Tržište ljubavi Tržište odmora za um Tržište kvaliteta života	Tržište zabave Tržište ljubavi Tržište kvaliteta života Tržište odmora za um Tržište prirode Tržište avantura Tržište novog džet seta	Tržište ljubavi Tržište odmora za um

Uticaj pojedinačnih proizvoda na budući rast ukupnog turističkog prometa je različit što je uslovljeno različitom atraktivnošću fascinacija i aktuelnim tržišnim trendovima. Potreban vremenski rok za pojedine proizvode posmatran od početka izgradnje pa do masovne komercijalizacije je takođe različit. Procenjena snaga i vremenski rok neophodan za masovnu komercijalizaciju pojedinih proizvoda je predstavljen u sledećoj tabeli:

	Niska	Srednja	Visoka	Kratki (2-3 god.)	Srednji (3-5 god.)	Dugi (7-12 god.)	PODRUCJE
NAUTIKA			X			X	Veliko Gradište, Golubac, Donji Milanovac, Tekija, Kladovo, Mihajlovac
KRATKI ODMORI			X		X		Šire područje Donjeg Podunavlja
ODMORI		X		X			Srebrno Jezero, Resorti na Dunavu
SPECIJALNI INTERESI			X		X		Područje NP Đerdap, Dunav, Srebrno Jezero, Vratna
KRUŽNE TURE			X	X			Kulturno-istorijski tokaneti i prirodne atrakcije na području DP, gradovi sa gradskim muzejima
MICE + POSLOVNA PUTOVANJA		X			X		Donji Milanovac, Kladovo, Golubac, Srebrno Jezero
SPORT		X		X			Kladovo, Donji Milanovac, Golubac, Srebrno Jezero
RURALNI TURIZAM	X				X		Ruralno područje u okolini Negotina i naselja u zoni NP
DOGAĐAJI	X				X		Šire područje Donjeg Podunavlja

Navedeni predlog rezultat je evaluacije mogućnosti na osnovu obavljenih detaljnih analiza u području i na širem prostoru Srbije i sagledavanja aktuelnih i očekivanih budućih trendova na domaćem i evropskom turističkom tržištu. Potrebno je istaći da je stvar interesnih subjekata “Donjeg Podunavlja” kakve će srednjoročne i dugoročne prioritete u razvoju turističkih proizvoda odabrati.

Dinamika budućeg razvoja proizvoda direktno zavisi od obima investicija (javnih i privatnih) u razvoj infrastrukture neophodne za postojanje proizvoda, doslednog uvažavanja savremenih marketing i menadžment koncepata u kreiranju i komercijalizaciji, kao i budućih tendencija na strani tražnje koje se mogu oceniti kao povoljne.

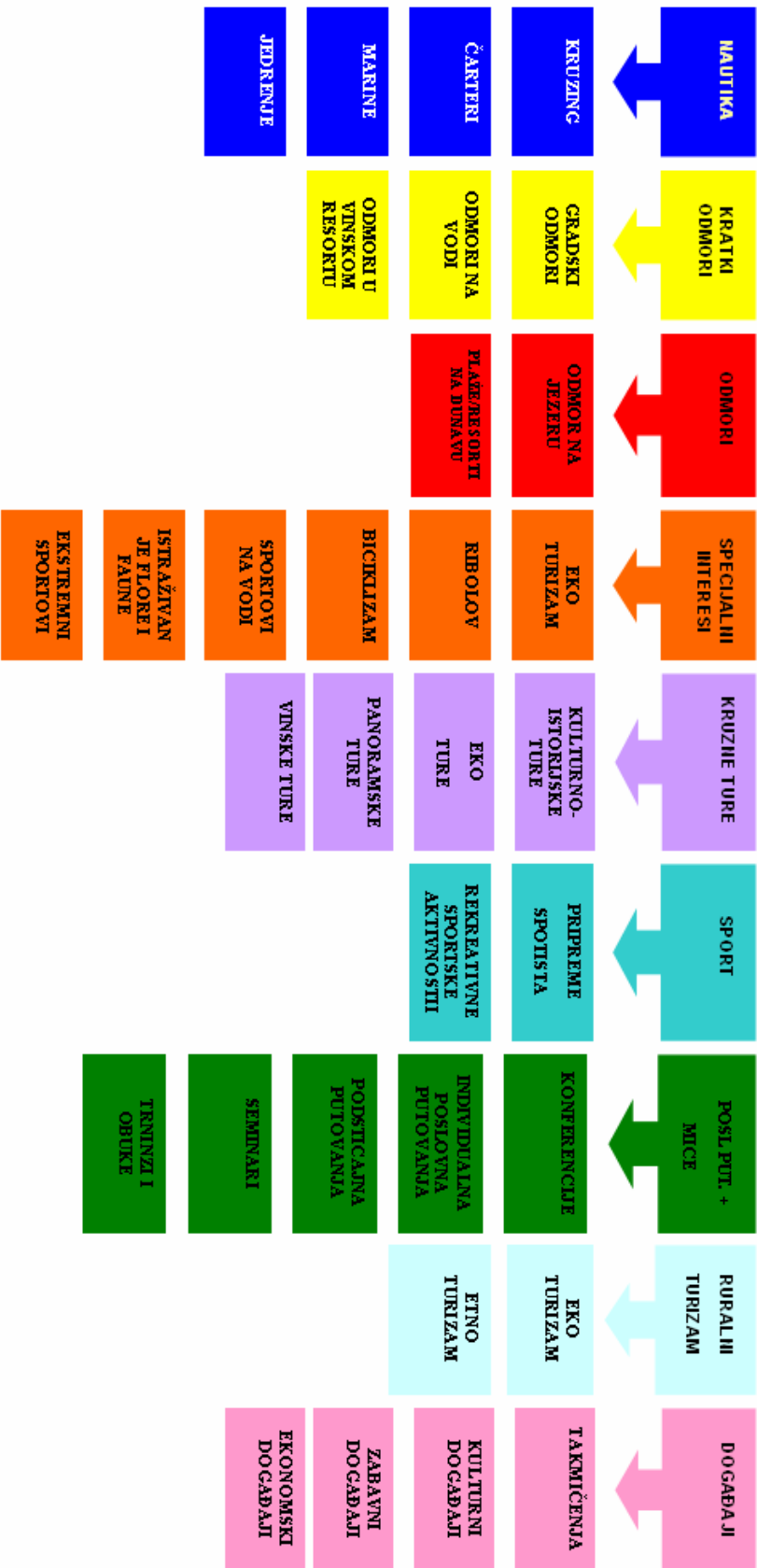
U daljem tekstu biće izloženi planovi razvoja za pojedine proizvode. U okviru planova su istaknuti aktuelni trendovi i potencijal tržišta u cilju sagledavanja mogućeg obima buduće tražnje, preferencije potrošača (turista koji koriste proizvode) koje se moraju primarno uvažiti u procesu kreiranja proizvoda, potencijal „Donjeg Podunavlja“ za razvoj pojedinih proizvoda i trenutno stanje proizvoda u području. U okviru plana proizvoda su predstavljene i buduće smernice razvoja proizvoda.

## 1.2. Portfolio proizvoda „Donjeg Podunavlja“

U području „Donjeg Podunavlja“ usled povoljnih prirodnih i antropogenih karakteristika postoji mogućnost za postojanje većeg broja turističkih proizvoda. Na osnovu detaljne analize definisan je portfolio od deset osnovnih proizvoda koji treba da predstavljaju osnovu budućeg razvoja turizma u području. Na sledećoj slici je prikazan portfolio proizvoda zajedno sa podsegmentima proizvoda:



PORTFOLIO PROIZVODA DONJE PODUNAVLJE



### 1.2.1. Nautika

Nautički turizam postaje sve značajniji turistički proizvod u svetu, kako u pogledu prihoda koji se ostvaruje, tako i u potencijalu rasta.

- **Aktuelni trendovi.** Stopa rasta tražnje je oko 10% godišnje što je iznad prosečne stope rasta svetskog turizma. Povećava se broj segmenata koji koriste proizvod: „Nautika će biti proizvod za turiste od 16 do 75 godina“ (WTO). Tražnja za nautičkim proizvodom na rekama je sve izraženija. Stopa rasta broja turista koji plove Dunavom je 12%.
- **Potencijal tržišta.** Prosečna potrošnja turista po danu boravka je relativno visoka i kreće se između 100 \$ i 150 \$. U 2006. godini je na kruzerima plovilo više od 1,4 miliona turista, dok se prodaja plovnih sredstava (glisera i jahti) koji se koriste u turističke svrhe (privatna plovidba i plovila za iznajmljivanje) povećava po stopi od 6,9% godišnje. Dunavom je u 2006. godini plovilo više od 400.000 turista.
- **Zahtevi potrošača.** Nautički turizam se bazira na: korišćenju sopstvenih plovnih sredstava, plovidbi na kruzerima, iznajmljivanju plovnih sredstava u marinama (čarting) i korišćenja drugih usluga u marinama i pristanima (napajanje plovila, ležarina, smeštaj itd.). Turisti najčešće koriste proizvod zbog: relaksacije u plovidbi sopstvenim ili iznajmljenim plovnim sredstvima, obilaska kulturnih znamenitosti i prirodnih lepota, odmora na plovilima, sportske aktivnosti na vodi (jedrenje), zabave na jahtama i brodovima (ship party). U poslednje vreme sve češće se poslovni sastanci (MICE) održavaju na manjim brodovima i jahtama.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Kroz područje „Donjeg Podunavlja“ protiče Dunav, najatraktivnija reka u Evropi za razvoj nautičkog turizma. Konkurentsku prednost u odnosu na druge destinacije na Dunavu predstavlja činjenica da je Dunav u području Donjeg Podunavlja posebno atraktivan zbog prirodnog okruženja koje pruža poseban ugođaj panoramskog doživljaja. Pored toga Dunav je najširi i najuži na svom toku baš na području „Donjeg Podunavlja“. Područje je posebno atraktivno za jedriličare zbog specifičnog ukrštanja vetrova. U području postoje značajne kulturne vrednosti (potiču iz doba neolita, rimskog doba, srednjeg veka), specifičan etno karakter i prirodne atrakcije što predstavlja značajan potencijal za zaustavljanje kruzera i jahti u cilju jednodnevnog ili dvodnevnog obilaska.
- **Trenutno stanje proizvoda.** Potencijal za razvoj nautičkog turizma je neiskorišćen. Relativno mali broj kruzera i jahti se zaustavlja u „Donjem Podunavlju“ (u 2006. godini 7 kruzera i oko 20 jahti). Iznajmljivanje plovila (čarting) u marinama i pristanima ne postoji. Najrazvijeniji oblik nautike u području je jedrenje (godišnji broj jedriličara oko 700) koje se uglavnom oslanja na domaće tržište i slabo je komercijalizovano na inostranom tržištu.

Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

NAUTIKA
<p><b>Turistička infrastruktura i atrakcije:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• projekat adaptacije/izgradnje minimalno 3 marine (Veliko Gradište, Donji Milanovac i Kladovo) u prvoj fazi razvoja. Pojedinačni kapaciteti marina treba da budu minimalno 100 vodenih i 50 kopnenih vezova. Model izgradnje marina mora uvažavati savremene standarde - osvetljenje, lak prilaz, visoka bezbednost, nautička signalizacija i sl. Marine moraju sadržati kompleksne usluge za nautičare – napajanje vodom, strujom, neposredna vezanost za smeštajne kapacitete, servis plovila itd. Marine moraju biti osposobljene za prihvatanje velikih kruzera što podrazumeva postojanje velikih izlaznih platformi i sl.;</li> <li>• projekat izgradnje/adptacije minimalno 6 pristana na atraktivnim lokacijama. Predlaže se izgradnja pristana u: (1) Golupcu koji bi bio posebno prilagođen segmentu jedriličara, (2) Lepenskom Viru, (3) Porečkom Zalivu, (4) u Tekiji (5) Mihajlovcu i (6) kod Golubačkog Grada. Minimalni kapaciteti svakog pristana treba da budu 15 vezova i 10 bova;</li> <li>• osnivanje škole jedrenja u Golupcu u okviru koje bi postojala i mogućnost iznajmljivanja opreme;</li> <li>• formiranje prve nautičke charter kompanije u području za biznis baržama i motornim plovnim sredstvima koja bi opsluživala sve marine i pristane u području;</li> <li>• sistem integralnog turističkog označavanja za nautičare (Dunav);</li> <li>• sistem turističkog označavanja prirodnih i kulturnih atraktivnosti za nautičare (Gvozdena kapija, Trajanova tabla i sl.); i</li> <li>• integralni sistem informacija za nautičare u marinama i pristanima.</li> </ul>
<p><b>Smeštajni kapaciteti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• oslonac na postojeće i planirane smeštajne kapacitete, plus smeštaj u marinama; i</li> <li>• adaptacija jedriličarskog kampa u Golupcu.</li> </ul>
<p><b>Ostalo/Napomena:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• reč je o projektu od pet do sedam godina za koji je inicijativa već započeta u Velikom Gradištu i delom i u ostalim gradovima; i</li> <li>• projekat treba da postane deo celovitog turističkog nautičkog kompleksa Dunava u cilju formiranja integrisane ponude zbog adekvatnije mogućnosti internacionalne komercijalizacije.</li> </ul>

## 1.2.2. Kratki odmori

U ukupnom svetskom turističkom prometu kratki odmori dobijaju sve značajniju ulogu.

- **Aktuelni trendovi.** Kraći odmori od 3 do 5 dana (a u nekim slučajevima se računa i do 7 dana) koji su usmereni prema gradskim centrima, resort centrima, jezerima i sl. dobijaju sve više na značaju. Rast kratkih odmora se povećava po stopi iznad 10% (WTO), a oni su obično treći ili četvrti odmor turistima u toku godine. Kratki odmori se najčešće realizuju u toku vikenda (često produženi vikend) i praznika. U skladu sa trendom veliki broj turistički razvijenih zemalja ulaže intenzivne napore u razvoj ponude kraćih odmora. Usled trenda globalizacije sve intenzivniji rast beleži i oblik kratkih odmora povezan sa *posetama prijateljima i rodbini (visits to friends & relatives)* koje, takođe, najčešće traju od 3 do 5 dana.
- **Potencijal tržišta.** U Evropi se u letnjim mesecima ostvaruje više od 350 miliona dolazaka. Države koje ne baziraju svoj turizam na toplim morima prosečno godišnje ostvaruju više od 70 miliona noćenja po osnovu dolaska turista zbog kraćih odmora. Značajan potencijal proizvoda se ogleda i u očekivanju da će odmori pored kontinentalnih voda, na planinama i u gradovima trajati sve duže što će uticati na rast turističkog prometa (prema WTO do 2020. godine se očekuje prosečna dužina boravka turista više od 7 dana). Prema iskustvima evropskih zemalja turistički proizvod se relativno brzo uključuje i komercijalizuje na tržištu.
- **Zahtevi potrošača.** Turisti koji koriste kraće odmore vreme u toku odmora provode u: šetnji, odsedanju u restoranima i zabavnim klubovima, bavljenju sportom, obilasku kulturno-istorijskih znamenitosti i prirodnih atrakcija, posmatranju etno scenografije i sl. Turisti koji koriste odmore zbog posete prijateljima i rodbini najveći deo vremena provode u susretu sa prijateljima, obilasku kulturno - istorijskih spomenika, upoznavanju sa tradicijom i folklorom područja, kao i razgledanju prirode.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** „Donje Podunavlje“ je atraktivno za razvoj kraćih odmora usled povoljnih prirodnih i antropogenih karakteristika (Dunav, Srebrno Jezero, atraktivno prirodno okruženje, vinska tradicija, gradski centri, panoramski atraktivna prirodna sredina i sl) i blizine značajnih emitivnih centara u Srbiji (Vojvodina, Beograd i drugi veći gradovi). U „Donjem Podunavlju“ postoji mogućnost razvijanja kraćih odmora kroz posete rodbini i prijateljima usled činjenice da veliki deo stanovništva koje potiče iz „Donjeg Podunavlja“ živi ili se nalazi na privremenom radu u evropskim zemljama.
- **Trenutno stanje proizvoda.** Procenjuje se da se po osnovu kraćih odmora godišnje realizuje oko 20.000 noćenja što je skromno s obzirom na potencijal područja i aktuelne trendove na turističkom tržištu. Kraći odmori se uglavnom realizuju u toku letnjih meseci u gradovima, kamp i vikend naseljima pored Dunava i Srebrnog Jezera. Postoji i oblik kraćih odmora kroz posete rodbini i prijateljima gde dominiraju turisti iz inostranih zemalja.



Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

KRATKI ODMORI
<p><b>Turistička infrastruktura i atrakcije:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• korišćenje potencijala <i>gradova</i> (Veliko Gradište, Golubac, Donji Milanovac, Kladovo i Negotin) za razvoj kraćih odmora. Stvaranje lanca vrednosti bi podrazumevalo: <ul style="list-style-type: none"> <li>- projekat uređenja centralnih gradskih jezgara (“stare gradske čaršije”);</li> <li>- projekat uređenja šetališta pored Dunava sa noćnim osvetljenjem;</li> <li>- uređenje gradskih plaža;</li> <li>- ponuda autentične gastronomske ponude;</li> <li>- kreiranje zabave, reklaksacije i opuštanja (“relax and fun”) (wellness centri, kafići i diskoteke);</li> <li>- podizanje kvaliteta usluga u postojećim gradskim hotelima (Golubački Grad, Lepenski Vir, Đerdap) – renoviranje i adaptacija hotela i podizanje nivoa kategorizacije;</li> <li>- oslanjanje na postojeće i kreiranje novih autentičnih manifestacija sa unapred utvrđenim komuniciranim kalendarom održavanja;</li> <li>- povezivanje sa proizvodima specijalnih interesovanja definisanih za područje;</li> <li>- povezivanje sa nautičkim turističkim proizvodom – mogućnost čarter iznajmljivanja plovnih sredstava, grupne vožnje brodićem i organizovanje zabave na brodovima; i</li> <li>- povezivanje sa proizvodom kružnih tura – kreiranje programa obilaska kulturno – istorijskog nasleđa i prirodnih atrakтивности u području - drumskim i vodenim prevozom.</li> </ul> </li> <li>• izgradnja ekskluzivnog <b>vinskog resorta</b> u Negotinskim pivnicama. Vinski resort treba da sadrži lanac visoke vrednosti koji bi se sastojao od: terena za rekreativno bavljanje sportovima (golf i sl.), vinskog i standardnog velnes centra, posmatranja i uživanja u proizvodnji i degustaciji autentičnih sorti vina i dr</li> </ul>
<p><b>Smeštajni kapaciteti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• izgradnja smeštajnih kapaciteta u okviru vinskog resorta – minimalno 2 manja hotela sa ukupno 200 ležaja, izgradnja vila i apartmana;</li> <li>• izgradnja novih i podizanje nivoa postojećih smeštajnih kapaciteta na viši nivo.</li> </ul>
<p><b>Ostalo/Napomena:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• podrazumeva se značajna uloga lokalne turističke organizacije u planiranju destinacijskog razvoja (destination management);</li> <li>• veći deo investicija oko uređenja gradskih centara podrazumeva javno finansiranje;</li> <li>• podrazumeva se državna intervencija oko zaštite pivnica od devastacije (Zavod za zaštitu kulturnih spomenika) i stimulisanja razvoja vinogradarstva (nadležnost Ministarstva poljoprivrede); i</li> <li>• definisani lanac vrednosti je atraktivan i za razvoj dužih odmora posebno u vinskom resortu.</li> </ul>

### 1.2.3. Odmori

Odmori predstavljaju najznačajniji turistički proizvod u svetskom i evropskom turizmu. Preko 50% svetskog turističkog prometa se realizuje po osnovu odmora. Odmori na jezerima, planinama i pored reka postaju sve značajniji u svetskom turizmu. U području „Donjeg Podunavlja“ postoje povoljni prirodni uslovi za razvoj odmora na jezeru (Srebrno Jezero) i pored Dunava.

- **Aktuelni trendovi.** Kod proizvoda odmora se u poslednjim godinama beleže promene tako da odmori koji su usmereni prema jezerima i rekama dobijaju na sve većem značaju i rastu po stopi oko 8% (WTO). Odmori pored kontinentalnih voda više nisu isključivo vezani za letnje godišnje doba već, usled obogaćivanja sadržaja boravka (mogućnost bavljenja sportom, posmatranje prirode, ribolov, događaji, zabava, mogućnost za održavanje MICE-a, velnes u okviru hotela itd.), postaju i mesta odmora tokom cele godine. Jezera i reke postaju posebno atraktivna mesta za odmore u vreme praznika i vikend odmore tokom cele godine.
- **Potencijal tržišta.** U Evropi se u toku letnjih meseci realizuje više od 350 miliona dolazaka, od čega više od 70 miliona u kontinentalnom delu (planine, reke i jezera). U budućnosti se predviđa povećanje turističkog prometa na jezerima i u resort centrima pored reka usled očekivanog povećanja broja dolazaka, produženja dužine boravka (očekuje se da će 2020. odmori prosečno trajati više od 8 dana) i sve češćeg korišćenja odmora tokom cele godine, a ne samo u toku letnjih meseci. Prema iskustvima evropskih zemalja proizvod se relativno brzo uključuje i komercijalizuje na tržištu.
- **Zahtevi potrošača.** U poslednjim godinama menja se percepcija odmora u smislu da turisti sve više teže za aktivnim odmorom na čistom vazduhu u atraktivnom prirodnom okruženju. Turisti sve češće odlaze na odmor pored jezera i reka i u toku odmora najveći deo vremena provode u aktivnostima na otvorenom: sportske aktivnosti, šetnja, velnes, nautika, ekstremni sportovi na vodi, panoramsko razgledanje, obilazak kulturno-istorijskih znamenitosti i prirodnih atrakcija, posmatranje etno scenografije, istraživanje flore i faune i sl. Postojanje sadržaja zabave (kafići, disko klubovi, akva centri/parkovi i sl.) utiču na povećanje dužine boravka turista i produženje turističke sezone.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Deo teritorije područja se nalazi pod vodenim površinama (Dunav i Srebrno Jezero). Širina i dubina Dunava, karakteristike jezera, pristupačne plaže, atraktivno prirodno okruženje, vinarska tradicija u Negotinskoj Krajini pružaju šansu za razvoj odmora.
- **Trenutno stanje proizvoda.** U području „Donjeg Podunavlja“ deo registrovanog turističkog prometa (oko 16.500 noćenja) se ostvaruje po osnovu odmora. Procenjuje se da je promet nešto veći s obzirom na postojanje turističkih dolazaka u privatnim vikendicama što se ne registruje. Na osnovu izvršene analize se može zaključiti da proizvod odmora nije u dovoljnoj meri komercijalizovan na tržištu Srbije, a posebno ne na inostranom tržištu na šta ukazuje skroman apsolutni broj evidentiranih dolazaka inostranih turista. Najveći deo prometa po osnovu ovog proizvoda se ostvaruje na Srebrnom Jezeru.
- Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećim tabelama<sup>20</sup>:

<sup>20</sup> U cilju sistematičnijeg i preglednijeg predstavljanja, smernice razvoja proizvoda *odmora na jezeru i odmora na Dunavu* su date odvojeno.

## ODMOR NA JEZERU

## Turistička infrastruktura i atrakcije:

- Razvoj Srebrnog Jezera u savremen turistički centar. Srebrno Jezero treba da postane centar za veći broj segmentata turista tako da je, pored neophodnosti poboljšanja kvaliteta postojećih ugostiteljskih usluga, potrebno i formiranje celovitog lanca što bi podrazumevalo:
  - projekat uređivanja kupališta na jezeru - izmulljivanje jezera i uređenje plaža (posipanje finim peskom, izgradnja tuš kabina i sl.);
  - uređenje staza za šetnju pored jezera koje pružaju mogućnost obilaska okoline u blizini jezera (minimalna dužina 7 km, minimalno 4 km sa noćnim osvetljenjem);
  - projekat izgradnje sistema biciklističkih staza koje bi se koristile i za vožnju skejt bordera i rolera (minimalna dužina 15 km). Staze treba da povezuju prirodne i kulturne atrakcije u blizini jezera;
  - uređenje staza zdravlja i staza za džoging (minimalna dužina 7 km);
  - projekat izgradnje kompleksa rekreativnih sportskih terena – odbojka na pesku, tenis, mali fudbal, mini golf i sl.;
  - projekat izgradnje jednog akva centra sa bazenima i drugim rekreativnim i zabavnim sadržajem;
  - projekat izgradnje žičare za skijanje na vodi;
  - kreiranje sadržaja sportova na vodi – vožnja pedolina, vožnja skutera na vodi, kanu, kajak i sl.;
  - projekat izgradnje minimalno dva centra zabave – (1) *moderni centar* u okviru koga bi postojali - kafe barovi, restorani, noćni klubovi, diskoteke, trgovine i sl. i (2) *etno selo* sa specifičnim uređenjem (nacionalna kuća, vodenica i sl.) sa ugostiteljskim, trgovinskim i zanatskim sadržajem;
  - uvođenje aktivnosti velnesa u postojećem i planiranim hotelima u cilju poboljšanja kvaliteta boravka;
  - oslanjanje na postojeće i kreiranje novih autentičnih manifestacija sa unapred utvrđenim komuniciranim kalendarom održavanja;
  - povezivanje sa proizvodima specijalnog interesovanja – posmatranje ptica , ekstremni sportovi na vodi itd.;
  - povezivanje sa nautičkim turističkim proizvodom – mogućnost čarter iznajmljivanja plovni sredstava, grupne vožnje manjim brodovima i organizovanje zabave na brodovima;
  - povezivanje sa proizvodom kružnih tura – kreiranje programa obilaska kulturno – istorijskog nasleđa i prirodnih atraktivnosti u području drumskim i vodenim prevozom.

## Smeštajni kapaciteti:

- oslanjanje na postojeće kapacitete uz adaptaciju i podizanja kvaliteta usluga;
- izgradnja dva hotela - jedan sa 4\* minimalno 250 ležajeva i jedan sa 5\* i 300 ležajeva;
- izgradnja minimalno 120 vila i 100 apartmana;
- aktiviranje vikendica za komercijalno iznajmljivanje; i
- uređenje prostora u bližoj okolini jezera za kampovanje.

## Ostalo/napomena:

- pretpostavlja se spoj javnog i privatnog interesa u cilju izgradnje infrastrukture;
- pretpostavlja se saradnja vlasnika privatnih vikendica sa lokalnom TO i iznajmljivanje kapaciteta preko agencija;
- povezivanje sa proizvodima specijalnog interesovanja, nautike i kružnih tura treba da utiče na poboljšanje kvaliteta sadržaja boravka i rast atraktivnosti destinacije; i
- definisani lanac vrednosti je atraktivan i za razvoj kratkih vikend odmora i odmora u toku praznika.

## ODMORI PORED DUNAVA

### Turistička infrastruktura i atrakcije:

- projekat izgradnje odmorišnog i nautičkog centra u Porečkom zalivu sa širim lancem vrednosti:
  - uređene plaže uz mogućnost postojanja pijaće vode i tuševa;
  - kreiranje sadržaja za rekreaciju i relaksaciju (staze zdravlja, staze za šetnju, džoging staze, staze za vožnju biciklom sl.);
  - kreiranje sadržaja zabave – kafe klubovi, barovi i sl.;
  - gastronomska ponuda kvalitetnih ribljih specijaliteta i drugih jela;
  - povezivanje sa proizvodom nautike (čarter) i mogućnost dolaska plovnim sredstvima;
  - povezanost sa gradskim sadržajem u Velikom Gradištu, Donjem Milanovcu, Kladovu i Golupcu;
  - povezivanje sa proizvodima specijalnog interesovanja – proizvodi definisani za NP Đerdap, sportovima na vodi (veslanje, kajak, ribolov i sl.);
  - povezanost sa proizvodom kružnih tura - kreiranje programa obilaska kulturno – istorijskog nasleđa i prirodnih atrakтивности u području drumskim i vodenim prevozom.
- aktivnije uključivanje **postojećih vikend naselja** pored Dunava (Vinci i Brza Palanka) gde bi stvaranje lanca vrednosti podrazumevalo:
  - uređenje plaža sa postojanjem pijaće vode i tuševa;
  - uređenje pešačkih i biciklističkih staza koje bi pružile mogućnost rekreacije i panoramskog razgledanja okoline;
  - gastronomska ponuda sa ribljim specijalitetima (rečna riba, kotlić i sl.) kao i gastronomska ponuda karakteristična za lokalno područje;
  - organizovanje događaja na otvorenom za mlađu populaciju (npr. Žurka na plaži i sl.);
  - povezivanje sa proizvodom nautike (čarter i vožnja motonautičkim plovilima);
  - povezanost sa proizvodima specijalnog interesovanja (posebno sa sportovima na reci (veslanje, ribolov i sl.);
  - povezanost sa proizvodom kružnih tura - kreiranje programa obilaska kulturno – istorijskog nasleđa i prirodnih atrakcija u području drumskim i vodenim prevozom.;

### Smeštajni kapaciteti:

- izgradnja u Porečkom zalivu minimalno 30 apartmana (120 ležaja) i minimalno 20 vila (120 ležaja);
- aktiviranje minimalno 500 ležajeva (Vinci i Brza Palanka) u privatnim kućama i vikendicama za komercijalno iznajmljivanje; i
- označavanje i uređenje minimalno 2 prostora za kampovanje minimalnog kapaciteta po 100 kamp mesta.

### Ostalo/Napomena:

- tržišni oslonac proizvoda odmora u naseljima Vinci i Brza Palanka je pre svega domaće tržište;
- pretpostavlja se saradnja vlasnika privatnih kuća i vikendica sa lokalnim TO i spremnost za iznajmljivanje kapaciteta;
- naselje Porečki Zaliv treba biti neposredno povezano sa nautičkim proizvodom tako da je potrebna izgradnja pristana ili marine, što je definisano u okviru proizvoda nautika; i
- definisani lanac vrednosti je atraktivan i za razvoj kratkih vikend odmora i odmora u toku praznika.



### 1.2.4. Specijalni interesi

Specijalni interesi predstavljaju turističke proizvode sa značajnim potencijalom rasta koji najčešće postoje u ekološki očuvanoj prirodnoj i panoramski atraktivnoj sredini koja ima egzotični i u određenoj meri divlji karakter.

- **Aktuelni trendovi.** U Evropi segment turista specijalnog interesovanja dobija na sve većem značaju. Stope rasta tražnje za proizvodima specijalnih interesovanja imaju visoke vrednosti i kreću se između 10% i 15% (WTO). U Srbiji se povećava broj turista specijalnog interesovanja po prosečnoj stopi od oko 5%. U ponudama velikih turoperatera se svake godine povećava broj programa turizma specijalnog interesovanja. U Nemačkim časopisima publikovanim iz oblasti turizma naglašava se intenzivno povećanje tražnje za eko turizmom.
- **Potencijal tržišta.** Današnje Evropsko tržište specijalnog interesovanja procenjuje se na nešto više od 2.000.000 turista godišnje. Prema predviđanju očekuje se da će 2020. godine tržište u Evropi imati vrednost od oko 10.000.000 dolazaka. U 2005. godini je na turizam specijalnih interesovanja potrošeno u Severnoj Americi više od 80 milijardi dolara. Ekološki parkovi u Keniji, Poljskoj, Aljasci ostvaruju godišnje prihode i do 20 miliona dolara sa tendencijom povećanja što ukazuje na značajne potencijale proizvoda. Veliki broj evropskih država (najznačajnije su Norveška i Poljska), ali i zemalja Afrike i Južne Amerike, sve intenzivnije napore ulažu u poslednje vreme u razvoj ekoloških parkova sa očuvanom životnom sredinom. O potencijalu eko turizma govori i činjenica da zbog aktuelnih turističkih trendova američka *Banka za razvoj* ocenjuje investicije u razvoj ekološkog turizma kao veoma isplative.
- **Zahtevi potrošača.** Turisti koji preferiraju eko turizam i turizam specijalnih interesovanja nisu zahtevni u smislu kvaliteta smeštaja i luksuznosti usluge. Njihove želje su usmerene ka težnji za specifičnim adrenalinskim doživljajem u prirodnom i ekološki očuvanom ambijentu, za šta je neophodno postojanje adekvatne infrastrukture za bavljenje ekstremnim sportovima uz adekvatne uslove bezbednosti, ili doživljajem mira u prirodnom i divljem svetu.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Potencijali područja se mogu oceniti kao izuzetno povoljni. Nacionalni park „Đerdap“ sa svojim karakteristikama je pogodan za razvoj eko turizma i drugih vidova turizma specijalnih interesovanja (lov, planinski biciklizam, road safari i sl.). Dunav i Srebrno Jezero pružaju mogućnost za razvoj sportova na vodi (surfing, kanu, skijanje na vodi, sportski ribolov i sl.). Takođe, Vratna koja se nalazi u blizini Negotina i okolina Srebrnog Jezera pružaju mogućnost razvoja foto safarija, posmatranja i istraživanja flore i faune. Značajna je i činjenica da duž celog područja prolazi evropski biciklistički koridor koji pruža šansu za razvoj biciklizma.
- **Trenutno stanje proizvoda.** Turizam specijalnih interesovanja je slabo razvijen. Najznačajniji oblici su sportski ribolov i lov. Pored lova i ribolova u manjoj meri su razvijeni: biciklizam, sportovi na vodi (kanu i kajak) i istraživanje biljnog i životinjskog sveta.

Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

## SPECIJALNI INTERESI

### Turistička infrastruktura i atrakcije:

- eko turizam i turizam specijalnih aktivnosti u okviru **Nacionalnog parka Đerdap**. Kreiranje lanca vrednosti bi podrazumevalo:
  - regulaciju ulaza i kretanja kroz NP u cilju očuvanja ekološke sredine. Predlaže se da primarni ulazi u park budu kod Golubačke Tvrđave i Dijana-Karatas na teritoriji opštine Kladovo. Pored primarnih predlažu se i dva sekundarna ulaza: (1) na predloženom panoramskom putu kod manastira Nimnik (proveriti) i (2) južni ulaz kod sela Topolnica;
  - uspostavljanje kontrole ulaska na primarnim i sekundarnim ulazima u park, postavljanje info pultova o sadržaju aktivnosti i atrakcijama parka, informacije o kućnom redu u parku i ostale informacije koje mogu biti potrebne posetiocima parka. Na centralnim ulazima treba da se nalazi snek bar i kafe bar;
  - osavremenjavanje interpretativnog centra (vizitorskog centra) Nacionalnog parka u Donjem Milanovcu. U okviru centra treba da postoji izložbeni prostor, kafe bar, prodavnica suvenira, kao i deo u koji bi služio za skladištenje i iznajmljivanje opreme za planinarenje, bavljenje brdskim biciklizmom (mountain bike), rendžeri i sl.;
  - označavanje minimalno dva panoramska puta kroz nacionalni park minimalne dužine 40 km;
  - uređivanje staza za šetnju kroz deo parka u kome je dozvoljeno samostalno kretanje sa klupama za odmor na vidikovcima i atraktivnim delovima parka, dužine minimalno 20 km;
  - sistem biciklističkih staza unutar dela parka u kome je dozvoljeno samostalno kretanje. Staze treba da pružaju iskustvo posebnog panoramskog doživljaja. Minimalna dužina staza 40 km sa jasno uspostavljenom vezom/ama s Evropskim biciklističkim koridorom;
  - sistem staza za aktivnosti u prirodi – džoging, vežbanje i sl.;
  - projekat izgradnje staze za *road safari* u atraktivnom panoramskom okruženju;
  - projekat izgradnje staze za brdski biciklizam (minimalna dužina staze 40 km);
  - posebno označeno područje za orijentaciju u prirodi minimalne veličine 60 hektara;
  - označavanje vidikovaca za panoramsko razgledanje i povezivanje sa stazama za šetnju i biciklističkim stazama;
  - posebno dizajnirani vidikovci i osmatračnice za posmatranje i slikanje ptica i drugog životinjskog sveta (minimalno 10 punktova);
  - označavanje posebnog dela unutar NP koji pruža mogućnost opservacije i istraživanja flore (arboretumi,...);
  - uspostavljanje jednog jahačkog centra za specijalne panoramske jahačke ture kroz rezervat;
  - jedinstveni sistem informisanja u parku: označavanje mesta za bacanje otpada, pružanja informacija o zaštiti od požara, informacije o kućnom redu rezervata i dr.; i
  - jedinstveni sistem označavanja, tretiranja krutog i tekućeg otpada, zaštite od požara, informacije o kućnom redu rezervata i dr.
- **Kreiranje celovite ponude područja za razvoj sportskog ribolova:**
  - projekat izgradnje i revitalizacije ribarskih sela ( u posmatranom periodu Tekija, a nakon toga i Brnjica) koja imaju ribarsku tradiciju i delimično razvijenu infrastrukturu. U okviru sela moraju postojati platforme za ribolov (minimalno po 3), mali muzeji ribarstva, škole ribolova, mogućnosti kupovine i iznajmljivanja opreme za ribolov, usluge vodičke službe, minimalno jedan riblji restoran, mogućnosti kupovine ribe u sezoni i prostori gde se mogu održavati riblovačka takmičenja i manifestacije. U Tekiji, koja treba da se orijentiše prema visokom turizmu, potrebna je izgradnja šireg lanca vrednosti koji bi se sastojao od: rekreativnih staza, zabavnog sadržaja, povezivanja sa nautičkim proizvodom itd.;

<ul style="list-style-type: none"> <li>- označavanje pored jezera i na Dunavu minimalno 20 organizovanih ribolovačkih platformi i minimalno 3 piknik prostora u kojima bi postojala mogućnost organizovanja ribarskih manifestacija (minimalno 5 platformi u okviru NP, minimalno 4 na Srebrnom Jezeru, minimalno po 2 u blizini naselja Porečki zaliv, Vinci, Brza Palanka);</li> <li>• posebno označeno i kontrolisano <i>lovno</i> područje (najmanje 200 do 300 hektara) sa postavljenim čekama;</li> <li>• označavanje panoramskog puta u blizini Negotina koji bi prolazio kroz ruralne i vinogradarske predele;</li> <li>• prilazi i osmatračnice koje pružaju mogućnost posmatranja ptica i foto safarija na Adi Čibukliji;</li> <li>• biciklistička signalizacija na evropskom biciklističkom koridoru- Euro velo 6;</li> <li>• osposobljavanje prerasti u Vratni za razvoj planinarenja i speleologije, kao i prilaza i osmatračnica za razvoj foto safarija;</li> <li>• izgradnja dva paraglajding centra, jedan u blizini jezera, drugi u okviru NP Đerdap uz postojanje škole paraglajdinga i mogućnosti rentiranja opreme. Povezano sa paraglajdingom potrebno je kreirati ponudu letenja balonom;</li> <li>• izgradnja žičane infrastrukture na Srebrnom jezeru za skijanje na vodi;</li> <li>• organizovanje centra na Srebrnom jezeru za bavljenje sportovima na vodi (kanu,ajak) u okviru koga bi postojala: škola kajaka i kanua, kao i mogućnost skladištenja, iznajmljivanja i održavanja opreme; i</li> <li>• izgradnja staza za šetnju, panoramsko razgledanje i džoging, biciklističkih staza, infrastrukture za bavljenje sportovima na vodi, skijanje na vodi i drugih aktivnosti pored Srebrnog Jezera i naselja na Dunavu (Porečki zaliv, Vinci, Brza Palanka) i dr. (Napomena: detaljnije karakteristike infrastrukture su navedene u okviru smernica za razvoj proizvoda odmora i kratkih odmora s obzirom da predstavljaju integralni sadržaj boravka).</li> </ul>
<p><b>Smeštajni kapaciteti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• oslanjanje na postojeće i planirane kapacitete i kamp zone u području;</li> <li>• izgradnja bar jednog kamp prostora sa kapacitetom od minimalno 100 kamp mesta u slobodnoj zoni NP;</li> <li>• izgradnja oko 200 ležaja (apartmani i vile) u ribarskom selu Tekija; i</li> <li>• oslanjanje na postojeće kapacitete u NP.</li> </ul>
<p><b>Ostalo/Napomena:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• pretpostavlja se da dizajniranje i turističko opremanje šireg prostora NP Đerdap predstavlja nacionalni projekat;</li> <li>• pretpostavljaju se značajne javne investicije u izgradnju infrastrukture;</li> <li>• podrazumeva se razvoj privatnog biznisa organizatora aktivnosti specijalnih interesovanja kao i novih specijalnih aktivnosti;</li> <li>• proizvod treba da ima značajan uticaj na druge proizvode – MICE, odmori, nautika kroz kreiranje dodatne vrednosti koja bi uticla na rast atraktivnosti područja i rast tražnje; i</li> <li>• NP park treba da postane ključna karika u razvoju eko turizma i turizma specijalnog interesovanja u području.</li> </ul>

### 1.2.5. Kružne ture

Kružne ture predstavljaju turistički proizvod koji se prevashodno bazira na obilasku područja (država, regija, gradova) sa željom za upoznavanjem kulturno-istorijskog nasleđa, životnog stila ljudi, prirodnih lepota, specifične scenografije i sl. Problematiku vezanu za kružne ture detaljno obrađuje i Master plan koji interpretira starorimsko nasleđe na potezu od Viminaciuma preko Kladova i Gamzigrada pa do Niša, a koji se radi paralelno sa Master planom za «Donje Podunavlje».

- **Aktuelni trendovi** Kružne ture beleže visoke stope rasta u poslednjim godinama koje se kreću oko 10% (WTO) što je iznad stope rasta svetskog turizma. Broj lokacija koje turisti posećuju povećava se svake godine. Najznačajniji segment turista koji koristi proizvod su turisti starosnog doba između 45 i 60 godina sa tendencijom povećanja učešća mladih generacija usled buđenja svesti i želja za upoznavanjem prošlosti, različitih kultura i geomorfoloških karakteristika različitih područja i sl. Broj atrakcija koje turisti obilaze takođe se povećava. Najznačajnije atrakcije koje turisti obilaze su: kulturno – istorijski spomenici i lokaliteti, verski objekti, muzeji, vojne istorijske atrakcije, muzički festivali, mesta boravka i/ili rođenja znamenitih ličnosti, autentične arhitektonske građevine, prirodne atrakcije, vinarije i sl.
- **Potencijal tržišta.** U Evropi ukupan broj turista koji putuju isključivo zbog obilaska kulturno – istorijskih znamenitosti i prirodnih lepota procenjuje se na oko 10 miliona godišnje. Broj korisnika proizvoda je znatno veći usled činjenice da veliki broj turista koji dolaze zbog odmora, MICE-a, nautike i manifestacija, koristi i kružne ture. Shodno tome, kružne ture značajno utiču na rast ukupne tražnje za određenim turističkim regijama (destinacijama).
- **Zahtevi potrošača.** Stepem zadovoljstva potrošača meri se jačinom impresije doživljene u toku obilaska lokaliteta. Na potpuno zadovoljstvo (total satisfaction) utiču zbirne impresije nakon obilaska određene destinacije ili područja. Empirijskim istraživanjem je utvrđeno da način interpretacije kulturno – istorijskog nasleđa ili drugih atrakcija ima veoma značajan uticaj na stepen impresije turista. Pored korisnika koji obilaze isključivo jedan tip atrakcija (npr. kulturno-istorijski spomenici u jednoj ili više regija) veliki je broj turista koji preferiraju da u toku kružnih tura obiđu različite tipove atrakcija u istom području u cilju sticanja celovite slike. Najčešći oblici kružnih tura su: ture užitka, ture scenografije, istraživačke ture, egzotične ture i kruzinge.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Pogodnost za razvoj proizvoda se ogleda u činjenici da je područje bogato kulturno-istorijskim nasleđem koje datira iz različitih perioda, počev od ranog neolita (Lepenski Vir), preko rimskih i srednjevekovnih tvrđava i spomenika. Autentični folklor područja, prirodne lepote i scenografija NP i vinarska tradicija područja takođe predstavljaju značajnu atraktivnost za razvoj proizvoda.
- **Trenutno stanje proizvoda.** Danas se po osnovu kružnih tura ostvaruje veliki deo turističkog prometa u „Donjem Podunavlju“, više od 28% od ukupnog broja noćenja. Takođe, veliki deo turista koji dolaze zbog odmora, poslovnih putovanja + MICE i sportskih priprema koristi i ovaj proizvod.



Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

<b>KRUŽNE TURE</b>	
<b>Turistička infrastruktura i atrakcije:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oslonac na ukupnu turističku infrastrukturu i atrakcije područja „Donjeg Podunavlja“;</li> <li>• izgradnja modernog vizitor centra sa širim sadržajem u okviru Golubačke Tvrđave koji bi predstavljao interpretativni centar svih atrakcija u području „Donjeg Podunavlja“;</li> <li>• izgradnja modernog interpretativnog centra u Lepenskom Viru prilagođenom za različite namene;</li> <li>• izgradnja/adaptacija/modernizacija interpretativnih centara na drugim atrakcijama (Fetislam, Diana, Hidroelektana Đerdap itd.);</li> <li>• uređenje „starih gradskih čaršija“ u gradovima u „Donjem Podunavlju“ na način da odslikavaju etno karakter i istoriju gradova;</li> <li>• izrada verodostojne kopije Trajanove table na obali Dunava, uz adekvatnu interpretaciju;</li> <li>• postavka gradskih muzeja i galerija na način da odslikavaju duh, etno karakter, folklor i kulturno nasleđe kraja. U cilju podizanja atraktivnosti neophodno je povezivanje muzeja i galerija u jedinstvenu celinu sa kompletnom ponudom koja bi celovito odslikavala karakter područja; revitalizacija pivnica u Negotinskoj krajini koje bi pružile mogućnost užitka u degustaciji autentičnih sorti vina, posmatranja/učestvovanja u procesu proizvodnje vina i posmatranja specifične arhitekture pivnica;</li> <li>• prilagođavanje načina interpretacije savremenim trendovima na način da posetioци budu interaktivno uključeni u programe;</li> <li>• zaštita kulturno-istorijskih spomenika od devastacije i kreiranje programa poseta u skladu sa održivim konceptom razvoja;</li> <li>• ponuda autentičnih suvenira za svaku atrakciju koja se obilazi i pisanih brošura o atrakciji na engleskom i srpskom jeziku;</li> <li>• kreiranje integralnih programa obilaska svih atrakcija u području, kao i programa tematskih tura (rimске tvrđave, srednjevekovne tvrđave, prirodne lepote, muzeji);</li> <li>• postavljanje turističke signalizacije prema atrakcijama;</li> <li>• biciklistička signalizacija na evropskom biciklističkom koridoru i izgradnja sistema povezanih staza koje bi vodile do prirodnih atrakcija, kulturno – istorijskih lokaliteta i centralnih gradskih područja što bi omogućilo organizovanje biciklističkih tura;</li> <li>• mogućnost adekvatnog prilaza pešačkim stazama uz adekvatne sisteme signalizacije;</li> <li>• izgradnja parking prostora i mogućnosti što bližeg prilaza za autobuse i putničke automobile;</li> <li>• organizovanje događaja (Mokranjčevi dani, događaji na Lepenskom viru, dani kulture i sl.) koje su povezane sa atrakcijama područja sa unapred određenim i komuniciranim datumom održavanja.</li> </ul>
<b>Smeštajni kapaciteti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oslonac na postojeće i planirane smeštajne kapacitete.</li> </ul>
<b>Ostalo/Napomena:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• značaj proizvoda se ogleda u tome što predstavlja i dodatni sadržaj za posetioce koji primarno dolaze zbog drugih proizvoda (MICE-a, nautike, odmora i turizma specijalnih interesovanja) i na taj način utiče na rast atraktivnosti celog područja;</li> <li>• oslonac su: <ul style="list-style-type: none"> <li>- eko ture koje se odnose na posetu i interpretaciju prirodnih atrakcija u području gde je poseban akcenat na NP „Đerdap“; i</li> <li>- kulturno-istorijske ture koje se baziraju na posetama kulturno - istorijskim atrakcijama.</li> </ul> </li> <li>• očekivani rast kružnih tura u području povezan je sa: <ul style="list-style-type: none"> <li>- internacionalnim projektom <i>Zeleni Pojas Evrope</i>;</li> <li>- rastom broja kružing putovanja Dunavom; i</li> <li>- projektom <i>Put rimskih careva</i> za koji se trenutno vrši izrada master plana.</li> </ul> </li> </ul>

## 1.2.6. Sport

Noćenja ostvarena po osnovu boravka sportista predstavljaju značajan deo turističkog prometa u „Donjem Podunavlju“. Apsolutni broj noćenja, posebno potrošnja po danu boravka se može znatno povećati u budućnosti. Područje se može specijalizovati u ponudi visokog kvaliteta sportskih priprema domaćim i inostranim sportskim ekipama reprezentativnog nivoa i visokog ranga takmičenja.

- **Aktuelni trendovi** Prema proceni ukupan broj noćenja sportista u Srbiji godišnje se povećava po stopi od 2.5%. Sve veći broj sportskih ekipa u Evropi i Srbiji odlazi na pripreme pred sezonu sportskih takmičenja izvan matičnog mesta boravka. Ekipe iz viših rangova takmičenja pripreme obično obavljaju u inostranstvu, dok ekipe u nižim rangovima takmičenja koriste destinacije unutar nacionalnih okvira.
- **Potencijal tržišta.** Prema proceni Sportskog Saveza Srbije godišnje se ostvari oko 350.000 noćenja u Srbiji po osnovu priprema domaćih sportskih ekipa. Oko 35.000 noćenja finansira Sportski Savez Srbije sportskim podmlacima i sportskim ekipama sa slabijim budžetom, dok ostatak sportska društva finansiraju iz sopstvenih budžeta. U Srbiji se mali deo turističkog prometa ostvaruje po osnovu boravka inostranih sportista. Uz adekvatnu adaptaciju infrastrukture i formulisanja marketing strategije realne su osnove za povećanje broja pansiona domaćih, ali u određenoj meri i inostranih sportista.
- **Zahtevi potrošača.** Sportske ekipe biraju destinacije koje imaju adekvatne sportske terene i prateću infrastrukturu neophodnu za realizaciju priprema – savremeno opremljene teretane i staze i drugu infrastrukturu neophodnu za kondicione pripreme. Zahtevi sportista su specifični u pogledu režima ishrane gde se traži postojanje strukture obroka u skladu sa fizičkim naporima i nutricionistički propisanim sastavom namirnica. Za adekvatnu realizaciju priprema neophodni su i adekvatno opremljeni medicinski centri u kojima postoje uslovi za realizaciju priprema (masaža i zdravstvene kontrole sportista) i mogućnost za sanaciju eventualnih povreda.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Potencijal za razvoj proizvoda se ogleda u činjenici da postoje izgrađeni infrastrukturni kapaciteti za pripremu sportista i aktuelnom tržišnom trendu da se sve veći broj priprema sportskih ekipa obavlja izvan velikih gradskih centara.
- **Trenutno stanje proizvoda.** Nešto manje od 30% (više od 51.000 noćenja) od ukupno turističkog prometa u području se ostvaruje po osnovu boravka sportista što ukazuje na razvijenost proizvoda. Ekipe koje dolaze zbog priprema su domaće ekipe iz nižih rangova takmičenja ili omladinske ekipe sa nižim budžetima. Stoga je neophodno podizanje nivoa kvaliteta proizvoda čime bi se povećao broj dolazaka ekipa reprezentativnog nivoa, ekipa iz viših rangova takmičenja i inostranih sportskih ekipa i na taj način povećao prihod ostvaren po osnovu ovog proizvoda.

Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

<b>SPORT</b>	
<b>Turistička infrastruktura:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• projekat izgradnje dva vodena sportska centra u širem prostoru Donjeg Podunavlja;</li> <li>• adaptacija sportskih terena i druge sportske infrastrukture (kondicionih staza, teretane, medicinskog centra i sl.) u okviru sportskog kampa Karataš i izvan kampa u širem gradskom području Kladova;</li> <li>• modernizacija sportsko- dijagnostičkog centra Kladovo;</li> <li>• izgradnja nove sportske hale i sportsko dijagnostičkog centra u Donjem Milanovcu.</li> </ul>
<b>Smeštajni kapaciteti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• adaptacija smeštajnih kapaciteta u sportskom kampu Karataš;</li> <li>• oslonac na postojeće i predložene smeštajne kapacitete u Kladovu i Donjem Milanovcu;</li> </ul>
<b>Ostalo/Napomena:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sport kao turistički proizvod ovde se prvenstveno posmatra kroz sadržaje pripreme sportista i organizovanje sportskih takmičenja gde se Kladovo može specijalizovati za pružanje usluga priprema sportista. Donji Milanovac koji je poznat centar za pripremu fudbalskih ekipa (nekada je ostvarivan promet po osnovu priprema inostranih fudbalskih klubova viših rangova takmičenja) može takođe računati na deo prometa po osnovu ovog proizvoda;</li> <li>• na kratak rok, uz adekvatnu adaptaciju kapaciteta i kreiranje visokog lanca vrednosti i adekvatan sistem marketinga može se povećati broj ekipa iz viših rangova takmičenja i inostranih ekipa što bi se značajno odrazilo na rast prihoda; i</li> <li>• za razvoj <i>rekreativnog sporta</i> oslonac je na sportskoj infrastrukturi i smeštajnim kapacitetima definisanim u okviru proizvoda odmora i kraćih odmora.</li> </ul>

### 1.2.7. Poslovni turizam + MICE

Putovanja iz poslovnih razloga svrstavaju se u turistički proizvod poslovni turizam (klasična poslovna putovanja) + MICE (stimulativna putovanja, seminari, kongresi, konvencije, treninzi i obuka, korporativni sastanci, izložbe, sajmovi itd.).

- **Aktuelni trendovi.** Turistički proizvod beleži visoku stopu rasta oko 6% godišnje, uz tendenciju povećanja potrošnje po danu boravka turista koja je trenutno za 40% viša u odnosu na prosek. Centri izvan velikih gradova koji su razvili/razvijaju proizvod MICE-a beleže stopu rasta broja učesnika od oko 10%.
- **Potencijal tržišta.** Prema prognozama WTO u 2013. godini očekuje se prihod po osnovu poslovnih putovanja + MICE u svetskom turizmu od 330 milijardi dolara, što je 60% više u odnosu na 2006. godinu.
- **Zahtevi potrošača.** Korisnici proizvoda najčešće odsedaju u brendiranim i luksuznim hotelima koji imaju konferencijske sale opremljene telekomunikacionim mrežama (brza internet mreža) i tehnikom neophodnom za realizaciju MICE-a (projektori, platna, ventilaciju i sl.). Sve češći su zahtevi korisnika da se MICE održava izvan velikih poslovnih centara u mirnoj i ekološki očuvanoj sredini,

uz mogućnost provođenja slobodnog vremena u bavljanju fizičkim aktivnostima i obilasku područja. U poslednjim godinama 32% seminara, kongresa, kompanijskih susreta i sl. u Evropi održava se izvan velikih gradskih centara, obično u mestima gde već postoji razvijen turistički sadržaj.

- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Pogodnost za razvoj proizvoda se ogleda u činjenici da raste tražnja za MICE–om izvan velikih gradova i poslovnih centara. Povezivanje proizvoda sa NP Đerdap, kompleksom pivnica, kružnim turama, doživaljajima na Dunavu i Srebrnom Jezeru bi predstavljalo značajnu konkurentsku prednost područja i potencijal za razvoj ovog proizvoda.
- **Trenutno stanje proizvoda.** Broj individualnih poslovnih putovanja u apsolutnom iznosu je skroman što je posledica stepena razvijenosti privrede i stanja turističkog lanca vrednosti u „Donjem Podunavlju“. Relativno učešće MICE-a je oko 15% u ukupno ostvarenom prometu u području. MICE se realizuje u hotelskim objektima u obliku kongresa, seminara, kompanijskih obuka i stimulativnih putovanja. Učesnici MICE–a su uglavnom domaći rezidenti (preko 95%) što ukazuje na neophodnost intenzivnije komercijalizacije proizvoda na inostranom tržištu. Potencijal proizvoda je nedovoljno iskorišćen i na nacionalnom tržištu.

Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

MICE + POSLOVNA PUTOVANJA	
<b>Turistička infrastruktura i atrakcije:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prilagođavanje ponude postojećih hotela aktuelnoj tražnji za MICE-om (adekvatni konferencijski centri, opremljenost sala potrebnom tehnologijom i sl.);</li> <li>• uključivanje sadržaja prilagođenog potrebama za održavanjem MICE–a u hotelima koji će se graditi u području "Donjeg Podunavlja";</li> <li>• izgradnja modernog konferencijskog centara u okviru vinskog resort centra;</li> <li>• sve ostalo kao kod proizvoda odmora i kratkih odmora s obzirom na trend da se MICE održava u mestima gde postoji razvijena turistička infrastruktura.</li> </ul>
<b>Smeštajni kapaciteti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oslanjanje na planirane i postojeće hotelske kapacitete.</li> </ul>
<b>Ostalo/Napomena:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jak oslonac ovog proizvoda je u programu NP, kružnim turama, nautike, sadržaju boravka u gradovima i vinskom resortu kao i dodatnim atrakcijama za MICE programe (team building);</li> <li>• pretpostavlja se profesionalna izgradnja hardware-a i profesionalan marketing i menadžment fokusiran prema segmentu MICE turizma;</li> <li>• pretpostavlja se adekvatna osposobljenost kadrova za pružanje usluga MICE-a;</li> <li>• investicije u dodatne sadržaje su iste kao i za proizvode odmora i kratkih odmora.</li> </ul>

### 1.2.8. Ruralni turizam

Ruralni turizam predstavlja proizvod za čiji razvoj postoje adekvatni antropogeni i geomorfološki uslovi u ruralnim predelima područja.

- **Aktuelni trendovi.** Stopa rasta tražnje za ruralnim turističkim proizvodom u Evropi ima prosečnu vrednost oko 6% godišnje (WTO). Sadržaj boravka turista u ruralnim područjima se sve više obogaćuje što ima za rezultat tendenciju rasta dužine boravka turista. Obogaćivanje sadržaja podrazumeva kreiranje proizvoda koji na jednom mestu nudi: (1) širok spektar ruralnog iskustva kao bazičnog dela proizvoda (upoznavanje ruralnog duha, scenografije i arhitekture, mogućnost učestvovanja u radu u seoskim domaćinstvima, upoznavanje etno nasleđa i sl) i (2) širok spektar dodatnog sadržaja – vožnje biciklom, lov, ribolov, šetnje, jahanje i sl. Sve češće organizovane grupe turista odlaze u sela zbog različitih grupnih aktivnosti (održavanje seminara ili kongresa, organizovano bavljenje umetnošću i sl.)
- **Potencijal tržišta.** Najznačajniji deo svetskog tržišta ruralnog turizma je Evropa koja čini više od 85% od ukupnog svetskog tržišta. U evropskim zemljama najveći deo prometa se ostvaruje po osnovu dolazaka domaćih turista (u 2006. godini oko 80%) sa tendencijom smanjenja u korist inostranih dolazaka. Prosečan broj noćenja po registrovanom domaćinstvu u Srbiji je oko 500 godišnje sa tendencijom rasta. Najveći broj gostiju iz Srbije proizvod koristi kao dodatak odmoru na moru, planini ili poseti rodbini. U ruralnom području sve češće odsedaju organizovane grupe lekara, prosvetnih radnika, likovnih kolonija i sl. Veliki gradovi Beograd, Novi Sad i drugi u kojima urbani način života postaje sve dominantiji su najznačajniji emitivni centri.
- **Zahtevi potrošača.** Proizvod se najčešće koristi zbog odmora u ruralnom području koje pruža mogućnost upoznavanja ruralnog duha, ruralne kulture i aktivno provođenje slobodnog vremena (ribolov, šetnja, vožnja biciklom i sl). Dominantni zahtevi turista su: *živo prisustvo ruralnog duha, ruralne scenografije i pejzaža, karakteristična gastronomska ponuda, živopisni životni stil kao i mogućnost posmatranja ili učestvovanja u seoskim radnim aktivnostima.* Značajan kriterijum prilikom opredeljivanja turista za konkretno ruralno područje je postojanje infrastrukture koja pruža mogućnost aktivnog provođenja vremena: staze za jahanje, staze za vožnju biciklom, uređene staze za šetnju, platforme za ribolov i sl. Korišćenje ruralnog turističkog proizvoda je najčešće treći ili četvrti odmor u godini.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Na teritoriji područja u Negotinskoj Krajini postoji veći broj autentičnih sela koja se nalaze u atraktivnom prirodnom okruženju. Proizvod je moguće povezati sa proizvodima specijalnih interesovanja, MICE–m i kružnim turama u cilju povećanja atraktivnosti.
- **Trenutno stanje proizvoda** U području postoji oko 140 registrovanih domaćinstava koja su zainteresovana za razvoj seoskog turizma u opštinama Negotin i Majdanpek sa nerazvijenom ponudom, ali i tražnjom. Proizvod se marketinški posmatrano nalazi u start up poziciji.



Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

<b>RURALNI TURIZAM</b>	
<b>Turistička infrastruktura i atrakcije:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oslonac na širu turističku infrastrukturu destinacije „Donje Podunavlje“;</li> <li>• autentična gastronomska i scenografska ponuda koja omogućava jedinstven doživljaj iskustva prostora, odmaranja, rekreacije i uživanja;</li> <li>• baziranje proizvoda na ponudi autentičnih domaćih vina visokog kvaliteta i uživanje u vinskim gostionama u ruralnom području;</li> <li>• povezanost proizvoda sa proizvodima specijalnog interesovanja – vožnja biciklom, šetnja uz panoramsko razgledanje i sl.;</li> <li>• povezanost sa proizvodom kružnih tura - kreiranje programa obilaska kulturno – istorijskog nasleđa i prirodnih atrakтивности u području drumskim i vodenim prevozom uz programe interpretacije;</li> <li>• oslonac na lokalne manifestacije i svečanosti.</li> </ul>
<b>Smeštajni kapaciteti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oslonac na registrovana domaćinstva za bavljenje ruralnim turizmom, pre svega u opštini Negotin uz povećanje kvaliteta smeštaja i standardizacije usluga.</li> </ul>
<b>Ostalo/Napomena:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• razvoj proizvoda se pretpostavlja kao trogodišnji projekat koji bi podrazumevao razvijanje sadržaja boravka, standardizaciju usluga i obuku kadrova.</li> </ul>

### 1.2.9. Događaji

Događaji ili manifestacije su turistički proizvod koji turisti koriste zbog učestvovanja ili posmatranja nekog organizovanog skupa/svečanosti/programa. Osnovni tipovi događaja su: kulturne proslave (festivali, parade, verske manifestacije itd), umetnost i zabava (koncerti, dodela nagrada i sl.), ekonomija i trgovina (sajmovi, kompanijske proslave i sl.), sportska takmičenja, obrazovanje i nauka (interpretativni događaji i sl.), politika i država (inauguracije, VIP posete i sl.).

- **Aktuelni trendovi.** Procenjuje se da broj posetilaca događaja u Evropi svake godine raste po stopi od 5.5% (WTO). Događaji imaju značajnu ulogu u promociji destinacija u smislu da turisti koji dolaze zbog nekog događaja često se vraćaju u destinaciju zbog korišćenja drugih proizvoda što utiče na rast ukupne tražnje. Procena je da se 80 % posetilaca vraća sa porodicom ili prijateljima.
- **Potencijal tržišta.** Događaji postaju sve značajniji turistički proizvod u svetu. Svake godine se povećava: (1) broj događaja koji imaju veći broj posetilaca od jednog miliona i (2) ukupan broj turista koji putuju zbog događaja. Zbog kompleksnosti kvantitativnog obuhvata broja posetilaca ne postoji podatak o ukupnom broju posetilaca događaja. Pojedinačne evidencije o ostvarenim prihodima u toku događaja ukazuju na značajan potencijal proizvoda (Oktobar fest – 955 miliona evra, Edinburški festival 135 miliona). U Srbiji su Sabor trubača u Guči i EXIT (broj dolazaka preko 150.000) primeri koji ukazuju na potencijal proizvoda.

- **Zahtevi potrošača.** Najznačajniji element privlačenja turista je specifično iskustvo koje nudi učestvovanje ili posmatranje događaja. Posetioci događaja su segmenti potrošača od 18 do 65 godina. Turisti se prosečno zadržavaju od 3 do 5 dana i u toku posete preferiraju: sadržajan noćni život, autentičnu i kvalitetnu gastronomsku ponudu, kupovinu suvenira i drugih proizvoda, obilazak atrakcija i sl.
- **Potencijal „Donjeg Podunavlja“.** Pogodnost za razvoj proizvoda se ogleda u činjenici da raste tražnja za kvalitetnim događajima na Evropskom i domaćem tržištu. Područje ima razvijenu tradiciju u organizovanju različitih događaja koji su poznati na nacionalnom nivou (državno prvenstvo u jedrenju, zlatna bućka, vašar u Negotinu itd.). Postoji veliki broj događaja koji su lokalnog karaktera i koji uz obogaćivanje sadržaja i adekvatnu promociju mogu dobiti širi tržišni karakter.
- **Trenutno stanje proizvoda** Broj noćenja koji se ostvaruje po osnovu događaja je skroman i kreće se oko 5.000 godišnje što ukazuje na slabu komercijalizaciju na domaćem i inostranom tržištu. Samo šest događaja imaju nacionalni karakter.

Smernice za budući razvoj proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su predstavljene u sledećoj tabeli:

DOGAĐAJI	
<b>Turističke atrakcije:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oslonac na širu turističku infrastrukturu „Donjeg Podunavlja“;</li> <li>• organizovanje takmičenja: sportskih (ekipni sportovi, jedrenje, kanu i dr.), ribolovačkih (lov soma bućkom, i sl.), kulturnih (takmičenja u narodnim igrama, plesovima i sl.), biciklističkih (takmičenje u brdskom biciklizmu) itd.;</li> <li>• organizovanje kulturnih festivala koji mogu biti povezani sa kulturnim atrakcijama područja (muzički festival na dan rođenja Stevana Mokranjca, dani neolita u Lepenskom Viru itd.);</li> <li>• organizovanje zabavnih događaja u mestima koja se pozicioniraju kao mesta zabave (Kladovo i Veliko Gradište);</li> <li>• organizovanje događaja baziranih sa vinskoj tradiciji područja (dani vina u Negotinu i vinskom resortu);</li> <li>• obogaćivanje sadržaja postojećih događaja i lokalnih manifestacija i jače promocione aktivnosti na domaćem i inostranom tržištu; i</li> <li>• organizovanje događaja koji su podrška proizvodima iz portfolija (npr. lokalne seoske manifestacije kao podrška ruralnom turizmu, muzički koncerti u toku praznika i sl.);</li> </ul>
<b>Smeštajni kapaciteti:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• oslonac na postojeće i planirane smeštajne kapacitete.;</li> </ul>
<b>Ostalo/Napomena:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• u cilju stvaranja atraktivnih događaja potrebno je obogaćivanje svakog događaja dodatnim sadržajima (vatromet, širi spektar zabavnog sadržaja, obraćanje poznatih ličnosti i sl.).</li> </ul>

## 2. KONCEPT UPOTREBE PROSTORA

Koncept turističke upotrebe prostora treba da pruži odgovore na načine korišćenja jednog turističkog prostora s ciljem ostvarivanja ekonomske dobiti, ali i stvaranja jasne veze između sklopa doživljaja sa jedne, i strukture turističkih atrakcija, sadržaja i usluga sa druge strane.

Već je istaknuto da područje „Donje Podunavlje“ obiluje raznovrsnim turističkim atrakcijama, počev od Nacionalnog parka „Đerdap“ i njegovih sadržaja, bogatstva Dunava i Đerdapskog jezera do brojnih kulturno-istorijskih spomenika. Kroz viziju, „Donje Podunavlje“ je pozicionirano kao ekskluzivna destinacija, bazirana na lancu visokih vrednosti. Međutim, da bi se takva vizija mogla realizovati, osim određivanja centralnog identiteta područja, neophodno je čitavo područje bliže strukturirati kroz različite iskustvene karaktere. Taj proces izveden je iz detaljne analize turističkih atrakcija i infrastrukture, analize planske dokumentacije i intervjuja obavljenih sa ključnim interesnim subjektima. Tako koncept turističke upotrebe prostora postaje polazište za sva dalja planiranja turističkog razvoja čitavog područja.

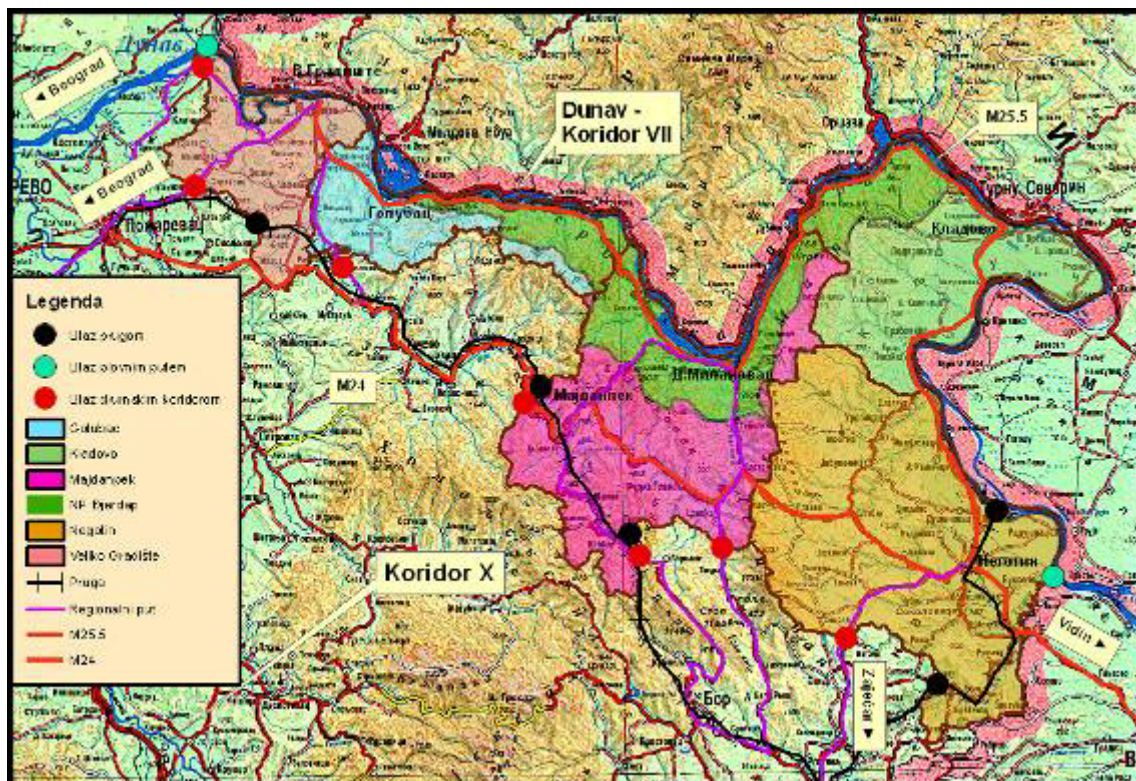
Okosnicu turističke ponude „Donjeg Podunavlja“ predstavlja Dunav i Nacionalni park „Đerdap“. Nakon detaljne analize sadržaja i predloženog portfolia proizvoda, izdvojeno je pet karaktera kao osnove za strukturiranje područja, od kojih svaka zona ima svoje posebne razvojno-investicione zahteve:

- **Prostranstvo Dunava i ulaz u svet izobilja Dunava – Veliko Gradište sa predloženim Dunavskim resortom i uređenom obalom, koja postaje žila kucavica ulaznog dela Dunava i doživljaja Nacionalnog parka (odmor, nautika, aktivnosti na vodi, MICE, rekreacija, wellness, proizvodi specijalnih interesa);**
- **Romantika i mirnoća dunavske obale – Golubac kao mirno i romantično mesto sa uređenom obalom sve do Golubačke tvrđave koja postaje moderan turistički punkt, dajući tako jedan širi kontekst destinaciji (odmor, nautika, aktivnosti na vodi, proizvodi specijalnih interesa);**
- **Srce Đerdapa oličeno kroz sadržaje i ponudu Donjeg Milanovca i Porečkog zaliva (nautika, odmori, aktivnosti na vodi, MICE, wellness/spa), kao i smeštajnog punkta u Lepenskom Viru, sa posebnim naglaskom na sadržaje Nacionalnog parka Đerdap (proizvodi specijalnih interesa);**
- **Živost i dinamičnost – celokupan prostor Kladova obuhvata sadržaje sporta i zabave sa uređenom vodenom frontom duž čitavog naselja (nautika, odmori, MICE, sport i rekreacija u Karatašu, zabava), i kontrapunktom tom karakteru u vidu ribarskog sela Tekije; i**
- **Ruralno – vinska pastorala Negotinske krajine (jedinственe pivnice i vinski resort, odmor i uživanje u pastoralnom ambijentu, aktivnosti i rekreacija, ruralni turizam).**

Čitav prostor „Donjeg Podunavlja“ premrežen je drumskim saobraćajnicama i panoramskim i ambijentalnim putevima, sa okosnicom saobraćaja na Dunavu i Đerdapskoj magistrali, kao i drugom turističkom infrastrukturom izgrađenom tako da čitavom prostoru daje jedinstveno iskustvo.

Predlog turističke upotrebe prostora „Donje Podunavlje“ dat je kroz sledeće kartografske priloge :

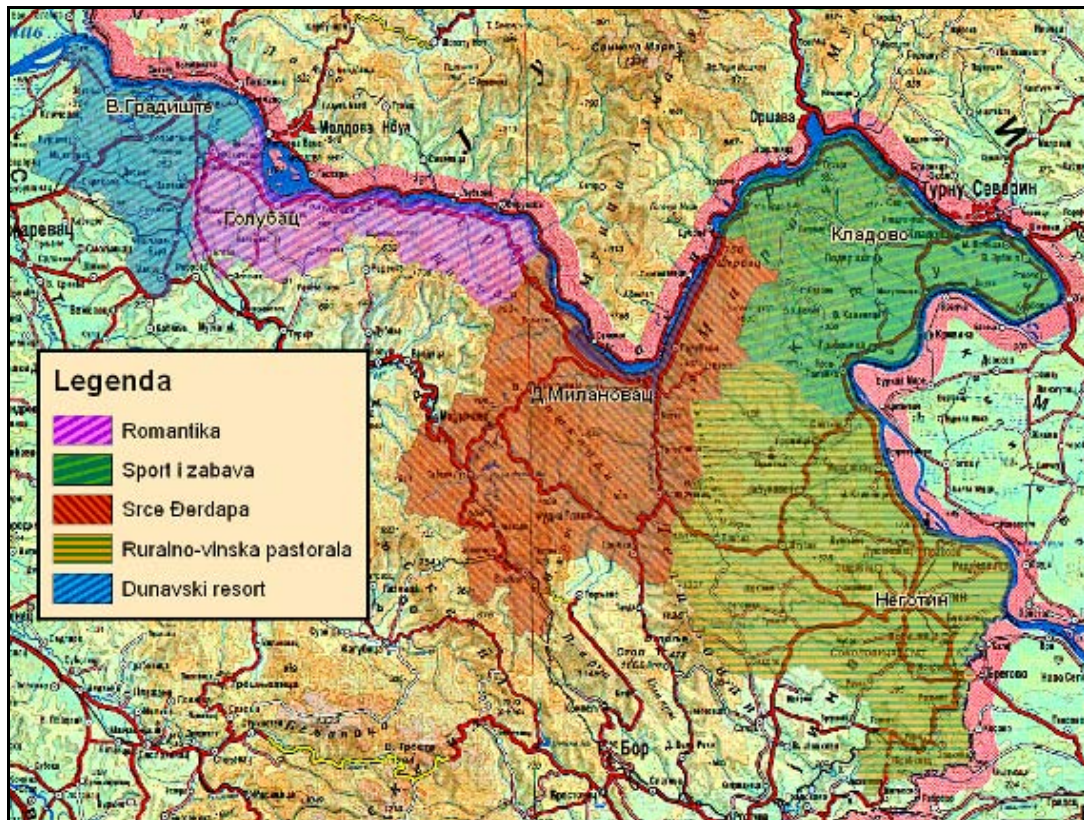
**Karta 19:** Saobraćajna povezanost područja „Donje Podunavlje“



Izvor: Obrada na preglednotopografskoj karti 1:500000, digitalni format, VGI, Beograd.

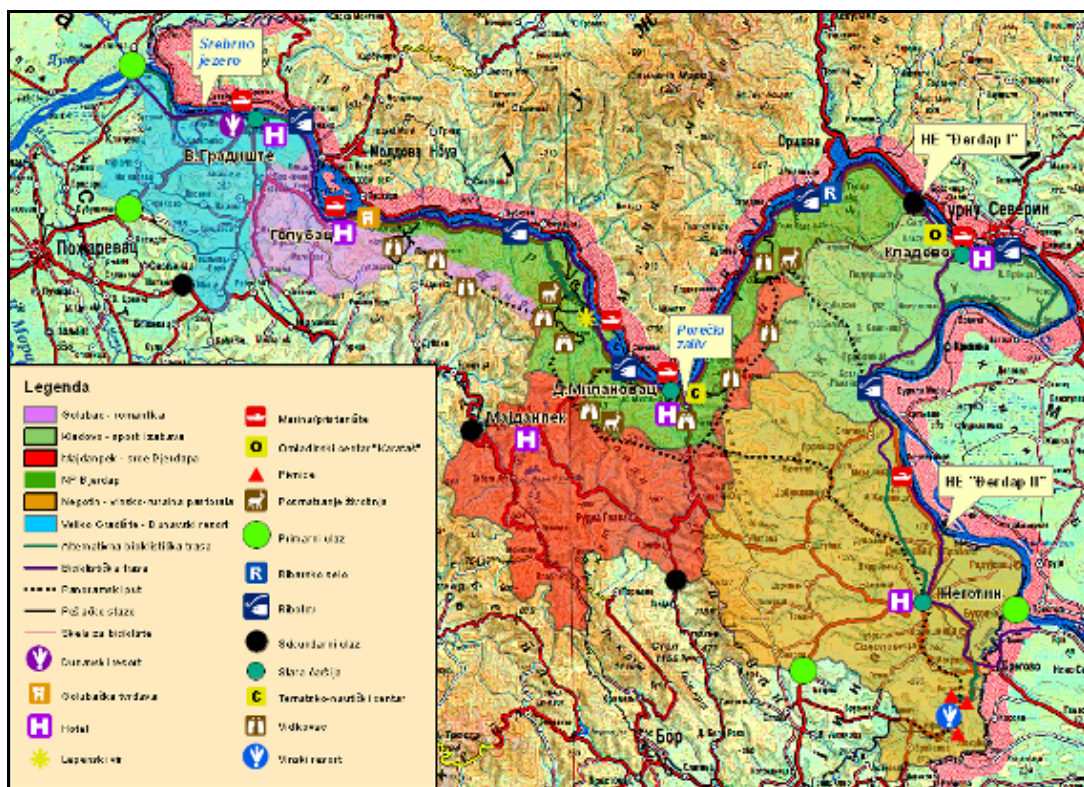


Karta 20: Iskustvena područja „Donjeg Podunavlja“



Izvor: Obrada na preglednotopografskoj karti 1:500000, digitalni format, VGI, Beograd.

Karta 21: Celovita turistička upotreba prostora „Donjeg Podunavlja“



Izvor: Obrada na preglednotopografskoj karti 1:500000, digitalni format, VGI, Beograd.



### 3. MODEL RASTA

#### 3.1. Okviri rasta

Model rasta turističkog prometa destinacije „Donje Podunavlje“ dat je i izveden na osnovu predložene vizije, strateških uporišta, kao i na osnovu temeljne situacione i tržišne analize, razgovora sa potencijalnim investitorima i ostalim interesnim subjektima. Pored toga, u razmatranje su uzete do sada predložene i donete strategije razvoja turizma, pojedinačni investicioni i idejni projekti, kao i komparativne prednosti i značajni potencijali ove destinacije.

Zbog svojih značajnih i očuvanih prirodnih osobenosti, geomorfoloških, hidroloških, naučnih, kulturnih, estetskih i turističkih vrednosti, ovo područje se ubraja i svrstava u područja prirodnih i kulturnih vrednosti nacionalnog i međunarodnog značaja. Međutim, „Donje Podunavlje“ nije turistički razvijena destinacija i nije na odgovarajući način pozicionirana na turističkom tržištu, uprkos činjenici da poseduje brojne komparativne prednosti u turizmu: opšta prepoznatljivost regiona Đerdapa (Iron Gate) i Dunava u zemlji i inostranstvu, očuvani prirodni resursi, značajni spomenici kulture, srazmerno dobre komunikacije i ljudski potencijal. U kontrastu sa bogatim i raznovrsnim prirodnim i kulturno istorijskim resursima, ocenjuje se da je postojeća turistička ponuda nezadovoljavajuća. Dosadašnji razvoj turizma na ovom području, u celini posmatrano, zasnivao se uglavnom na ponudi nezadovoljavajućeg kvaliteta smeštajnih hotelskih kapaciteta i pratećih izgrađenih turističko rekreativnih sadržaja u gradskim centrima. Turistički resursi ove dunavske destinacije, van gradskih centara i neposrednog okruženja i mogućnosti koje pruža Dunav, a posebno samo područje Nacionalnog parka „Đerdap“, su vrlo malo korišćeni kao mogućnost za razvoj različitih oblika turizma. Isto tako, izgrađenih turističkih objekata odgovarajućeg kvaliteta i komercijalnog tipa nije bilo, kao i drugih potrebnih objekata za turiste koji bi doprineli turističkoj valorizaciji raspoloživih potencijala.

Izvesno je, dakle, da je reč o novoj, neotkrivenoj i atraktivnoj turističkoj destinaciji na Dunavu, u okviru koridora VII, kojoj predstoji razvoj sopstvenih turističkih proizvoda povezanih u turistički lanac novih vrednosti. Očekuje se da će se na osnovu ovog Master plana otpočeti i izgraditi odgovarajući konkurentski standardi, kao i unaprediti postojeći sa formiranjem novih proizvoda za lokalno i regionalno tržište (odmori, nautika, posebna interesovanja, MICE, sport, turing i dr.). To podrazumeva i sprovođenje odgovarajućeg marketinga ove destinacije, koji će u kratkom roku od par godina značajno podići promet u ovoj turističkoj destinaciji. Trenutno stanje razvoja turizma u ovoj destinaciji nije odraz realnih mogućnosti, s obzirom na tržišna ograničenja turizma Srbije u proteklih dvadesetak godina, jer se sigurno može ostvariti mnogo više dolazaka i noćenja. Destinacija „Donje Podunavlje“ bi trebalo svoj rast da zasniva, delimično na unapređenju i komercijalizaciji poststojećih proizvoda i aktivnosti, ali mnogo više na njihovoj diversifikaciji i ponudi novih sadržaja turistima koji se uklapaju u svetske turističke trendove. Samo na taj način će doći do višestrukog povećanja turističkog prometa.

„Donje Podunavlje“ je destinacija koja ima jedan veliki magnet za turiste, a to je Nacionalni park „Đerdap“. Pored toga, ima značajnu kulturnu baštinu, potencijal za nautiku i odmore za domaće i šire regionalno tržište. Zavisno i od uspešnosti procesa inegracije Srbije u Evropsku Uniju kada se očekuje i liberalizacija međugraničnih

nautičkih kretanja, kao i snažan međugranični promet „Donjeg Podunavlja“, pre svega Dunavom, očekuje se i ulazak većih internacionalnih investitora u ovo područje.

Opšta ekonomska kretanja u Srbiji su značajan faktor prilikom kreiranja modela rasta. Pozitivne prognoze o rastu srpske privrede i povećanju GDP per capita koji bi do 2012. mogao da dosegne 8000 USD će značajno uticati na povećanje turističke tražnje u Srbiji, kao i na njenu sofisticaciju i diversifikaciju. Područje „Donjeg Podunavlja“ i njegova vizija razvoja se odlično uklapaju u proces sofisticacije srpskih turista, a ovo se posebno odnosi na kratke odmone, nautiku odmone, turing, specijalna interesovanja, MICE i poslovni turizam.

### 3.2. Projekcije ključnih indikatora turističkog sektora do 2012. i 2020. godine

Na osnovu prethodno navedenih napomena, kao i na osnovu predloženog tržišnog pozicioniranja „Donjeg Podunavlja“ i razvoja turističkih proizvoda, predlaže se model rasta prema kome će destinacija „Donje Podunavlje“ ostvariti oko pola miliona noćenja u 2012.godini, a skoro milion noćenja u 2020. Navedeni rast će se ostvariti kroz realizaciju vizije, a jedan od glavnih preduslova za to je kreiranje adekvatne ponude smeštajnih kapaciteta. U daljem tekstu će biti prezentovane projekcija rasta turističkog prometa do 2012. i do 2020., kao i neophodni smeštajni kapaciteti za ostvarenje tog rasta.

#### PROJEKCIJA TURISTIČKIH KAPACITETA - SCENARIO RASTA

Donje Podunavlje	2006.				
	broj objekata	broj soba	broj ležaja	broj noćenja	zauzetost ležaja (%)
Hoteli 5 *					0,0%
Hoteli 4 *					0,0%
Hoteli 3 *	2	385	713	90.229	34,7%
Hoteli 2 *	3	185	531	41.081	21,2%
Hoteli 1 *					0,0%
nekategorisano	1	25	50	40	0,2%
<b>Hoteli ukupno</b>	<b>6</b>	<b>595</b>	<b>1.294</b>	<b>131.350</b>	<b>27,8%</b>
Moteli	1	5	10	97	2,7%
Hosteli					0,0%
Pansioni	4	45	127	11.588	25,0%
Vile					0,0%
Apartmani					0,0%
Etno selo					0,0%
Marina					0,0%
Kamp					0,0%
Privatni smeštaj	4	18	36	1.678	12,8%
Ostali smeštaj	4	170	475	34.314	19,8%
Ostali smeštaj ukupno	13	238	648	47.677	20,2%
<b>Ukupno</b>	<b>19</b>	<b>833</b>	<b>1.942</b>	<b>179.027</b>	<b>25,3%</b>

*Izvor:* Lokalne turističke institucije na području opština Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin.

## PROJEKCIJA TURISTIČKIH KAPACITETA - SCENARIO RASTA

Donje Podunavlje	2012.				
	broj objekata	broj soba	broj ležaja	broj noćenja	zauzetost ležaja (%)
Hoteli 5 *	2	299	540	78.840	40,0%
Hoteli 4 *	4	352	710	111.435	43,0%
Hoteli 3 *	5	266	560	91.980	45,0%
Hoteli 2 *					0,0%
Hoteli 1 *					0,0%
nekategorisano					0,0%
<b>Hoteli ukupno</b>	<b>11</b>	<b>917</b>	<b>1.810</b>	<b>282.255</b>	<b>42,7%</b>
Moteli	2	12	25	2.738	30,0%
Hosteli	1	110	360	39.420	30,0%
Pansioni	5	50	121	11.041	25,0%
Vile	70	245	490	35.770	20,0%
Apartmani	20	40	80	6.424	22,0%
Etno selo	1	16	64	7.008	30,0%
Marina	3	10	20	2.190	30,0%
Kamp	2	200	700	30.660	12,0%
Privatni smeštaj	150	450	1.000	76.650	21,0%
Ostali smeštaj					0,0%
<b>Ostali smeštaj ukupno</b>	<b>254</b>	<b>1.133</b>	<b>2.860</b>	<b>211.901</b>	<b>20,3%</b>
<b>Ukupno</b>	<b>265</b>	<b>2.050</b>	<b>4.670</b>	<b>494.155</b>	<b>29,0%</b>

U periodu do 2012. se može očekivati povećanje za oko 300.000 noćenja u odnosu na 2006., što se može videti u prethodnoj tabeli. Najveći rast turističkog prometa u periodu do 2012 godine očekuje se od rehabilitacije postojećih hotelskih kapaciteta, izgradnje novih objekata sa kojima se uvećavaju smeštajni kapaciteti, kao i od aktiviranja privatnih smeštajnih kapaciteta. Ukupan broj ležajeva prelazi 4.500 u 2012., što je povećanje od preko 100%.

Bitan dalji doprinos rastu turističkih noćenja će se ostvariti kroz izgradnju tematskog dunavskog resorta „Silver lake city“ u Velikom Gradištu, novog i modernog hotela „Akva star Danube“- Kladovo, tematskog kulturno istorijskog centra „Arheološki lokalitet Lepenski vir“ - Donji Milanovac, tematskog kulturno istorijskog centra „Golubački grad“ - Golubac, rehabilitacije postojećih hotelskih kapaciteta, a pre svega hotela „Lepenski vir“ u Donjem Milanovcu i hotela „Đerdap“ u Kladovu, kao najvećih postojećih hotela u regiji. Pored toga, treba naglasiti početak izgradnje vila i apartmana, koji će tek u periodu do 2020. doći do punog izražaja.

U sledećoj tabeli se daje prognoza rasta smeštajnih kapaciteta i ostvarenog turističkog prometa do 2020.

Donje Podunavlje	2020.				
	broj objekata	broj soba	broj ležaja	broj noćenja	zauzetost ležaja (%)
Hoteli 5 *	5	549	1.100	180.675	45,0%
Hoteli 4 *	4	352	710	116.618	45,0%
Hoteli 3 *	7	341	730	130.561	49,0%
Hoteli 2 *					
Hoteli 1 *					
nekategorisano					
<b>Hoteli ukupno</b>	<b>16</b>	<b>1.242</b>	<b>2.540</b>	<b>427.853</b>	<b>46,1%</b>
Moteli	4	30	60	7.227	33,0%
Hosteli	1	180	600	70.080	32,0%
Pansioni	10	100	250	25.550	28,0%
Vile	225	765	1.530	167.535	30,0%
Apartmani	200	370	740	81.030	30,0%
Etno selo	1	16	64	8.176	35,0%
Marina	3	15	30	2.519	23,0%
Kamp	4	400	1.400	76.650	15,0%
Privatni smeštaj	250	700	1.400	117.530	23,0%
Ostali smeštaj					
Ostali smeštaj ukupno	698	2.576	6.074	556.297	25,1%
<b>Ukupno</b>	<b>714</b>	<b>3.818</b>	<b>8.614</b>	<b>984.150</b>	<b>31,3%</b>

U periodu do 2020. godine najznačajnije promene u strukturi smeštajnih kapaciteta su uzrokovane izgradnjom hotela sa 5 zvezdica u Velikom Gradištu, kao i kreiranjem Vinskog resorta u okviru koga se nalaze 2 manja hotela i kompleks vila. Vile i apartmani dolaze do punog izražaja u periodu do 2020. i njihov udeo treba da se značajno poveća u strukturi ukupnih smeštajnih kapaciteta područja. Pored povećanja broja smeštajnih jedinica koje bi u 2020. trebalo da iznosi preko 8.500 ležajeva, treba istaći njihovo povećano korišćenje, tako da bi ukupan stepen korišćenja kapaciteta trebao da bude oko 31,3% (kod hotela iznosi 46,1%). Ukupan broj ostvarenih noćenja bi trebalo da bude više od 5 puta veći nego što je sada. Ono što posebno treba istaći je da će to biti drugačija struktura noćenja, s obzirom da se polazi od strategije visokih vrednosti, tako da će finansijski efekti ovog povećanja biti mnogo veći.



Na osnovu gore navedenih pretpostavki, struktura turističkog prometa u 2012. i 2020. prema pojedinim proizvodima bi trebalo okvirno da izgleda kao u sledećoj tabeli:

### STRUKTURA NOĆENJA PREMA PROIZVODIMA

Proizvodi	2006.	%	2012.		2020.	%
Specijalni interesi	8.000	4%	24.708	5%	59.049	6%
Nautika	1000	1%	24.708	5%	68.890	7%
Odmorišni turizam	16.500	9%	59.299	12%	157.464	16%
Ruralni turizam	0	0%	9.883	2%	29.524	3%
Kratki odmori	20.000	11%	108.714	22%	236.196	24%
MICE+poslovni turizam	22.300	12%	54.357	11%	118.098	12%
Turing	51.000	28%	113.656	23%	157.464	16%
Manifestacije	5.000	3%	4.942	1%	19.683	2%
Sport	51.700	29%	88.948	18%	108.256	11%
Wellness / spa	0	0%	0	0%	19.683	2%
Ostali dolasci	3.527	2%	4.942	1%	9.841	1%
<b>UKUPNO NOĆENJA</b>	<b>179.027</b>	<b>100%</b>	<b>494.155</b>	<b>100%</b>	<b>984.150</b>	<b>100%</b>

Kao što se može videti, u strukturi prometa će u 2020. dominirati kratki odmori sa 24%, a zatim odmori sa 17% i turing sa 16%. Navedene projekcije će se ostvariti samo ako se izgradi predviđena struktura smeštajnih kapaciteta, ali i ako se realizuju preporuke iz planova konkurentnosti i marketinga datih u ovom master planu.

### 3.3. Projekcije investicija u smeštajne kapacitete

Za ostvarenje gore pomenutih projekcija potrebne su značajne investicije u smeštajne kapacitete. Na osnovu strukture predviđenih smeštajnih kapaciteta, kao i lokacija gde se nalaze i njihove namene, može se dati okvirna vrednost potrebnih investicija za njihovu izgradnju, rekonstrukciju i privođenje nameni. Struktura navedenih investicija je data u sledećoj tabeli:

DONJE PODUNAVLJE	POSTOJEĆI OBJEKTI			NOVI OBJEKTI			UKUPNO		
	Broj soba	Investicija po sobi (EUR)	Procena iznosa ulaganja (EUR)	Broj soba	Investicija po sobi (EUR)	Procena iznosa ulaganja (EUR)	Broj soba	Investicija po sobi (EUR)	Procena iznosa ulaganja (EUR)
<b>SMEŠTAJNI OBJEKTI</b>									
Hoteli 5 *	250	45.000	11.250.000	299	90.000	26.910.000	549	69.508	38.160.000
Hoteli 4 *	208	30.000	6.240.000	130	60.000	7.800.000	338	41.538	14.040.000
Hoteli 3 *	225	20.000	4.500.000	116	40.000	4.640.000	341	26.804	9.140.000
Hoteli 2 *			0						
Hoteli 1 *			0						
nekategorisano			0						
<b>Hoteli ukupno</b>	<b>683</b>		<b>21.990.000</b>	<b>545</b>		<b>39.350.000</b>	<b>1.228</b>	<b>49.951</b>	<b>61.340.000</b>
Moteli	5	10.000	50.000	55	18.000	990.000	60	17.333	1.040.000
Hosteli	180	10.000	1.800.000			0	180	10.000	1.800.000
Pansioni	45	7.000	315.000	50	18.000	900.000	95	12.789	1.215.000
Vile			0	765	40.000	30.600.000	765	40.000	30.600.000
Apartmani			0	370	40.000	14.800.000	370	40.000	14.800.000
Etno selo			0	16	20.000	320.000	16	20.000	320.000
Marina			0	15	30.000	450.000	15	30.000	450.000
Kamp			0	600	5.000	3.000.000	600	5.000	3.000.000
Privatni smeštaj	600	4.000	2.400.000	100	10.000	1.000.000	700	4.857	3.400.000
Ostali smeštaj									
<b>Ostali smeštaj ukupno</b>	<b>830</b>		<b>4.565.000</b>	<b>1.971</b>		<b>52.060.000</b>	<b>2.801</b>	<b>20.216</b>	<b>56.625.000</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>1.513</b>		<b>26.555.000</b>	<b>2.516</b>		<b>91.410.000</b>	<b>4.029</b>		<b>117.965.000</b>
<b>OD TOGA NEKRETNINE ZA PRODAJU</b>									
Vile				765	40.000	30.600.000	765	40.000	30.600.000
Apartmani				370	40.000	14.800.000	370	40.000	14.800.000
<b>UKUPNO REAL ESTATE</b>				<b>1.135</b>		<b>45.400.000</b>	<b>1.135</b>		<b>45.400.000</b>

Kao što se može videti iz prethodne tabele, ukupna vrednost predloženih investicija u smeštajne kapacitete za „Donje Podunavlje“ je oko 118 miliona EUR. Od toga je predviđeno oko 60 miliona za izgradnju novih hotelskih kapaciteta i podizanje postojećih na viši nivo. Posebno je interesantna činjenica da se predviđa 45 miliona EUR investicija u vile i apartmane koji bi bili namenjeni tržištu nekretnina, ali po posebnim uslovima i uz obavezu vlasnika da ih turistički eksploatiše (sale and leaseback koncept).

### 3.4. Očekivani ukupni efekti

Ukoliko se ostvare predviđene investicije u smeštajne kapacitete i sprovede proces pozicioniranja destinacije, kao i aktivnosti koje treba da vode povećanju konkurentnosti područja i razvoju turističkih atrakcija, projektuje se sledeća struktura kapaciteta, turističkog prometa i njegovog finansijskog izraza, kao i zapošljavanja u turizmu „Donjeg Podunavlja“:

TRENUTNA SITUACIJA	
<b>SMEŠTAJ</b>	
<b>Broj soba</b>	<b>833</b>
<i>Od čega:</i>	
Hoteli 5 *	0
Hoteli 4 *	0
Hoteli 3 *	385
Hoteli 2 *	185
Hoteli 1 *	0
nekategorisano	25
<b>Hoteli ukupno</b>	<b>595</b>
Moteli	5
Hosteli	0
Pansioni	0
Vile	0
Apartmani	0
Etno selo	0
Marina	0
Kamp	0
Privatni smeštaj	18
Ostali smeštaj	170
<b>Ostali smeštaj ukupno</b>	<b>238</b>
<b>Broj ležajeva</b>	<b>1.942</b>
<b>NOĆENJA I DOLASCI</b>	
<b>Dolasci turista*</b>	<b>27.543</b>
<b>Noćenja turista*</b>	<b>179.027</b>
<b>UKUPNO TURIZAM DONJEG PODUNAVLJA</b>	
<b>Ukupni prihodi (EUR)</b>	<b>3.580.540</b>
<b>Broj direktno zaposlenih*</b>	<b>486</b>

*Napomena: Broj dolazaka je procenjen*

<b>SCENARIO 2012</b>	
<b>SMEŠTAJ</b>	
<b>Broj soba</b>	<b>2.050</b>
<i>Od čega:</i>	
Hoteli 5 *	299
Hoteli 4 *	352
Hoteli 3 *	266
Hoteli 2 *	0
Hoteli 1 *	0
nekategorisano	0
<b>Hoteli ukupno</b>	<b>917</b>
Moteli	12
Hosteli	110
Pansioni	50
Vile	245
Apartmenti	40
Etno selo	16
Marina	10
Kamp	200
Privatni smeštaj	450
Ostali smeštaj	0
<b>Ostali smeštaj ukupno</b>	<b>1.133</b>
<b>Broj ležajeva</b>	<b>4.670</b>
<b>NOĆENJA I DOLASCI</b>	
<b>Dolasci turista</b>	<b>98.831</b>
<b>Noćenja turista</b>	<b>494.155</b>
<b>UKUPNO TURIZAM DONJEG PODUNAVLJA</b>	
<b>Ukupni prihodi (EUR)</b>	<b>19.766.200</b>
<b>Broj direktno zaposlenih</b>	<b>1.060</b>



SCENARIO 2020	
SMEŠTAJ	
<b>Broj soba</b>	<b>3.818</b>
<i>Od čega:</i>	
Hoteli 5 *	549
Hoteli 4 *	352
Hoteli 3 *	341
Hoteli 2 *	0
Hoteli 1 *	0
nekategorisano	0
<b>Hoteli ukupno</b>	<b>1.242</b>
Moteli	30
Hosteli	180
Pansioni	100
Vile	765
Apartmenti	370
Etno selo	16
Marina	15
Kamp	400
Privatni smeštaj	700
Ostali smeštaj	0
<b>Ostali smeštaj ukupno</b>	<b>2.576</b>
<b>Broj ležajeva</b>	<b>8.614</b>
NOĆENJA I DOLASCI	
<b>Dolasci turista</b>	<b>246.037</b>
<b>Noćenja turista</b>	<b>984.150</b>
UKUPNO TURIZAM DONJEG PODUNAVLJA	
<b>Ukupni prihodi (EUR)</b>	<b>59.048.970</b>
<b>Broj direktno zaposlenih</b>	<b>2.000</b>

Prema datima projekcijama, vrednost direktnog turističkog prometa koji se ostvari na području „Donjeg Podunavlja“ bi 2020. trebalo da iznosi oko 58 miliona EUR. Isti trenutno iznosi samo 3,5 miliona EUR<sup>21</sup>. Uvećanje finansijskog turističkog prometa je daleko veće od fizičkog, jer se destinacija „Donje Podunavlje“ pozicionira kao destinacija koja nudi visoku vrednost za posetioce i stoga su i cene usluga znatno više nego što su bile, što sve treba da se odrazi na finansijski rezultat. U 2020. bi broj direktno zaposlenih u turizmu dostigao 2.000. Pri tome treba napomenuti da će efekti po zapošljavanje biti mnogo veći, jer će razvoj turizma značajno uticati na razvoj komplementarnih delatnosti i uopšte na privredni razvoj čitavog kraja.

Još jednom treba napomenuti da je neophodno da se realizuju programi povećanja konkurentnosti područja, investicioni projekti, kao i da se realizuju preporuke iz marketing plana i sprovede adekvatan upravljački model za područje da bi se ostvario predviđeni rast turističkog prometa i sa njim povezanih pokazatelja. U daljem tekstu ovog Master plana su detaljno analizirani upravo navedeni segmenti koji su ključni za razvoj turizma na posmatranom području.

<sup>21</sup> Procena na osnovu registrovanog broja noćenja

## VII PLAN KONKURENTNOSTI

### 1. VIŠESTRUKI ZNAČAJ KONKURENTNOSTI TURISTIČKE DESTINACIJE

Turistička industrija je najbolji primer oštre konkurentske borbe, s obzirom da postoji veliki broj različitih destinacija koje nude obilje proizvoda na globalnom, regionalnom, nacionalnom i lokalnom nivou. Pitanje konkurentnosti postaje veoma bitno u turizmu jer destinacije koje zaostaju vrlo brzo budu izbrisane sa turističke mape.

Konkurentnost po definiciji znači sposobnost da se ostvari veći profit od proseka u datoj delatnosti. Šire shvaćena konkurentnost, međutim, znači sposobnost da se ostvari uspeh na tržištu, bilo da se gleda kroz profit, bilo kroz rast vrednosti akcija ili stopu rasta preduzeća. Da bi učesnik u tržišnoj utakmici bio konkurentan na duži rok on mora da se prilagođava promenama na tržištu, a pre svega mora da se prilagođava potrebama potrošača i da reaguje na poteze svojih konkurenata, tj. da teži da isporuči superiorniju vrednost potrošačima.

Turistička destinacija je konkurentna kada investicije u nju imaju višu stopu povraćaja na investicije (ROI) od prosečne za konkurentski krug destinacija koje se analiziraju. Tome treba dodati da destinacija mora da vodi računa i o svojoj profitabilnosti i da mora da ostvaruje profit, ali uz minimalne socijalne i ekološke troškove, s obzirom da su to kategorije koje veoma utiču na imidž turističkih destinacija. Pored toga, veoma je bitno da turizam doprinese životnom standardu lokalnog stanovništva i ukoliko je to moguće da se unapredi životna sredina.

Konkurentnost turističkih destinacija zavisi od poslovne strategije destinacije, interne konkurentnosti turističkog biznisa u sklopu destinacije, konkurentnosti destinacionog lanca vrednosti, efektivnosti destinacionog marketinga, kao i konkurentskog dijamanta destinacije.

Plan konkurentnosti ima za cilj da definiše način kako da se poboljšaju područja aktivnosti i poslovanja koja su povezana sa turističkim sektorom ili mogu da utiču na turistički sektor. Cilj je da se stvore konkurentski preduslovi za razvoj turističkih aktivnosti, proizvoda i iskustava koje su identifikovane ovim Master planom. Plan konkurentnosti treba da predloži kako da se stvori područje sa pozitivnom atmosferom i odgovarajućim nivoom turističkih usluga. To se može postići kroz poboljšanje turističkog lanca vrednosti. Neki od primera segmenata koje plan konkurentnosti može da tangira su: smeštajna infrastruktura, sistem označavanja, informacioni sistem, unapređenje javne infrastrukture, razvoj turističke infrastrukture i dr.

U daljem tekstu je predložena realizacija programa koji treba da podignu konkurentnost „Donjeg Podunavlja“. Navedeno područje ima veliki potencijal za razvoj turizma, ali se moraju realizovati značajni programi konkurentnosti pošto je nivo razvoja turizma nizak, a postojeća infrastruktura nije adekvatna za planirani razvoj. Cilj je da se programima konkurentnosti kreira atmosfera gde će se turisti prijatno osećati i gde neće biti ekoloških, transportnih i sličnih problema, a smeštajna ponuda kao i turistički informacioni sistem će odgovarati potrebama posetilaca, koji će na raspolaganju imati mnogo turističkih atrakcija.

## 2. KONKURENTSKI NEDOSTACI

Tim Ekonomskog fakulteta u Beogradu je sproveo workshop na kome je od učesnika zatraženo da ukažu na osnovne konkurentske nedostatke u posmatranoj destinaciji. Kao osnova za sastavljanje liste konkurentske nedostatke uzeta je analiza rezultata koji su dobijeni sa radionice, kao i intervjui sa glavnim interesnim subjektima u području i celovita terenska istraživanja. U sledećoj tabeli su dati glavni konkurentske nedostaci i njihovi prioriteti u „Donjem Podunavlju“:

	Konkurentske nedostaci	Prioritet		
		Nizak	Srednji	Visok
1	Neadekvatni smeštajni kapaciteti koji ne zadovoljavaju internacionalne standarde			x
2	Prirodni i kulturno-istorijski resursi nisu iskorišćeni u kreiranju turističkih proizvoda			x
3.	Rečni saobraćaj na Dunavu			x
3	Nedostatak rečne infrastrukture za razvoj proizvoda vezanih uz reku			x
4	Dostupnost drumskim putem je limitirana zbog lošeg kvaliteta saobraćajnica			x
5	Nedostatak privatne inicijative za investicijama			x
6	Nedostatak komplementarne ponude			x
7	Veoma nizak nivo procedura kontrole kvaliteta unutar smeštajnih objekata		x	
8	Nizak nivo profesionalnosti ljudskih resursa i njihov nedostatak			x
9	Nedovoljna zaštita prostora			x
10	Nedostatak integrisanog turističkog informativnog sistema			x
11	Gastronomska ponuda nije dovoljno diversifikovana i specijalizovana		x	
12	Nepostojanje zajedničkog marketinškog nastupa destinacije		x	
13	Visok nivo birokratizovanosti i nizak nivo pomoći i subvencija za turistički razvoj		x	
14	Neadekvatna turistička signalizacija			x

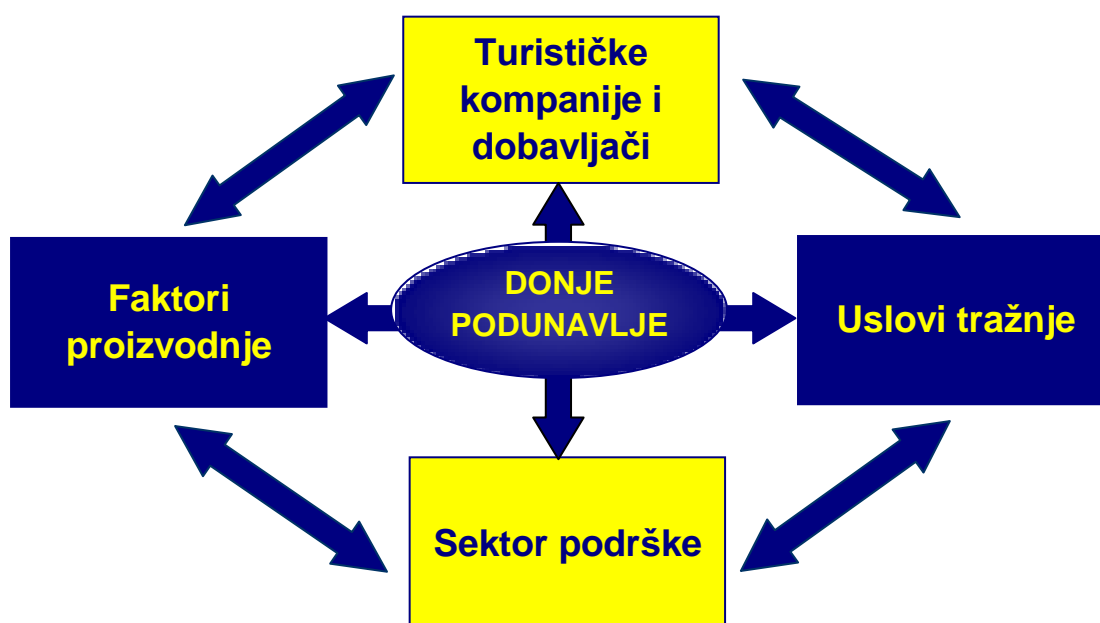
Na osnovu utvrđenih konkurentske nedostatke za „Donje Podunavlje“ formulisani su programi za njihovo otklanjanje. Metodološka sistematizacija programa konkurentnosti je urađena putem dijagrama konkurentnosti o kome će biti više reči u daljem tekstu.

### 3. DIJAMANT KONKURENTNOSTI

Podizanje nivoa konkurentnosti putem realizacije programa konkurentnosti je preduslov za razvoj turizma na posmatranom području koje trenutno ima jake konkurentske nedostatke. Dijamant konkurentnosti služi kao metodološka osnova za utvrđivanje elemenata postojećeg turističkog sistema koji onemogućavaju da se kreira dovoljna vrednost za privlačenje posetilaca u područje.

Kada se primeni u području turizma dijamant konkurentnosti izgleda kao na sledećoj slici:

*Dijamant konkurentnosti za „Donje Podunavlje”*



Elementi koji su definisani u okviru prilagođenog Porterovog dijamanta konkurentnosti su sledeći:

- **Turističke kompanije i dobavljači** su element koji se, pre svega, odnosi na veličinu i strukturu tržišta, kao i na stanje smeštajnih kapaciteta. Pored toga, ovde se još ubraja i stepen konkurencije između kompanija, ali i njihova međusobna saradnja, kao i saradnja sa javnim sektorom, postojanje i sofisticiranost određenih zakona i propisa i dr.
- **Uslovi tražnje** su element koji tretira karakteristike tražnje, njen socio-ekonomski nivo, motivaciju, nivo sofisticiranosti, ponašanje i navike, zadovoljstvo potrošača, kao i turistički imidž područja, stepen zaštite potrošača i sl.
- **Sektor podrške/ponude** je element koji se odnosi na komplementarne aktivnosti: trgovačke sadržaje, putničke agencije i turooperatore, organizatore aktivnosti, objekte u kojima se prodaje hrana i piće (restorani, kafići i sl.), atrakcije i slično. Pored toga, u ovaj element se ubraja i stepen razvijenosti lokalnih dobavljača i mnogi drugi faktori.
- **Faktori proizvodnje** su element koji se odnosi na ljudske resurse, infrastrukturu, resurse i atrakcije, tehnološke i finansijske resurse, istraživanje, razvoj i inovacije i dr.

#### 4. PROGRAMI KONKURENTNOSTI

U sledećoj tabeli su prikazani ključni programi konkurentnosti koji treba značajno da poboljšaju konkurentsku poziciju posmatranog područja:

Oznaka	Program konkurentnosti	Prioritet			Odgovornost za sprovođenje	
		Visok	Srednji	Nizak	Destinacija	Država
TKD	Program razvoja i unapređenja smeštajnih kapaciteta					
SP	Program kreiranja komplementarne ponude					
UT	Razvoj turističkog informacionog sistema					
FP	Poboljšanje dostupnosti kopnenim koridorom					
FP	Aktiviranje rečnog saobraćaja na Dunavu					
FP	Aktiviranje javnog prevoza					
FP	Planiranje i zaštita prostora					
FP	Unapređenje turističkih resursa					
FP	Konverzija starih gradskih jezgara					
FP	Program waterfront konverzije					
FP	Integrirani sistem turističkog označavanja					
FP	Parking i interna mobilnost					
TKD	Turistički sistem kvaliteta					
FP	Javne usluge i infrastruktura					
FP	Razvoj srednjeg i malog preduzetništva					
FP	Sistem olakšica i podsticaja					

Programi koji su navedeni u tabeli su formulisani na osnovu prethodno identifikovanih konkurentskih nedostataka. Fokus naše analize je na programima konkurentnosti koji imaju visok prioritet i koji su neophodni da bi se uspostavio efikasan i efektivan turistički sistem na području „Donjeg Podunavlja“ i kako bi destinacija postala konkurentna u internacionalnim okvirima. Programi za čije je sprovođenje nadležna država su detaljno opisani u *Strategiji razvoja turizma Republike Srbije* i ovde će se posvetiti pažnja jedino javnim uslugama i infrastrukturi, zbog velikog značaja koje imaju za razvoj područja, kao i pojedinim programima gde odgovornost dele destinacija i država.

U svim gore navedenim programima konkurentnosti definisani su prioriteti i troškovi sprovođenja programa:

- **prioritet** se određuje na bazi procene efekata koji program treba da ima na posetioce i lokalno stanovništvo;
- prema **visini troškova** sprovođenja, programi su klasifikovani u tri grupe:
  1. *Visoki troškovi* - više od 500.000 evra
  2. *Srednji troškovi* - od 200.000 do 500.000 evra
  3. *Niski troškovi* - do 200.000 evra

Pored navedenih programa, u daljem tekstu su dati i pojedini posebni programi konkurentnosti, koje dajemo samo kao ilustraciju, jer je njihov broj veoma veliki i oni se formulišu kada se rade master planovi za uža teritorijalna područja, koja, pre svega, tretiraju pojedine atrakcije. Na ovom mestu su dati sledeći posebni programi konkurentnosti:

- Sistem vidikovaca u NP „Đerdap“;
- Panoramski putevi;
- Staza zdravlja „Jezero Balta Alu Šonta“;
- Speleološke ture kroz „Donje Podunavlje“;
- Naučno-edukativni park „Đerdap“
- Pešačke ture kroz Nacionalni park „Đerdap“
- Interpretacioni centar HE „Đerdap 1“



## PROGRAM RAZVOJA I UNAPREĐENJA SMEŠTAJNIH KAPACITETA

### Cilj programa

Uspostavljanje diversifikovanog sistema smeštajnih kapaciteta koji će omogućiti razvoj turizma na području „Donjeg Podunavlja“. Cilj je da se kreiraju smeštajni kapaciteti koji će ispunjavati međunarodne standarde i biti prihvatljivi domaćim i stranim gostima i neće biti prepreka za pozicioniranje na međurodomnom tržištu.

### Trenutno stanje

Trenutno stanje smeštajnih kapaciteta je nezadovoljavajuće. Iako postoji oko 2.000 kreveta na posmatranom području, uglavnom su to objekti niže kategorije ili su nekategorisani. Nema smeštajnih objekata koji imaju 4 ili 5 zvezdica i to je veliki hendikep kada je u pitanju nastup na inostranom tržištu, a takođe je veliko ograničenje i za privlačenje većeg broja domaćih turista. Veliki broj objekata niže kategorije takođe ne zadovoljava adekvatno potrebe posetilaca i u tim objektima je potrebna profesionalizacija rada i poboljšanje uslova smeštaja.

### Očekivani rezultati

- unapređenje kvaliteta postojeće smeštajne ponude;
- povećanje broja soba i ležajeva na posmatranom području;
- diversifikacija smeštajne ponude;
- primena internacionalnih standarda smeštaja i usluge za odgovarajuće smeštajne kategorije; i
- kreiranje smeštajne i prateće ponude u skladu sa ciljnim tržišnim segmentima koji se targetiraju.

### Benčmark



*Enterijer hotelske sobe*



*La residence Hotel*



*Hotel u Italiji*



*Hotel sa 4 zvezdice*

### Informacije sa interneta

- [www.hotelalacommedia.it](http://www.hotelalacommedia.it)
- [www.hotels.com](http://www.hotels.com)
- [www.waytovietnam.com](http://www.waytovietnam.com)
- [http://www.nozio.com/en/Europe/Italy/Tuscany/Florence/hotels\\_deals/](http://www.nozio.com/en/Europe/Italy/Tuscany/Florence/hotels_deals/)
- [www.chinatravelkey.com](http://www.chinatravelkey.com)
- [www.traveleurope.it](http://www.traveleurope.it)

### Akcioni plan

#### I Podizanje nivoa kvaliteta postojeće smeštajne ponude

- renoviranje i modernizacija kapaciteta postojećih hotela. Tu se, pre svega, misli na hotel „Lepenski Vir“ u Donjem Milanovcu, koji treba da postane reprezentativan objekat sa pet zvezdica, kao i na hotele „Golubački grad“ i „Đerdap“ koji treba da postanu objekti sa 4 zvezdice. Pored toga, treba renovirati i hotel „Inex Krajina“ iz Negotina, kao i Hotel „Srebrno Jezero“ i

podići ih na nivo od 3 zvezdice. Druge objekte takođe treba bolje opremiti i podići kvalitet usluge u njima, kako bi se odgovorilo visokim zahtevima koje strategija pozicioniranja postavlja;

- izgradnja dodatnih smeštajnih kapaciteta u sklopu postojećih objekata tamo gde je to moguće;
- spoljno uređenje objekata treba da bude estetski prihvatljivo za goste, uz adekvatno osvetljenje, bašte, terase i sl.
- unutrašnje uređenje treba da uključi sve sadržaje koji se mogu naći u hotelima slične kategorije u razvijenim turističkim područjima: adekvatno uređene sobe, prijatna atmosfera, osvetljenje, kvalitet usluge i gostoljubivost, klimatizacija i grejanje, internet veza, prostorija za sastanke, satelitski TV program i dr.

## **II Izgradnja novih smeštajnih kapaciteta:**

- u periodu do 2012., a u skladu sa preporukama ovog plana, treba izgraditi prostor za oko 500 novih ležajeva u hotelskim objektima, i to pre svega nivoa 4 i 5 zvezdica. Isto tako, potrebno je izgraditi i objekte sa 3 zvezdice. Pored izgradnje hotelskih kapaciteta, planirana je diversifikacija smeštaja i to, pre svega, kroz izgradnju vila, apartmana, hostela, kao i kroz dodatno aktiviranje privatnog smeštaja;
- u periodu do 2020. trebalo bi da se izgradi dodatnih 500 ležajeva u hotelima, a najviše ležajeva bi trebalo da bude u objektima sa 5 zvezdica (Vinski resort i Silver lake), ali se planira i izgradnja jednog objekta sa 3 zvezdice na Miroču. Takođe se planira nastavak dalje diversifikacije smeštajnih kapaciteta i značajna ulaganja u vile i apartmane, ali i dogradnja hostela i dodatno aktiviranje privatnog smeštaja, pre svega kao osnove za jačanje ruralnog turizma;

## **III Program kvaliteta:**

- treba kreirati oznake kvaliteta („Quality labels“), kao i standarde kvaliteta za sertifikaciju svake pojedine oznake kvaliteta;
- vršiti kontrolu implementacije standarda kvaliteta;
- konstantno raditi benčmarking analize i učiti iz najboljih praksi destinacija sličnih Donjem Podunavlju u smislu proizvoda i aktivnosti koje nude; i
- program treba razviti i za nove i za postojeće smeštajne objekte.

## **IV Program komplementarne ponude u smeštajnim objektima:**

- gostima treba ponuditi mogućnost odlaska na organizovane aktivnosti u prirodi, ekskurzije, kratka putovanja sa vodičem, kao i različite druge aktivnosti koje će njihov boravak učiniti interesantnijim. Ovo je naročito važno, jer je broj atrakcija u Nacionalnom parku „Đerdap“ i celom Podunavlju veoma veliki.

## **Prioritet/troškovi**

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## PROGRAM KREIRANJA KOMPLEMENTARNE PONUDE

### Cilj programa

Program ima za cilj jačanje raznovrsnosti i kvaliteta ukupne turističke ponude na području „Donje Podunavlje“ kroz razvijanje komplementarnih delatnosti i proizvoda, kao svojevrsne podrške za turističke proizvode i usluge koji se ovim Master planom predlažu.

### Trenutno stanje

Komplementarna ponuda na području „Donje Podunavlje“ dosta je limitirana i time je znatno osiromašena ponuda proizvoda i usluga koji treba adekvatno da zadovolje potrebe turista. Turisti imaju jasno izraženu potrebu za šopingom u turističkoj destinaciji, prevashodno suvenira i domaćih rukotvorina, a toga gotovo da uopšte nema na prostoru date destinacije. Ugostiteljstvo kao značajna delatnost u turizmu dobilo je do sada skromne obrise na prostoru „Donjeg Podunavlja“, te se mora ići ka njegovom daljem razvoju i podizanju kvaliteta. Sa druge strane, važno uporište kreiranog lanca vrednosti nalazi se i u ruralnoj sredini Negotinske krajine i njenom pastoralnom vinogorju koje je trenutno u fazi nestajanja.

### Očekivani rezultati

- Podsticaj za razvoj komplementarne ponude proizvoda i usluga na području „Donjeg Podunavlja“;
- Razvijanje šoping zona u starim čaršijama dunavskih varoši i u Negotinu, kao i adekvatne ponude zanatskih proizvoda i usluga;
- Razvijanje kvalitetnog sistema ugostiteljskih objekata i diversifikacija ponude u restoranima;
- Razvoj vinogradarstva na prostoru negotinske krajine kao neophodnog preduslova za niz turističkih proizvoda baziranih na uzgoju vinograda i proizvodnji vina i jačanje poljoprivredne proizvodnje u selima kao podrška razvoju ruralnog turizma.

### Benčmark



*Restoran sa terasom*



*Restoran u Nacionalnom parku*



*Raznovrsna ponuda hrane*



*Caffe-bar na terasi jezera*



*Bar*



*Prodavnica biciklističke opreme*



*Prodavnica suvenira*



*Izrada i prodaja grnčarije*



*Pejzaž vinogorja*



*Turisti na selu*



*Proces pravljenja vina*

## Informacije sa interneta

- [www.yoursloveniaholiday.co.uk](http://www.yoursloveniaholiday.co.uk)
- [www.gitesinfrance.org.uk](http://www.gitesinfrance.org.uk)
- [www.mashav.mfa.gov.il/mfm/web/main](http://www.mashav.mfa.gov.il/mfm/web/main)
- [www.parosweb.com/.../home/lake/index.html](http://www.parosweb.com/.../home/lake/index.html)
- [www.field.ca/activities/shopping/](http://www.field.ca/activities/shopping/)
- [www.seasidepropertyturkey.com/.../gumusluk.htm](http://www.seasidepropertyturkey.com/.../gumusluk.htm)
- [www.smokymtngetaways.net/searchproperties5.htm](http://www.smokymtngetaways.net/searchproperties5.htm)

## Akcioni plan

**I Kreiranje šoping zona:** u uređenim prostorima starih gradskih čaršija Velikog Gradišta, Donjeg Milanovca, Kladova i Negotina, kao i u uređenim priobaljima ovih gradova, Golupca i Tekije potrebno je otvoriti suvenirnice i zanatske radnje sa delom za prodaju zanatskih proizvoda koje bi turisti mogli da kupuju. Ovo podrazumeva intenziviranje domaće radinosti i zanatstva, kao ključnih grana za proizvodnju i plasman suvenira;



- II Otvaranje trgovačkih uslužnih objekata:** svako turističko mesto u obavezi je da otvori određen broj dobro snadbevenih i moderno opremljenih trgovinskih objekata sa robom svakodnevnih potreba, kao i robom specijalizovanih potreba (biciklistička i ribolovna oprema, nautičarska oprema, i sl). Ovde treba posebno istaći potrebu da se kreiraju tradicionalne i lepo uređene tržnice sa poljoprivrednim proizvodima čuvenim po svom tradicionalnom načinu uzgoja i pripremanja;
- III Ugostiteljska ponuda:** gotovo da je u svakom projektu predviđen sadržaj restorana, barova, kafea, terasa i sl. S toga je neophodno uvesti određenu standardizaciju i za ove objekte koja bi podrazumevala adekvatno opremanje i imidž (uz kontrolu higijene), raznovrsnu ponudu (pogotovo kada je reč o tradicionalnim restoranima koji treba da istaknu ono što je specifično za „Donje Podunavlje“), otvaranje ribljih specijalizovanih restorana, tradicionalnih kafana u duhu starih varoši iz XIX veka, ali i modernih barova;
- IV Poljoprivredna podrška razvoju turizma:** Poljoprivreda za turizam „Donjeg Podunavlja“ postaje izuzetno važna komplementarna delatnost. Ruralni turizam vezan je, pre svega, za prostor negotinske opštine, i sela u brdsko-planinskoj, ravničarskoj i priobalnoj zoni, sa specifičnim ruralnim pejzažom i mogućnosti da se turisti uključe u život krajinskog sela (tradicionalni smeštaj i ishrana, radovi na selu i sl). Posebno je ovo važno za aktiviranje vinogradarstva i proizvodnje vina, gde je oslonac čitavog projekta vinskog resorta i pivnica. Pastoralni pejzaži nepreglednih vinograda, specifično narodno graditeljstvo sela i pivnica i mogućnost aktivnog učestvovanja u procesu pravljenja vina je ono što negotinska sela u ovom području mogu da pruže kao podršku ukupnoj turističkoj ponudi. Takođe se kroz ruralni turizam mogu plasirati mnogi poljoprivredni proizvodi, pre svega kroz za ishranu turista.

### Prioritet/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## RAZVOJ TURISTIČKOG INFORMACIONOG SISTEMA

### Cilj programa

Stvaranje integrisanog informacionog sistema za područje „Donjeg Podunavlja“, sa jakim vezama između delova koji ga čine. Krajnji cilj stvaranja informacionog sistema područja je promocija „Donjeg Podunavlja“ i kreiranje pozitivnog imidža i pozicioniranje na internacionalnoj turističkoj mapi kroz izradu kvalitetnih brošura, mapa, postera, vodiča, web stranica i dr.

### Trenutna situacija

Turistički informacioni sistem je nedovoljno razvijen na posmatranom području i to je jedan od glavnih razloga veoma niskog stepena razvoja turizma posmatranog područja. „Donje Podunavlje“ je praktično destinacija koja je nepoznata široj internacionalnoj javnosti, jer nije u dovoljnoj meri promovisana, a u sadašnjim uslovima, kada ponuda još nije uobličena, to i nije bilo neophodno. Pojedini elementi „Donjeg Podunavlja“ su poznati, kao npr. Iron gate, ali ni oni nisu adekvatno komercijalno iskorišćeni. Promotivni materijali se štampaju uglavnom sporadično, bez adekvatne koordinacije



između lokalnih turističkih organizacija, tako da se ne postižu sinergijski efekti, a sredstva koja se izdvajaju za promociju su ionako mala. Međutim, treba odati priznanje pojedinim turističkim radnicima na ovom području koji su uspjeli da kreiraju kvalitetne promotivno-informativne materijale i u tom pravcu treba da idu i ostali subjekti, ali uz centralnu koordinaciju.

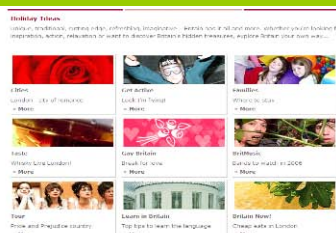
## Očekivani rezultati

- kreiranje imidža destinacije i pojedinih njenih delova u inostranoj i domaćoj javnosti;
- integracija promotivnih i ostalih marketinških napora lokalnih turističkih organizacija; i
- unapređenje saradnje lokalnih turističkih organizacija i TOS-a.

## Benčmark



Francuska on line turistička brošura



Odmorišne ideje u Engleskoj



Kanadski on line turistički magazin

## Informacije na internetu

- [www.franceguide.com/prehome.asp](http://www.franceguide.com/prehome.asp)
- [www.tourismnewzealand.com/](http://www.tourismnewzealand.com/)
- [www.visitbritain.com/default.aspx](http://www.visitbritain.com/default.aspx)
- [www.visitdublin.com/](http://www.visitdublin.com/)
- [www.travelcanada.ca/tc\\_redesign/app/](http://www.travelcanada.ca/tc_redesign/app/)
- [www.canadatourism.com/ctx/app/en/ca/home.do](http://www.canadatourism.com/ctx/app/en/ca/home.do)
- [www.ireland.ie/](http://www.ireland.ie/)
- [www.visitengland.com/](http://www.visitengland.com/)
- [www.scotlandvacations.com/scottishtourism.htm](http://www.scotlandvacations.com/scottishtourism.htm)
- [www.newzealand.com/travel/](http://www.newzealand.com/travel/)

## Akcioni plan

### I Kreiranje imidža i pozicioniranje prema marketing planu:

- sve planirane brošure, mape, vodiči, web stranice treba da budu u skladu sa smernicama koje su date u marketing planu;
- s obzirom da destinacija želi da se internacionalno pozicionira, veoma je bitna uloga interneta i web prezentacija u promovisanju regije i stvaranju adekvatnog informacionog sistema; i
- treba izvršiti obuku kadrova kako bi mogli da koriste savremene komunikacione sisteme.

### II Stvaranje sistema turističkih informacionih centara:

- s obzirom na teritorijalnu rasprostranjenost destinacije, trebalo bi uspostaviti sistem informacionih centara koji bi služili turistima;
- pored toga, trebalo bi da se povećava broj turističkih biroa, u skladu sa budućim razvojem turizma, kako bi turisti mogli da dobiju kvalitetne informacije; i

- treba poboljšati saradnju sa ostalim lokalnim turističkim organizacijama u Srbiji i zajedno raditi na stvaranju mreže informativnih centata.

### Prioritet/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## POBOLJŠANJE DOSTUPNOSTI KOPNENIM KORIDORIMA

### Cilj programa

Omogućiti posetiocima i lokalnom stanovništvu lakši pristup ključnim lokalitetima i atrakcijama korišćenjem drumskih i železničkih saobraćajnica, a u cilju povećanja mobilnosti prema ovom području i unutar njega. Program treba da bude prilagođen potrebama lokalne zajednice i potencijalnim potrebama turističke tražnje.

### Trenutno stanje

Magistralni pravac M25.1 – Đerdapska magistrala prolazi duž celog područja „Donje Podunavlje“ tangirajući tok Dunava, a mreža regionalnih i lokalnih puteva je povezuje sa drugim magistralnim pravcem M24 (Požarevac – Kučevo – Majdanpek – Negotin). Đerdapska magistrala, sa svojim teškim transportom, prolazi kroz područje NP „Đerdap“, čime direktno ugrožava funkcionisanje biodiverziteta u parku, kao i kulturno-istorijske lokalitete koji se nalaze uz sam koridor (primer Golubačke tvrđave). Osim toga, stanje putne mreže na čitavom području je na niskom nivou (kvalitet kolovoznog zastora, problem odrona i klizišta), dok je železnička pruga Požarevac – Majdanpek – Bor - Negotin - Prahovo, zastarelih trasa i neuređenih stajališta.

### Očekivani rezultati

- smanjenje vremena putovanja/vožnje od glavnih emitivnih centara (Beograd) do željenih lokaliteta u desinacijskom području;
- povećanje mobilnosti unutar samog područja;
- uređenje zaustavnih prostora i vidikovaca duž koridora (prateći sadržaji);
- uvođenje sistema upravljanja saobraćajem u cilju bolje informisanosti vozača; i
- smanjenje ili sprečavanje eventualnih gužvi i zastoja.

### Benčmark



Savremene drumske oznake



Železnička stanica



Oznake na autoputu

## Informacije na internetu

- [www.burnham-on-sea.com](http://www.burnham-on-sea.com)
- [www.andybarson.co.uk/Stockport2006.htm](http://www.andybarson.co.uk/Stockport2006.htm)
- [www.vrlondon.com/vr/london/nonjava/\\_stns2.jpg](http://www.vrlondon.com/vr/london/nonjava/_stns2.jpg)
- <http://tre.ngfl.gov.uk>
- [http://ianh.typepad.com/photos/toowoomba/railway\\_station.html](http://ianh.typepad.com/photos/toowoomba/railway_station.html)
- [www.iti.gov.nt.ca](http://www.iti.gov.nt.ca)

## Akcioni plan

- I Restrikcija i izmeštanje teškog transporta Đerdapskom magistralom:** projektovanje plana izgradnje obilaznice oko Golubačke tvrđave - kulturno-istorijskog spomenika i strogog rezervata prirode. Potpuna zabrana teškog transporta ovim pravcem jer on prolazi kroz NP „Đerdap“ i niz strogih rezervata prirode unutar njega. Ovim korakom se stvaraju uslovi za transformaciju Đerdapske magistrale u panoramski/ambijentalni put kroz područje Nacionalni park, sa obaveznim sprovođenjem sanacija odrona i klizišta.
- II Preusmeravanje teškog transporta na magistralni pravac M24:** ovo je pravac koji je u *Prostornom planu republike Srbije* označen kao potencijalni poluauto-put (Požarevac – Kučevo – Majdanpek – Negotin - Vidin), kojim bi se izvršilo povezivanje Koridora X sa prostorom istočne Srbije i susedne Bugarske, čime bi se poboljšala ukupna dostupnost turističkog područja „Donje Podunavlje“.
- III Poboljšanje regionalne i lokalne mreže puteva:** svi regionalni i lokalni putevi, koji povezuju prostor „Donjeg Podunavlja“, moraju se poboljšati kroz programe izgradnje novih kolovoznih zastora, njihovo proširivanje, programe drumskog obeležavanja -signalizacije, uvođenje zaštitnih mera (zaštitne ograde, horizontalna signalizacija, itd).
- IV Uspostavljanje sistema upravljanja saobraćajem:** uspostavljanje ovakvog sistema neophodno je na čitavom prostoru Srbije, pri čemu bi na turističkom području „Donje Podunavlje“ to doprinelo opštoj informisanosti putnika i sprečavanju zastoja i eventualnih zagušenja na frekventnim pravcima.
- V Kreiranje leafleet-a sa obaveštenjima u vezi drumske mreže saobraćajnica:** mape i objašnjenja glavnih i sporednih puteva na turističkom području, kao i panoramskih/ambijentalnih puteva i itinerera, obaveštenja oko ograničenja brzine, brojevi telefona hitnih službi, obaveštenja u vezi zaustavnih prostora i vidikovaca duž puteva unutar područja.
- VI Uredjenje parking prostora i vidikovaca:** adekvatno obeležavanje parkinga i vidikovaca pored puta (ploče sa mapama glavnih itinerera područja, glavnih atrakcija i područja posebnih interesa, važnih telefonskih brojeva i turističkih usluga), opremanje datih prostora uz korišćenje prirodnih građevinskih materijala (zaštitne ograde, dvogledi, snack-barovi i terase), komunalno opremanje zaustavnih prostora.
- VII Rekonstrukcija pruge i poboljšanje kvaliteta železničkog saobraćaja:** potrebno je poboljšanje kvaliteta saobraćaja na pruzi Požarevac – Bor – Negotin, kao i njeno uklapanje u turističku ponudu „Donjeg Podunavlja“ (uvođenje voza „Romantika“ na relaciji Beograd – Negotin i sl).

## Prioritet i troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## AKTIVIRANJE REČNOG SAOBRAĆAJA NA DUNAVU

### Cilj programa

Aktiviranje rečne plovidbe na Dunavu (osim povećanja broja stranih kruzera koji pristaju na ovom području) podrazumeva i ponovno oživljavanje domaće rečne flote. To obuhvata izgradnju odgovarajućeg sistema rečne infrastrukture i oživljavanje „bele flote“, što dodatno uvećava dostupnosti same destinacije.

### Trenutna situacija

Reka Dunav apostrofirana je kao prioritetni međunarodni plovni put (koridor VII). To je najfrekventniji kruzing-itinerer u Evropi. Međutim, plovni put Dunava kroz Srbiju nije u dovoljnoj meri iskorišćen, niti je opremljen odgovarajućom infrastrukturom koja bi omogućila njegovo integrisanje u međunarodne kruzing programe, a dodatno situaciju otežava i činjenica da Srbija trenutno nema ni aktivnu domaću rečnu flotu.

### Očekivani rezultati

- izgradnja sistema objekata za pristajanje nautičkih plovila;
- unapređenje kvaliteta i usluga postojećih marina i pristaništa na turističkom području;
- razvoj upravljačkog sistema marina;
- aktiviranje domaće rečne flote;
- uspostavljanje plovidbe na relaciji Beograd – Kladovo;
- razvoj nautičkih aktivnosti na Dunavu;
- unapređenje pristupačnosti područja sa reke.

### Benčmark



*Marina na jezeru*



*Marina na moru*



*Servis u marinama*



*Kruzer*



*Turistički brod*



*Turistički obilazak brodom*

### Informacije na internetu

- [www.rivermarinaresort.com/](http://www.rivermarinaresort.com/)



- [www.severnrivermarina.com](http://www.severnrivermarina.com)
- [www.heckels.com](http://www.heckels.com)
- [www.archersdirect.co.uk/river\\_cruises.php](http://www.archersdirect.co.uk/river_cruises.php)
- [www.rivers.affordabletours.com](http://www.rivers.affordabletours.com)
- [www.europeforvisitors.com/germany/regensburg/regensburg-danube-river-cruises.htm](http://www.europeforvisitors.com/germany/regensburg/regensburg-danube-river-cruises.htm)

## Akcioni plan:

**I Izgradnja/renoviranje sistema objekata za pristajanje nautičkih plovila i jahti:** planirana izgradnja/dovršetak radova na marinama i uređenje privezišta na nekoliko važnih tačaka na plovnom putu Dunava kroz ovo područje: Veliko Gradište, Golubac, Donji Milanovac, Tekija, Kladovo, uz napomenu da trenutno na nekim od ovih tačaka postoje pristaništa ili neuređene marine. Postojeći sadržaji ne omogućavaju dalji razvoj rečnog krstarenja, te je neophodno:

- uređenje obale za potrebe veza (izgradnja pristupa akvatoriji veza, učvršćivanje plutajućih pontona veza, infrastrukturni priključci za potrebe veza, pristup zoni veza vozilima, rampa za spuštanje/izvlačenje plovila, održavanje komunalne higijene prostora oko veza, čišćenje dna akvatorije i njenu zaštitu od dodatnog zamuljivanja, praćenje eventualne oscilacije nivoa vode);
- izgradnja objekata:
  - sidrišta (označavanje mesta za sidrenje, pristani za 2-3 čamca sa mostom do obale i javnom rasvetom, privremeni vez, čuvarska služba, snadbevanje lokalnim proizvodima, naplata sidrenja ili neograničenog boravka uz nadoknadu);
  - privezišta – na vodotoku i mirnoj vodi;
  - pristani (na vodotoku - samo za rekreativna plovila uz ograničeno zadržavanje i neophodnu dubinu gaza od 1,5 m na mirnoj vodi – i za veća plovila sa gazom od minimalno 1,5 m dubine i ograničenim zadržavanjem);
  - objekti marina sa pratećim sadržajima (za sve kategorije postoje međunarodno usvojeni standardi koji se moraju ispoštovati ukoliko se želi integrisati u međunarodni plovni sistem).
- izgradnja prihvatnog punkta kruzina brodova koji se sastoji od: pristaništa za privez kruzina broda/brodova (1 - 3), pristanišnog trga doborošlice za jednovremeni konforan prihvat 200-600 turista (i više), niza lokala/poslovnih prostora za pružanje usluga turistima u zoni pristaništa i trga koji formiraju „rivu“ – priobalnu ulicu sa trgovinskim, ugostiteljskim, zabavnim, kulturološkim i drugim sadržajima, vizitor centra sa kompletnom funkcijom i info-cetrom susednih destinacija koje se najavljuju, kao i parking prostora za turing buseve, taxi službu, renta-car služu;
- pružanje usluga iznajmljivanja i prodavnice potrebne nautičke opreme;
- razvijanje aktivnosti i kurseva u vezi sa Dunavom: proučavanje flore i faune, tehnike jedrenja/plovidbe, pecanja, ali i organizovanje izložbi, seminara, koncerata, susreta;
- organizovanje nautičke škole (za različite uzraste i kategorije turista);
- izgradnja bazena i pratećih sadržaja.



- II Upravljanje marinama i pristaništima:** osim potrebe da se uspostave standardi u projektovanju/dizajniranju i izgradnji marina i pristaništa, neophodno je uvesti i standarde upravljanja marinama (neka vrsta komisije koja bi odredila šta su prioriteti i potrebe usluga u marinama, a koja bi pratila potrebe, potencijalne lokacije za proširenja, pribavljala dozvole i standardizovala usluge za različite profile potrošača). Sistem upravljanja morao bi biti usaglašen između DMO područja, lokalnih turističkih organizacija i rečne uprave/brodarstva, kao i HEPS „Derdap“ jer ovaj sistem ima direktnog uticaja na plovidbu Dunavom (putem otvaranja i zatvaranja ispusta na brani menja se nivo vodostaja).
- III Uspostavljanje plovidbe Dunavom na relaciji Beograd – Kladovo:** trenutno ne postoji ni jedan domaći plovni objekat na datoj relaciji. Imajući u vidu postojeće sadržaje prirodnih i antropogenih atrakcija na ovom plovnom sektoru Dunava, kao i tradiciju krstarenja duž pomenute linije, aktiviranje plovidbe na relaciji Beograd – Kladovo imalo bi dugoročne pozitivne efekte na turistički razvoj celog područja. Pored izgradnje mreže marina i pristaništa, kao preduslov realizacije ovog koraka je obnova domaće “bele flote“, kao okosnice rečnog saobraćaja na domaćim linijama.
- IV Program zaštite reke i obalnih područja:** neophodno je razviti program upravljanja marinama, odnosno zaštite priobalnih voda od zagađivanja gorivima, izduvnim gasovima i česticama iz brodova, otpadnim vodama i čvrstim otpadom od strane priobalnih naselja.

### Prioritet / troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## AKTIVIRANJE JAVNOG PREVOZA

### Cilj programa

Sa razvojem turističkog područja „Donje Podunavlje“ kao jedinstvenog klastera, neophodno je poboljšati javni transport u smislu uvođenja javnog turističkog prevoza kako bi se povećala mobilnost turista. Postoji mogućnost da se ovakav vid prevoza organizuje samo tokom turističke sezone ili da se tokom nje posebno pojača.

### Trenutna situacija

Na području “Donjeg Podunavlja” nije razvijen sistem javnog prevoza jer su naselja koja se prostiru duž dunavske obale mala, kako prostorno tako i demografski, i u prošlosti nije bilo potrebe za aktiviranjem unutargradskog javnog prevoza ili taxi službi.

### Očekivani rezultati

- kreiranje *Podunavskog turističkog autoprevoza* sa ponudom više itinerera i usluga unutar područja;
- povezivanje „Donjeg Podunavlja“ sa susednim područjima;
- povećanje mobilnosti kako turista, tako i lokalnog stanovništva; i
- smanjenje rizika od prekomerne upotrebe privatnih automobila za prevoz turista i lokalnog stanovništva u toku turističke sezone.

## Benčmark



Taxi stanica



Bus-ture



Taxi na vodi

## Informacije na internetu

- <http://sydneywebcam.smugmug.com>
- [www.citimaps.com](http://www.citimaps.com)
- <http://roma.freewebspages.org/roma-tourbus.htm>
- [www.leuven.be/showpage.asp?iPageID=3901](http://www.leuven.be/showpage.asp?iPageID=3901)
- [www.barthe.net](http://www.barthe.net)
- [www.artusmpt.gda.pl](http://www.artusmpt.gda.pl)

## Akcioni plan

- I Kreiranje turističkih bus-itinerera:** ovi itinereri bi povezivali sve važne turističke tačke unutar turističkog područja „Donje Podunavlje“, ali i susednih turističkih klastera.
- II Kreiranje šatl-brodova:** šatl-brodovi bi komunicirali duž dunavskih naselja, od Velikog Gradišta do Kladova (potrebno prethodno postaviti odgovarajući turističku infrastrukturu koja bi omogućila jednostavan i efikasan prilaz ovih brodova, kao i prilaz putnicima sa kopnene strane). Šatl-brodovi (vodeni linijski taxi) bi saobraćali u pravilnim vremenskim razmacima, ili po određenoj satnici, a tokom turističke sezone.
- III Uspostavljanje taxi službe u turističkim mestima:** postoji potreba za ovim vidom javnog prevoza, posebno imajući na umu prethodnu potrebu za povećanjem mobilnosti turista unutar turističkog područja. Tokom turističke sezone ovu službu potrebno je posebno intenzivirati, pri čemu treba voditi računa o kvalitetu automobila kroz različite kategorije: starost, stanje, udobnost, izgled.
- IV Uvođenje integrisanog sistema plaćanja javnog prevoza:** kada se uspostavi sistem javnog prevoza duž čitavog područja, jedan od vidova poboljšanja dostupnosti turističkih tačaka unutar područja, ali i šireg okruženja, bilo bi uvođenje integrisanje kartice kojom bi turisti i lokalno stanovništvo mogli putovati koristeći različite vidove saobraćaja: autobus, šatl-brodovi, linijski taxi.

## Prioritet/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## JAVNE USLUGE I INFRASTRUKTURA

### Cilj programa

Javne usluge i infrastruktura čine važne preduslove za ozbiljan i sistematičan pristup planiranju turističkog razvoja jednog područja, a preko toga utiču direktno na kvalitet i konkurentnost date destinacije. Poboljšavanjem ovog segmenta čitavo turističko područje „Donje Podunavlje“ dobiće viši nivo kvaliteta ponude i usluga.

### Trenutna situacija

Turističko područje „Donje Podunavlje“ obuhvata pet opština u kojima su javne usluge, posmatrano u celini, na niskom nivou (informisanje, signalizacija, osiguranje, čišćenje, saobraćajni propisi), a javnoj infrastrukturi je neophodna revitalizacija i izgradnja u pojedinim segmentima (sistem prikupljanja otpada, kanalizacioni i vodovodni sistemi, energetika, itd).

### Očekivani rezultati

- poboljšanje sistema prikupljanja otpada;
- rešavanje postojećih deponija i smetlišta i uključivanje u sistem reciklažnog sistema prema *Nacionalnoj strategiji upravljanjem otpadom*;
- obnova i izgradnja kanalizacionih i vodovodnih sistema (posebno u onim delovima koji su planirani za razvoj smeštajnih kapaciteta) sa naglaskom na ugrađivanje kolektora i sistema za prečišćavanje otpadnih voda;
- unapređivanje elektroenergetske mreže;
- unapređivanje sistema grejanja u gradskim sredinama.

### Benčmark



Moderna deponija sa fabrikom



Reciklaža papira



Kontejneri

### Informacije na internetu

- [www.co.loudoun.va.us](http://www.co.loudoun.va.us)
- [www.greenvilledailyphoto.com](http://www.greenvilledailyphoto.com)
- [www.cityoftacoma.org](http://www.cityoftacoma.org)
- [www.moscowrecycling.com](http://www.moscowrecycling.com)
- [www.cityoftacoma.org](http://www.cityoftacoma.org)
- [www.ccdmd.qc.ca/Quebec/](http://www.ccdmd.qc.ca/Quebec/)

## Akcioni plan

- I Unapređenje sistema javnih usluga:** u cilju podizanja opšteg životnog standarda turističkog područja „Donje Podunavlje“ potrebno je poboljšati pružanje usluga turistima i lokalnom stanovništvu. Ovaj sistem utiče na pozicioniranje i imidž destinacije u celini.
- II Unapređenje sistema prikupljanja otpada:** ovo je veoma važno za održavanje opšte higijene naselja i turističkih lokaliteta, pa je u tom smislu potrebno postaviti korpe za otpatke u naseljenim mestima i oko turističkih lokaliteta. Potrebno je kreirati sistem selektivnog skupljanja otpada (papirna, PET mabalaža, staklo, organski otpad), potom izgraditi transfer stanice na teritoriji svake opštine (transformacija postojećih gradskih deponija) odakle bi se otpad odvezio prema regionalnoj deponiji (locirana na teritoriji opštine Zaječar). Kontejneri za prikupljanje otpada morali bi biti u skladu sa okruženjem, posebno ako govorimo o naseljima koja se nalaze u zoni Nacionalnog parka „Đerdap“.
- III Rešavanje problema deonija i smetlišta:** ovo je veliki problem za čitavo turističko područje jer se, kao prvo, gradska deponija Donjeg Milanovca nalazi na samoj obali Dunava, a na teritoriji Nacionalnog parka evidentirane su 24 „divlje deonije“ i smetlišta. Neophodno je koordinisanom akcijom javnih službi, lokalne samouprave i uprave Nacionalnog parka ukloniti „divlje deonije“ i izmestiti deoniju Donjeg Milanovca van teritorije Nacionalnog parka, uz napomenu da je neophodno na državnom nivou rešiti problem novčanog sankcionisanja onih koji nepropisno odlažu otpad kroz znatno strožiji sistem kažnjavanja. Takođe, neophodno je sprovesti kontinuiranu akciju ekološke edukacije i informisanja lokalnog stanovništva svih uzrasta. Ovo je naročito potrebno u seoskim sredinama gde je evidentiran najveći broj „divljih deonija“ i smetlišta zajedno sa zonom Đerdapske magistrale.
- IV Obezbeđivanje kvalitetnog vodosnabdevanja naselja i turističkih kompleksa:** neophodno je obezbediti dovoljne količine vode za naselja i turističke lokalitete na celoj teritoriji turističkog područja „Donje Podunavlje“, obezbediti zaštitu izvorišta od postojećih i potencijalnih zagađivača, izgraditi vodovodnu mrežu, posebno u ruralnim sredinama (projekti vodosnabdevanja):
- Veliko Gradište: završavanje projekta vodosnabdevanje TZ „Beli Bagrem“ (Institut „Jaroslav Černi“) i izgradnja reni bunara u aluvionu Srebrnog jezera, na lokaciji Gajski Brod, kapaciteta 60 lit/s u prvoj fazi;
  - Golubac: implementacija plana izgradnje tri nova bunara i novog rezervoara „Žuti breg“ i rekonstrukcija postojeće vodovodne mreže i rezervoarskog prostora, shodno očekivanom povećanju broja potrošača u toku turističke sezone;
  - Donji Milanovac: uspostavljanje rada fabrike vode koja se trenutno nalazi u probnom režimu rada sa kapacitetom 50 l/sec (rešenje vodosnabdevanja za: Donji Milanovac, Golubinje, Mosna, Oreškovića i vikend naselja Krapačos i Obljaga Mare - atar sela Mosna);
  - Majdanpek: čišćenje jezera Veliki zaton i akumulacije „Pustinjac“ od nanetog mulja i zaštita izvorišta Peka (izgraditi vodonepropusnu zavesu radi sprečavanja zagađenja rudničkim vodama). U cilju poboljšanja vodosnabdevanja ruralnog prostora, pripremljene projekte za vodosnabdevanje određenog broja sela na teritoriji opštine

treba realizovati (Boljetin, Blizna, Rudna Glava, Debeli Lug i industrijska zona Majdanpeka);

- Kladovo: izgraditi novo izvorište „Pesak“, kapaciteta oko 200 lit/s, kao i sistem vodosnabdevanja naselja Podvrška i Velika Kamenica za koje postoje urađeni projekti. Posebnu pažnju obratiti na rešavanje snabdevanja tehničkom vodom grada Kladova;
- Negotin: proširenje kapaciteta izvorišta i uključivanje seoskih izvorišta i kaptaža u postojeći vodovodni sistem, adekvatno upravljanje i redovno održavanje sistema preko stanica za hlorisanje. Posebnu pažnju treba usmeriti na obezbeđivanje zdravstveno ispravne vode za piće u selima u dolini Timoka, sa akcentom na rešavanje vodosnabdevanja sela: Rajac, Smedovac, Rogljevo i Tamnič. Neophodno je izgraditi i sistem za snabdevanje tehničkom vodom Negotina.

**V *Renoviranje postojećih i izgradnja nedostajućih kanalizacionih sistema:*** postojeća kanalizaciona mreža u naseljima na turističkom području „Donje Podunavlje“ zastarela je i nedovoljnih kapaciteta, a u pojedinim gradskim naseljima nije u celini ni izgrađena. Zato je prevashodno potrebno njeno obnavljanje, izradnja i instaliranje potrebnih kolektora sa prečišćivačima čime se sprečava direktno zagađivanje vode i tla. Turističke lokalitete potrebno je opremiti modernom kanalizacionom mrežom i posebnu pažnju obratiti na komunalno opremanje seoskih domaćinstava:

- Veliko Gradište: realizovati projekat izgradnje kanalizacije oko Srebrnog jezera celom dužinom (28 km) čime bi se rešio postojeći problem nedovoljnosti kapaciteta postojeće kanalizacione mreže u TZ „Beli Bagrem“;
- Golubac: potrebno je izgraditi postrojenje za preradu otpadnih voda, da se fekalne vode ne bi dalje ispuštale u neki od postojećih recipijenata i mrežu fekalne kanalizacije usmerene ka postojećim kolektorima sa sistemom za biološko prečišćavanje. Posebno je važna izgradnja kanalizacione mreže sa sistemom za prečišćavanje za postojeća vikend naselja, Vinci i Usje;
- Donji Milanovac: obnoviti i ponovo uspostaviti rad taložnika u fekalnoj stanici i ugraditi prečišćavače otpadnih voda, koje se sada neprečišćene ispuštaju u Dunav. Posebnu pažnju usmeriti na rešavanje problema odvođenja kanalizacionih voda u selu Boljetin (zona stroge zaštite Nacionalnog parka) jer preko 90% domaćinstava nema septičke jame i komunalne vode se izlivaju direktno u Boljetinsku reku;
- Majdanpek: neophodna je rekonstrukcija postojeće kanalizacione mreže, kao i potpuna izgradnja nedostajućeg dela. Neophodno je izgraditi postrojenje za preradu otpadnih voda (dobijena sredstva iz NIP-a), čime bi se prekinulo ispuštanje fekalnih voda preko taložnika u reku Mali Pek;
- Kladovo: neophodno je dovršiti PPOV – postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda (trenutno se fekalna kanalizacija naselja, preko havarijskog ispusta u nedovršenom postrojenju direktno upušta u Dunav) i rešiti problem kanalizacionih ispusta u Dunav kod Tekije, čime se direktno ugrožava izvorište;



- Negotin: izgradnja kanalizacionog sistema za čitavo gradsko područje i aktiviranje postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda, rešavanje sistema odvođenja otpadnih voda u ruralnim sredinama i izgradnja kanizacione mreže i fabrike otpadnih voda u Prahovu (postoji urađena projektna dokumentacija);

**VI Unapređivanje elektroenergetske mreže:** raditi i dalje na održavanju postojeće elektroenergetske mreže i izgradnji nove u onim sredinama gde je ona neodovljnih kapaciteta. Posebnu pažnju posvetiti obezbeđivanju dovoljnih količina električne energije za turističke lokalitete i planirane smeštajne kapacitete i komplekse:

**VII Unapređivanje sistema grejanja u gradovima:** tokom zimske sezone neophodno je u gradskim sredinama uvesti sisteme daljinskog grejanja kako bi se smanjilo zagađivanje iz lokalnih ložišta. U budućnosti trebalo bi planirati i povezivanje na gasovod, čime bi se znatno poboljšao kvalitet vazduha u ovim sredinama.

### Prioritet/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## INTEGRISANI SISTEM TURISTIČKOG OZNAČAVANJA

### Cilj progama

Ovaj program ima za cilj uspostavljanje koherentnog, integrisanog i homogenog sistema turističkog označavanja za gradove, turističke resurse i atrakcije, kao i za turističke usluge. Taj sistem treba da bude tourist-friendly i praktičan i da utiče na povećanje broja poseta turističkim lokalitetima i atrakcijama, a istovremeno da posetiocima uliva poverenje i sigurnost.

### Trenutno stanje

Na prostoru „Donjeg Podunavlja“ ne postoji integrisan sistem turističkog označavanja, sem pojedinačnih slučajeva postavljanja odgovarajućih oznaka na teritoriji Nacionalnog parka „Đerdap“.

### Očekivani rezultati

- potpuno informisanje posetilaca;
- povećanje poseta turističkim lokalitetima i atrakcijama; i
- podizanje nivoa znanja turista i lokalnog stanovništva o turističkim atrakcijama područja „Donje Podunavlje“.

### Benčmark

Privatni biznis



Piktogrami



Informativna karta



## Informacije na internetu

- [www.sefton.gov.uk/page&3179](http://www.sefton.gov.uk/page&3179)
- [www.synectics-inc.net](http://www.synectics-inc.net)
- [www.cheshire.gov.uk/roads/OnlineForms/Applica...](http://www.cheshire.gov.uk/roads/OnlineForms/Applica...)
- [www.gloucestershire.gov.uk/index.cfm?articlei](http://www.gloucestershire.gov.uk/index.cfm?articlei)
- [ims.npt.gov.uk/.../policy\\_traffic\\_signs.aspx](http://ims.npt.gov.uk/.../policy_traffic_signs.aspx)

## Akcioni plan

### I Kreiranje različitih sistema signalizacije:

- Promotivno – obaveštava o glavnim turističkim atrakcijama;
- Destinacijsko – objašnjava put do datih turističkih atrakcija;
- Informativno – pruža informacije o samom lokalitetu ili atrakciji;
- Tematski znaci za itinenrere posebnih interesa.

### II Kreiranje različitih kategorija signalizacije: potrebno je za različite tipove potrošača kreirati različite kategorije signalizacije (panele sa mapama i potrebnim informacijama), kao i panele panoramskih maršruta.

### III Komisija za turističku signalizaciju: ovo telo bi za cilj imalo utvrđivanje potreba i prioriteta kod označavanja, kao i odluka o dizajnu, boji, obliku, materijalima i piktogramima.

## Prioriteti/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## PLANIRANJE I ZAŠTITA PROSTORA NA TERITORIJI TURISTIČKOG PODRUČJA

### Cilj programa

U cilju izgradnje lanca visokih vrednosti na turističkom području „Donje Podunavlje“ neophodno je na vreme i sistematično izvršiti zaštitu, uređenje i rezervisanje prostora na teritoriji čitavog područja, a kroz te akcije zaustaviti njegovo trenutno narušavanje prostora i sprečiti nove pokušaje.

## Trenutna situacija

Turističko područje „Donje Podunavlje“ obuhvata čitavu teritoriju Nacionalnog parka „Đerdap“ i znatan deo njegove zaštitne zone. S toga, a i zbog činjenice da je reč o prostoru koji raspolaže ogromnim turističkim potencijalom u vidu prirodnih i kulturno-istorijskih atrakcija, neophodno je na vreme i sistematično sprovesti akciju zaštite, uređenja, planiranja i zoniranja površina na čitavom području. Postojeće stanje u vidu pojave ilegalne gradnje, smetlišta i deponija unutar strogih zona zaštite i nekontrolisane eksploatacije turističkih resursa, obavezuje na hitne planske akcije.

## Očekivani rezultati

- zaustavljanje svih spontanih i nezakonitih akcija narušavanja i zloupotrebe prostora na teritoriji celog turističkog područja;
- sprovođenje planskih rešenja za čitav prostor, čime bi se obezbedila njegova zaštita i uređenje, kao i održavanje javnih površina;
- regulisanje načina korišćenja površina; i
- jačanje autentične atmosfere turističkih lokaliteta čime se posredno utiče na unapređenje imidža destinacije.

## Benčmark



Nacionalni park, Costa Rica



Uređena vikendica



Kabina na jezeru- uređena obala



Map: Nacionalni park „Central Balkan“ - Bugarskaj

## Informacije na internetu

- [www.forestry.umd.edu/research](http://www.forestry.umd.edu/research)
- [www.wwfca.org](http://www.wwfca.org)
- [www.1-costaricalink.com](http://www.1-costaricalink.com)
- [www.centralbalkannationalpark.org](http://www.centralbalkannationalpark.org)
- [www.fortbraggmwr.com](http://www.fortbraggmwr.com)
- [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk)

## Akcioni plan

- I Izrada Prostornih planova svih opština koje obuhvata turističko područje „Donje Podunavlje“:** u cilju uspostavljanja određenog sistema zaštite, uređenja i korišćenja prostora na čitavom turističkom području, neophodno je doneti na nivou opštine prostorni plan, kao krovni strateški dokument razvoja lokalne zajednice. Važno mesto u tim planovima mora zauzimati turizam, odnosno zaštita, unapređenje i korišćenje prostora za razvoj turizma, a s ciljem razvoja turističkog biznisa kao jedne od vodećih privrednih grana područja.
- II Izrada Prostornog plana područja posebne namene NP „Đerdap“(PPPPN):** ovaj plan je od izuzetnog značaja za adekvatno zoniranje teritorije Nacionalnog parka i uspostavljanje područja zaštite i rezervisanja prostora na teritoriji Nacionalnog parka, ali i na teritoriji njegove zaštite zone koju ovaj plan obuhvata. Osim što se Planom, u osnovi uspostavljaju mere zaštite, unapređenja i korišćenja biodiverziteta i kulturno-istorijskih lokaliteta u NP „Đerdap“, rešavaju se i pitanja: zatvaranja i sanacije postojećih kamenoloma, izmeštanja deponije Donjeg Milanovca i rešavanje nepropisnog odlaganja otpada na teritoriji Nacionalnog parka, kao i regulacija veličine i razmeštaja građevinskog zemljišta van gradskih područja i problem ilegalne gradnje. Posebno pitanje kojim se Plan bavi jeste i uspostavljanje međunarodne saradnje, kako sa zaštićenim oblastima u okolnim državama, tako i na širem međunarodnom planu.
- III Izrada Generalnih urbanističkih planova za gradska naselja:** potrebno je izraditi generalne planove naselja na teritoriji čitavog područja, ukoliko to već nije urađeno, odnosno za one već donete GUP-ove uraditi potrebne izmene i dopune. Pitanja koje ovi planski dokumenti treba da reše, u domenu razvoja turizma, jesu:
- unapređenje gradskih prostornih struktura – izgradnja i poboljšanje pešačkih zona, turističkih itinerera, kao i zelenih površina (uređenje pristupa i uklanjanje arhitektonskih barijera, označavanja, uvođenje neophodne gradske galanterije, stavljanje pomoći lokalnom stanovništvu da estetski uredi svoja dvorišta i zgrade, olakšavanje pristupa rekreacionim i zelenim površinama, njihovo opremanje adekvatnim uslugama i opremom);
  - uvođenje kriterijuma za lokalne biznise i usluge, kao i za uređenje fasada i teresa (posebno važno u pešačkim zonama gde preveliko šarenilo boja i stilova ima suprotan efekata);
  - uvođenje sistema turističke signalizacije u gradovima (promotivne, destinacione i informativne), sa ciljem uspostavljanja eksterne signalizacije (sa glavnih puteva: put od Požarevca, put od Zaječara, put sa magistralnog pravca Požarevac – Kučevo - Negotin), interne signalizacije (unutar destinacije, dolazeći sa glavnih puteva, gde se označavaju glavne atrakcije i interpretacioni centri), kao i različitih kategorija signalizacije (tematski znakovi specijalnih interesa i obilazaka i informacioni panoi sa mapama, važnim telefonima, informacijama o atrakcijama i sl).
- IV Izrada ostalih urbanističkih planova:** podrazumeva dalju razradu prostornih i generalnog plana čime se do detalja razmatraju pitanja namene i korišćenja površina u delu naselja za koji se plan radi, nekog turističkog lokaliteta ili dela opštine. Važno je napomenuti da se detaljnim urbanističkim planovima i planovima opšteg uređenja, kao i urbanističkim projektima, sprečava stihijska upotreba prostora, odnosno narušavanje vrednosti datih turističkih atrakcija i lokaliteta. Ove planove bi trebalo uraditi za uža gradska jezgra Velikog Gradišta, Golupca, Donjeg Milanovca, Kladova i Negotina, zatim obalske pojaseve gradova

koji izlaze na Dunav, kao i za TZ „Beli Bagrem“ (u fazi usvajanja), lokalitet „Lepenski vir“ (donet), selo Tekiju, negotinske pivnice i prostore koji su strateški važni za funkcionisanje naselja (izvorišta voda, i sl).

Ovde bi trebalo posebno apostrofirati značaj zaštite prostora pivnica koje predstavljaju jedinstveni kompleks narodnog graditeljstva. Zbog svog velikog turističkog potencijala nadležne institucije (Zavod za zaštitu spomenika kulture i Ministarstvo kulture) moraju staviti pivnice pod najviši stepen zaštite i strogo kontrolisati procese rekonstrukcije i građenja koje preduzimaju vlasnici objekata.

**V Kontrola i upravljanje ilegalnom gradnjom:** problem ilegalne gradnje evidentiran je u svim gradskim naseljima turističkog područja „Donje Podunavlje“, u pojedinim seoskim sredinama i na lokalitetim u blizini određenih turističkih atrakcija. Ilegalnom gradnjom narušava se estetika i funkcionisanje datog prostora, pa stoga u cilju njenog sprečavanja neophodno je stvoriti kontrolne procedure, posebno unutar teritorije Nacionalnog parka. Potrebno je sprovesti akcije na privođenju nameni već izgrađenih ilegalnih objekata (ukoliko ne postoji mogućnost njihovog uklanjanja) ili čitavih naselja (vikend naselja Usje i Vinci).

**VI Zaštita prirodnih i kulturno-istorijskih vrednosti Nacionalnog parka:** u skladu sa razgraničenjem stepena zaštite područja Nacionalnog parka, opštim uslovima zaštite prirode, prirodnih vrednosti i nepokretnih kulturnih dobara, u aktivnostima na zaštiti i unapređenju ovih vrednosti na području Nacionalnog parka primenjivaće se mere koje obezbeđuju:

- očuvanje, zaštitu i unapređenje biodiverziteta, posebnih prirodnih i kulturnih vrednosti Nacionalnog parka, uz strogu zaštitu pojedinačnih pojava prirodnih i kulturno-istorijskih vrednosti izuzetnog i velikog značaja u zonama i na lokalitetima režima zaštite I stepena;
- integralnu zaštitu ekosistema i kulturnih dobara, pojedinih vrsta flore i faune i njihovih staništa;
- usmereno iracionalno korišćenje prirodnih resursa na način i u meri koja obezbeđuje njihovu trajnost, očuvanje stabilnosti ekosistema, očuvanje pejzažnog lika predela i striktno poštovanje uslova pod 1);
- stvaranje uslova za rekonstrukciju i revitalizaciju izmenjenih i degradiranih delova prirode radi podizanja nivoa kvaliteta životne sredine područja.

**VII Sprovođenje sanacije, rekultivacije i ekoremedijacije:** na prostoru „Donjeg Podunavlja“ postoji jedan broj žarišnih tačaka ugrožavanja životne sredine kojima treba hitno pristupiti kroz akcije sanacije, rekultivacije i ekoremedijacije: sanacija i rekultivacija komunalnih deponija, ekoremedijacija Srebrnog jezera, sanacija i rekultivacija kamenoloma, sanacija i rekultivacija kopova, ekoremedijacija reke Pek i Kisiljevačke reke, sanacija sistema jalovišta „Valja Fundata“ i „Šaški potok“ rudnika bakra „Majdanpek“.

**VIII Monitoring, kontrola kvaliteta i unapređivanje stanja životne sredine u zaštićenim područjima:** u cilju implementacije donetih planskih dokumenata neophodno je uspostaviti sistem monitoringa i kontrole kvaliteta životne sredine na čitavom prostoru „Donjeg Podunavlja“, sa posebnim naglaskom na teritoriju Nacionalnog parka. Ovaj sistem bi se tehnički zasnivao na dobro osmišljenom i kreiranom informacionom sistemu, preko koga bi se efikasno pratile sve promene koje se dešavaju u prostoru i unosile u postojeće baze podataka, te sagledavale moguće posledice ili scenarija (modelovanje). Za prostor Nacionalnog parka od velike važnosti za upravljanje bilo bi uvođenje GIS-a čime bi se omogućilo kontinuirno praćenje (prostorno i vremenski): promena u nameni površina na području parka, promena faunističkih vrsta, biljnih formacija, stanja arheoloških



lokaliteta i kulturno-istorijskih atrakcija, ulaska i kretanja turista uz vizuelno prikazivanje svih promena u bazi podataka, odnosno svakog koraka u procesu modelovanja.

### Prioritet/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## UNAPREĐENJE TURISTIČKIH RESURSA

### Cilj programa

Program ima za cilj podizanje nivoa kvaliteta turističkih resursa na turističkom području „Donje Podunavlje“, kao i celokupne turističke ponude kroz integrisanje turističkih proizvoda.

### Trenutno stanje

Na prostoru „Donjeg Podunavlja“ skoncentrisan je veliki broj prirodnih i antropogenih turističkih resursa, koji se do sada nisu u dovoljnoj meri koristili. S toga je neophodno poboljšati atraktivnost svih turističkih resursa, kako bi se stvorio preduslov za izgradnju lanca visokih vrednosti koji bi omogućio ostvarivanje zadate vizije.

### Očekivani rezultati

- povećanje opšte dostupnosti turističkih atrakcija;
- zaštita, uređenje i uključivanje turističkih atrakcija u turističku ponudu destinacije;
- uređenje okolnog pejzaža; i
- mogućnost diversifikacije proizvoda i aktivnosti na području „Donjeg Podunavlja“.

### Benčmark



*Planinsko podnožje*



*Florističke zajednice*



*Prirodna bogatstva – vodopad*

### Informacije sa interneta

- [www.masterlyinactivity.com/umbria/forcella.html](http://www.masterlyinactivity.com/umbria/forcella.html)
- [www.masterlyinactivity.com/umbria/bove.html](http://www.masterlyinactivity.com/umbria/bove.html)
- [www.gyorgyigabor.hu/turaajanlo\\_kepek](http://www.gyorgyigabor.hu/turaajanlo_kepek)
- [www.romaniatravel.com](http://www.romaniatravel.com)
- [www.mobot.org/MOBOT](http://www.mobot.org/MOBOT)
- [www.colorado.com](http://www.colorado.com)

## Akcioni plan

- I Kreiranje integriranih turističkih proizvoda koristeći prirodne i antropogene turističke atrakcije:** obuhvatalo bi uvođenje određenih procedura koje bi omogućile stvaranje turističkih proizvoda i aktivnosti na bazi postojećeg potencijala, kao i kreiranje itinerera u celom području koji bi obuhvatali najvažnije turističke atrakcije.
- II Program zaštite i unapređenja prirodnih resursa:** najveća koncentracija prirodnih atrakcija je na teritoriji Nacionalnog parka, zbog čega bi trebalo stvoriti uslove u kojima bi posetioци Nacionalnog parka mogli da posmatraju floru i faunu, kao i geomorfološke i hidrološke resurse, a bez ugrožavanja biodiverziteta (utvrđeni itinereri uz obavezne vodiče, stroga kontrola kretanja i odlaganja otpada). Remedijacija reka i jezera je obavezna jer je potrebno obezbediti višenamensku upotrebu i istovremeno dobro ekološko stanje u njima. Oko prirodnih atrakcija (Rajkova pećina, izvori, Vratanske kapije, Mokranjske stene, Stevanjske livade, vidikovci, Boljetinska klisura i dr) potrebno je urediti izletišta: obezbediti pristupni put, parking prostor za kolektivne i individualne posete (ukoliko nisu zone strogih rezervata), urediti pešačke pristupne staze (ne duže od 1 km), postaviti info-punkt sa vodičem i suvenirnicom, otvoriti servisno-ugostiteljske objekte sa WC-om, obezbediti prostor za piknik sa mestom za loženje vatre (samo na teritoriji van Nacionalnog parka), otvoriti objekte sa kantama za prihvatanje smeća, postaviti informativne table i sprovesti turističko označavanje, kao i komunalno opremanje lokacije.
- III Program zaštite i unapređenja kulturno-istorijskih atrakcija:** podizanje nivoa atraktivnosti moguće je ostvariti kroz poboljšanje dostupnosti ovih atrakcija, sprovođenje konzervacije i njeno kontinuirano održavanje, označavanje i postavljanje pratećih sadržaja (prodavnice suvenirа, vodiči, prostor za odmor – parkinzi i terase). Slično kao i kod uređenja izletišta, prostor oko kulturno-istorijskih atrakcija neophodno je zaštititi, urediti i privesti turističkoj nameni (odmorišta, komunalna opremljenost, prodavnice suvenirа)
- IV Stvaranje Komisije za monitoring turističkih atrakcija:** Komisija bi trebalo da nadgleda stepen ugroženosti, odnosno eksploatacije pojedinih turističkih atrakcija i lokaliteta, da odlučuje o potrebama i prioritetima njihovih poboljšanja i da predstavlja vezu sa telima koja su nadležna za zaštitu, unapređenje i korišćenje prostora na datim lokalitetima (predlaže korake za sankcionisanje neadekvatnih ponašanja turista i lokalnog stanovništva, kao i neadekvatnog korišćenja datih resursa).

## Prioritet/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## KONVERZIJA STARIH GRADSKIH JEZGARA

### Cilj programa

Stara gradska jezgra (čaršije) imaju posebnu atmosferu koja posetioce vraća u prošla vremena i dočaravajući im život podunavskih varoši iz XIX veka. Stare zgrade i objekti specifične arhitekture i stilova čine prostorno-ambijentalne ciline gradova čijom se konzervacijom i zaštitom unapređuje imidž i pozicioniranje kako datih gradova, tako i čitave destinacije.

### Trenutna situacija



*Kladovo*



*Veliko Gradište*



*Negotin*

### Očekivani rezultati

- unapređenje istorijskih jezgara gradova i atrakcija koje se nalaze u njima;
- očuvanje tradicionalne arhitekture i konzervacija istorijskih lokaliteta;
- sprečavanje uništavanja istorijskih zgrada, mesta i atrakcija; i
- uključivanje konzerviranih starih gradskih jezgara u turističku ponudu datog područja.

### Benčmark



*Trgovački deo*



*Uređena ulica*



*Uređen trg sa fontanom*

### Informacije sa interneta:

- [www.lbwf.gov.uk/index/environment/envpl-page1/envpl-page5/envpl-page5d.htm](http://www.lbwf.gov.uk/index/environment/envpl-page1/envpl-page5/envpl-page5d.htm)
- [www.urbandesignconcepts.com](http://www.urbandesignconcepts.com)
- [www.parisdaily.hi-fipop.com](http://www.parisdaily.hi-fipop.com)
- [www.horizonsunlimited.com/.../2005\\_06.php](http://www.horizonsunlimited.com/.../2005_06.php)
- [www.relocalize.net/taxonomy/term/188](http://www.relocalize.net/taxonomy/term/188)

## Akcioni plan

**I Konzervacija istorijskih zgrada:** krećenje i sređivanje fasada (kroz program partnerstva lokalne samouprave i vlasnika), čišćenje i uređenje enterijera zgrada, očuvanje arhitektonskog stila i dizajna, popravke krovnih konstrukcija i podrumskih prostorija. Na području „Donjeg Podunavlja“ sledeća gradska naselja poseduju arhitektonske celine sa starim zgradama i objektima koja treba zaštititi, urediti i uključiti u turističku ponudu:

- stara „gradištanska čaršija“ obuhvata stare zgrade muzeja, galerije, visitorski centar u duhu tradicionalne arhitekture, turistički informacioni centar, park, šetalište – kej i pristanište, kojim čaršija izlazi na Dunav;
- staro jezgro Golupca direktno se oslanja na dunavsku obalu, te će njegovo uređenje biti prezentirano detaljnije kroz Program Waterfront conversion;
- staro gradsko jezgro predstavljala bi „stara porečka čaršija“, koja treba da obuhvati: uređen turistički kompleks nekadašnje porečke čaršije sa objektima koji nedostaju u rekonstruisanom stanju i namenom specifične turističke ponude, prostor za posetioce, prostor za održavanje manifestacija i ostalih aktivnosti turističkog centra, parking, šetalište-dunavski kej, gradsku plažu, letnju pozornicu, Kapetan Mišin konak i Tenkina kuća (sa rekonstruisanim - „novoizgrađenim objektima“- replikama: Kapetan Mišina rodna kuća i gradska Porečka kuća). Detaljniji prikaz biće dat u *Programu Waterfront conversion*;
- glavna ulica u Kladovu prestavlja ujedno njenu pešačku zonu i staro jezgro grada u kome su očuvane zgrade iz perioda kladovske stare čaršije XIX veka. Duž čitave ulice, osim uređenja zgrada, potrebno je izgraditi sistem usluga sa trgovinom, ugostiteljskim objektima, klupama za odmor, dok posebnu draž predstavlja činjenica da se ulica nadovezuje na dunavski kej – šetalište sa kojim bi trebala da čini jednu prostorno-ambijentalnu celinu;
- staro gradsko jezgoro Negotina čine dve centralne ulice, gradski park i dva velika gradska trga (zgrada osnovne škole, zgrada gimnazije, muzej Hajduk Veljko, hajduk Veljkova barutana, kompleks Mokranjčeve kuće, crkva Sv. Trojice, crkva Sv. Bogorodice, Muzej Krajine), kao i manji gradski trgovi (Trg Đorđa Stanojevića i Trg Stevana Mokranjca), gradski park, trgovački i ugostiteljski objekti u ulicama: Kneza Mihajla, Vojvode Mišića, Stanka Paunovića.

**II Konzervacija ulica i pešačkih zona:** očuvanje izgleda ulica, pešačkih zona i trgova, kao i korišćenje materijala koji je autentičan za dati istorijski period (kaldrmisane ulice i sl). Obezbeđivanje gradske rasvete u vidu kandelabra, opremanje pešačkih zona klupama za odmor u tradicionalnom stilu, uređenje zone zelenilom i odgovarajućom opremom (korpe za otpatke posebno dizajnirane, kao i kontejneri, gradske česme i fontane uređene u tradicionalnom stilu) i zabrana motornog saobraćaja u ovom delu grada.

**III Formiranje stručne komisije:** njen zadatak bi bio da isplanira, nadzire imlementaciju i kontroliše radove na konverziji, a obuhvatala bi stručnjake različitih oblasti: istoričare, građevinare, arhitekte i prostorne planere. Osnovni koraci koje komisija treba da sprovede jesu: evaluacija prioriteta konverzije, pribavljanje dozvola za sprovođenje konverzije (građevinske dozvole i dozvole *Zavoda za zaštitu spomenika kulture*), određivanje tehnika i materijala konzervacije, kolorit fasada, obezbeđivanje priključaka prema ulicama (struja, telefon, voda i kanalizacija, kablovska), ostvarivanje javno-privatnog partnerstva

kao vid pomoći za realizaciju konzervacije, promotivna kampanja u cilju informisanja loklanog stanovništva i buđenja njegove svesti o potrebi sprovođenja konverzije.

**IV Kreiranje sistema usluga:** potrebno je konzervirano staro jezgro „oživeti“, pri čemu pored postojeće stambene funkcije, treba predvideti trgovačke i zanatske radnje koje upotpunjuju atmosferu varoši iz XIX veka (ponovo uvesti radnje sa starim zanatima čiji bi proizvodi mogli da se kupuju kao suveniri, trgovine koje bi prodavale savremenu robu), kao i ugostiteljske objekte (dominirale bi kafane kao tipični ugostiteljski objekti srpske varoši XIX veka, uređene u tradicionalnom stilu i sa menijem koji odgovara tradicionalnoj srpskoj i lokalnoj kuhinji). Moguće je pojedine kulturne i muzičke događaje integrisati u ambijent starih gradskih čaršija (*Mokranjčevi dani* i *Stvralački dani* u Negotinu, *Kladovsko leto* i *Etnofestival istočne Srbije* u Kladovu, *Uskršnji dani folkloru*, *Jorgovan fest* i *Đerdap u pesmi i igri* u Donjem Milanovcu, *Carevčevi dani* u Velikom Gradištu). Potrebno je iz ovih celina izmestiti one sadržaje koji potpuno remete izgled i funkciju stare varoši svojim postojanjem i modernističkim stilom.

### Prioritet/troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

## PROGRAM WATERFRONT KONVERZIJE

### Cilj programa

Programom waterfront konverzije izvršiće se uređenje priobalnih delova i njihovo stavljanje u funkciju turizma, pri čemu će se raznovrsnim sadržajima na datom prostoru dodatno upotpuniti turistička ponuda dunavskih naselja, odnosno čitavog područja Donje Podunavlje i time pospešiti njihovo bolje pozicioniranje.

### Trenutno stanje

Naselja Veliko Gradište, Golubac, Donji Milanovac i Kladovo trenutno imaju potpuno neuređene obalske delove kojima izlaze na reku i nemaju adekvatan spoj gradskog tkiva sa rekom. U sklopu prostora koji se ima urediti nalaze se i objekti za pristajanje brodova i jahti, tako da se turistička infrastruktura mora uklapati u idejno rešenje uređenja priobalnog pojasa.

### Očekivani rezultati

- uređenje prostora priobalja dunavskih mesta uz jasnu koncepciju namene i korišćenja prostora;
- jačanje specifičnosti u arhitekturi i funkcijama priobalnog dela naselja;
- kreiranje pratećih sadržaja kojima se upotpunjuje turistička ponuda;
- podizanje nivoa kvaliteta čitave destinacije; i
- podizanje nivoa kvaliteta ukupnog pejzaža.



## Benčmark



*Vodeni vrtovi*



*Interaktivne igre*



*Noćni život priobalja*



*Taxi služba na reci*



*Marina sa šetalištem*



*Restoran na obali*



*Komercijalni sadržaji*

## Informacije na internetu

- [www.tourismvictoria.com.au](http://www.tourismvictoria.com.au)
- [www.doughoughton.com/webpage/page/page010.html](http://www.doughoughton.com/webpage/page/page010.html)
- [www.cityofwpb.com/waterfront/presentation.pdf](http://www.cityofwpb.com/waterfront/presentation.pdf)
- [www.myhamilton.ca](http://www.myhamilton.ca)
- [www.cedoburlington.org/waterfront/plan/watrevsection5j.htm](http://www.cedoburlington.org/waterfront/plan/watrevsection5j.htm)
- [www.visitbritain.com/.../portsmouth\\_home.aspx](http://www.visitbritain.com/.../portsmouth_home.aspx)

## Akcioni plan

- I Izmeštanje tranzitne saobraćajnice (Đerdapska magistrala):** ovim se oslobađa značajan deo tkiva grada u priobalnoj zoni, koji može prerasti u turističko jezgro grada sa izlaskom na reku (Golubac), odnosno sprečava se ulazak tranzitnog saobraćaja unutar gradova (D.Milanovac, Kladovo).
- II Donošenje planova detaljne regulacije:** za priobalni prostor naselja uz Dunav potrebno je doneti planski dokument kojim bi se revolucionarno podigao kvalitet urbanog tkiva uz reku i kojim bi se predvidele odgovarajuće mere u cilju adekvatnog uređenja i konverzije priobalja (posebno je važana infrastrukturna opremljenost);
- III Zaštita, konzervacija i uređenje priobalja:** potrebno je konzervatorskim radovima, koristeći u arhitektonskim sklopovima mogućnosti malog urbanizma uz korišćenje voda, stvoriti ambijentalno-humanu celinu (hortikulturno uređenje – vodeni vrtovi, kolorit koji će davati fasade, izlozi, tremovi i terase sa

nadstrešnicama, tendama i suncobranima uz probrani mobilijar od drveta, pruća i bambusa, prodavnice suvenira, kafići i terase, restorani sa ribljim i nacionalnim specijalitetima). Pešačke površine i staze prilagoditi željenom ambijentu uz uslove lakog održavanja travno-cvetnih površina i otvaranje (ukoliko postoje mogućnosti) trga druženja/dobrodošlice. Održavati visok nivo čistoće priobalnog područja, naročito u zoni pristana i marina;

- IV Obezbeđivanje dostupnosti:** više pristupa sa vode preko plutajućih pontona na šipovima a rasvetom povezanih zglobnim mostićima sa obalom-kejom, a radi pristajanja jahti, brodića i čamaca (moguće je povećati atraktivnost uz korišćenje atraktivnih svetlosnih efekata noću). Uređene marine i pristani nadovezuju se na prostor trga dobrodošlice/druženja, gde se nalazi i informativni centar. Uređenje prilaza iz pravaca grada, a kroz spoj gradskog tkiva sa priobaljem (povezivanje starih čaršija sa priobaljem). Formirati intenzivnu taxi službu na vodi, kao i stalnu lokalnu brodsku vezu (do 50 putnika) na više relacija duž Dunava;
- V Unapređenje aktivnosti u priobalnoj zoni naselja:** otvaranje više punktova za pecanje, povezivanje uređenog priobalja sa plažama i aktivnostima na vodi, slikari i ulični umetnici, manifestacije koje se organizuju u ambijentu priobalja.

### Prioritet i troškovi

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok



# **POSEBNI PROGRAMI KONKURENTNOSTI**





## SISTEM VIDIKOVACA U NACIONALNOM PARKU „ĐERDAP“

### Trenutna situacija



Područje Nacionalnog parka „Đerdap“ pretežno je brdsko-planinskog karaktera jer se neposredno uz obalu Dunava uzdižu litice Severnog Kučaja i Miroča. Na ovim planinama postoji veliki broj lokacija koje pružaju atraktivne poglede na klisuru Đerdapa i Dunav, rumunsku stranu Dunava i padine Karpata, ali i na interesantne lokalitete i naselja koji se nižu duž dunavske obale i u dunavskom zaleđu.

### Očekivani rezultati

Mogućnost izgradnje sistema vidikovaca na području NP „Đerdap“ upotpunila bi turističku ponudu destinacije i doprinela njenom boljem pozicioniranju i atraktivnijem imidžu.

### Benčmark



*Uređeni vidikovac*



*Vidikovac u Švajcarskoj*



*Pogled sa vidikovca  
(NP Central Balkan)*

### Informacije sa interneta

- [www.holidaychalet.com](http://www.holidaychalet.com)
- [www.holidaychalet.com](http://www.holidaychalet.com)
- [www.centralbalkannationalpark.org](http://www.centralbalkannationalpark.org)
- [www.centralbalkannationalpark.org](http://www.centralbalkannationalpark.org)
- [www.spavillage.ch](http://www.spavillage.ch)
- [www.masterlyinactivity.com/umbria/collepino.html](http://www.masterlyinactivity.com/umbria/collepino.html)

## Koncept



Sistem vidikovaca na području NP „Đerdap“ treba izgraditi na bazi postojećih, označenih tačaka sa kojih se pružaju atraktivni pogledi prema Dunavu i klisuri, odnosno okolnom prostoru, kao i na potencijalnim visinskim tačkama koje se naknadno mogu uključiti u ovaj sistem. Potpuni doživljaj posete vidikovcima mora obuhvatiti kvalitetno dizajnirane platforme sa potrebnim informacijama i opremom (durbini, dvogledi).

## Struktura

Mrežu vidikovaca na ovom prostoru činili bi:

- vidikovac Crni vrh (624 m nv) koji se uzdiže nad dolinom Boljetinske reke i odakle se pruža pogled na Nacionalni park, Dunav i Rumuniju;
- veći broj vidikovaca duž pešačke staze Bosman – Sokolac (683 m nv) koja ide grebenom Kučajskih planina i odakle se pruža pogledom na klisuru Gospodin vir i rumunski park sa druge strane reke;
- više vidikovaca duž pešačke staze Čoka Njalta – Pesača (Čoka Njalta 668 m nv) sa kojih pogled "puca" na sve strane;
- vidikovac Šomrdski kamen (803 m nv) je najviša tačka i jedan od najlepših vidikovca u Nacionalnom parku, sa pogledom na Strakovicu, Boljetinsku reku i Severni Kučaj;
- vidikovac iznad kanjona Boljetinske reke odakle se pruža pogled na sam kanjon i njegove litice i okolni prostor;
- vidikovac na kupastom uzvišenju Glavica (286 m nv) iznad Donjeg Milanovca, sa koga se pruža pogled na Donjomilanovačku kotlinu i Porečki zaliv;
- veći broj vidikovaca duž pešačke staze prema Velikom i Malom Štrpcu, među kojima su najznačajniji vidikovci Veliki Štrbac (768 m nv) i Mali Štrbac (626 m nv), sa kojih se može posmatrati i uživati u pejzažima Kazana iz "ptičje" perspektive.

Ova mreža vidikovaca može i treba da se integriše sa mrežom pešačkih staza i panoramskih puteva, kojima bi sistem vidikovaca postao umrežen. Svaka visinska tačka morala bi biti adekvatno opremljena: dobar prilaz do vidikovca, označavanje (informacione ploče sa osnovnim podacima o lokalitetu i objašnjenjima svih atrakcija koje se odatle mogu posmatrati), opremljenost dvogledima ili durbini, kao i mestima za fotografisanje, adekvatnim obezbeđenjem za posetioce (drvene ograde i sl).

## Ciljna tržišta

Svi posetioci Nacionalnog parka jesu nezaobilazni gosti i vidikovaca, posebno oni koji su željni aktivnog odmora i pešačkih tura: parovi, porodice sa decom, mladi i ljudi trećeg doba (uz adekvatan prevoz).

## Zahtevi

Neophodno je razraditi do detalja projekat sistema vidikovaca uz mogućnost integrisanja onih visinskih tačaka koje u prvoj fazi nisu ušle u mrežu vidikovaca.

## PANORAMSKI PUTEVI

### Tenutna situacija



Turističko područje „Donje Podunavlje“ karakteristično je po smenama ravničarskih terena Braničeva i Negotinske krajine i brdsko-planinskih prostora Severnog Kučaja, Miroča i Deli-Jovana. U takvom geomorfološkom, ali i hidrološkom i biogeografskom izobilju i bogatstvu kulturno-istorijskih spomenika, čitavo područje dobija jednu novu dimenziju kroz panoramsko razgledanje i uživanje u prelepim pejzažima.

Sistem panoramskih puteva na ovom području trenutno ne postoji, ali su evidentirane moguće rute duž kojih se mogu organizovati panoramska razgledanja.

### Očekivani rezultati

Uz postojanje pešačkih staza sa sistemom vidikovaca i staze zdravlja, panoramski putevi doprinose ukupnoj vrednosti i atraktivnosti čitavog područja, pri čemu posetioci mogu kroz panoramsko razgledanje da stvore sliku izobilja koje Dunav pruža u ovom delu svog toka.

### Benčmark



*Panoramski put kroz ruralnu pastoralu*



*Panoramski pogled na planinu Ypsilon*



Panorana, vrh "Medvezhij"



Panoramski put

## Informacije sa interneta

- [www.cha-llp.com/go/project/green-county-routes](http://www.cha-llp.com/go/project/green-county-routes)
- <http://www.lkirchner.de/kodar/kodar.html>
- <http://www.colorado.com>
- <http://www.bulgariannationalparks.org>
- [www.ram.org/.../south\\_asia\\_trip\\_highlights.html](http://www.ram.org/.../south_asia_trip_highlights.html)

## Koncept

Panoramski putevi unutar Nacionalnog parka „Đerdap“ treba da omoguće posetiocima uživanje u prirodnim atrakcijama i prelepim pejzažima Dunava i njegovih obala, ali i dunavskog planinskog zalada. Posetioci koji obilaze Nacionalni park na ovaj način treba da steknu savršen utisak retke lepote koju nudi panoramska vožnja kroz krajolike Đerdapa, uz mogućnost zaustavljanja na posebno atraktivnim tačkama (vidikovci, sela, kanjoni, pećine). Panoramski putevi na području Negotinske krajine, sa druge strane, pružaju posetiocima jedinstvenu mogućnost da posmatraju i uživaju u pastoralnom, blago zatalasanom vinogorju negotinskih sela i prelepih pejzaža.

## Struktura

Mreža panoramskih puteva treba da prekrije najatraktivnije oblasti čitavog područja „Donje Podunavlje“:

- panoramski put „Đerdapska magistrala“ – sa restrikcijom i izmeštanjem teškog transporta sa trase Đerdapske magistrale, ovaj put bi se transformisao u panoramski put visokog stepena atrakcije koji prolazi kroz Nacionalni park i prati tok Dunava njegovom obalskom linijom, sa mogućnostima zaustavljanja kod interesantnih lokaliteta ili uključivanja na neki od panoramskih puteva unutar Nacionalnog parka;
- grebenski panoramski put – prati sistem postojećih šumskih i seoskih puteva od vidikovca Šomrde do vidikovca Veliki Štrbac, a preko Boljetina, Strnjaka, Omana, Velikog Liškovca, Šopota, Topolnice i grebenom do Velikog Štrpca;
- panoramski put Donji Milanovac – Majdanpek, koji je asfaltiran put i vodi od Donjeg Milanovca preko Omana do Majdanpeka, prolazeći kroz jedan od najlepših delova Nacionalnog parka, obrastao raznovrsnom i bujnom šumskom vegetacijom;
- panoramski put Donji Milanovac – Veliki Štrbac, postojeći panoramski put, posut tucanikom, koji vodi do vidikovca na Velikom Štrpcu i koji je prohodan za terenska vozila (nije u planu njegovo asfaltiranje jer zalazi u zonu predeone celine posebnih odlika – I stepen zaštite);



- panoramski put donji Milanovac – Negotin, put koji prolazi kroz brdsko-planinski kraj Nacionalnog parka i njegove zaštitne zone, nastavljajući ka teritoriji negotinske opštine, odnosno atara njenih sela (preko Mosne, Klokočevca, Štubika, Plavne i Jasenice do Negotina). Pruža mogućnost obilaska atraktivnih tačaka kao što su Rudna Glava, Vratanjske kapije i Šarkamena;
- panoramski put negotinskog vinogorja – vodi od Negotina preko sela Mokranje, Rajac, Smedovac, Rogljevo i Tamnič, sa prelepim pogledima na blago zatalasano pobrđe Negotinske krajine, prekriveno vinogradima, voćnjacima i pašnjacima.

### Ciljna tržišta

Ciljna tržišta predstavljaju široka lepeza posetilaca jer mreža panoramskih puteva omogućava veću mobilnost turista radi uživanja u prelepim krajolicima i turističkim atrakcijam pored kojih se prolazi. Svi koji vole prirodu i nestvarne predele prirodnih lepota korisnici su ovog proizvoda: kruzeri, porodice sa decom, mlađi parovi, posetiooci posebnih interesa, ljudi trećeg doba.

### Zahtevi

Za uključivanje panoramskih puteva u turističku ponudu destinacije, neophodno je stvoriti određene preduslove:

- izmeštanje teškog transporta sa Đerdapske magistrale i njegovo preusmeravanje na put M24;
- izgradnja nedostajućih deonica panormaskih puteva, rekonstrukcija postojećih i njihovo kontinuirano održavanje;
- kategorizacija panormaskih puteva za različit tip prevoznih sredstava (turistički autobusi, putnička vozila, terenska vozila);
- turističko i drumsko označavanje panoramskih puteva (sa svim promotivnim, destincaijskim i informativnim sadržajima, kao i neophodnom drumskom signalizacijom); i
- uređenje parkinga i mesta za zaustavljanje sa adekvatnim sadržajima i opremom (komunalna opremljenost, prodavnice suvenira, restorani).

Potrebno je detaljno razraditi projekat za svaku trasu panoramskog puta sa potrebnom dokumentacijom koja se tiče opravdanosti izabrane trase, detaljne analize svih atrakcija koje ona pokriva, potrebnom infrastrukturom i ulaganjima, potrebnim monitoringom i kontrolom kvaliteta.



## STAZA ZDRAVLJA „JEZERO BALTA ALU ŠONTU“

### Trenutna situacija

Donji Milanovac sa hotelskim kompleksom „Lepenski vir“ prepoznatljiv je dugo godina unazad kao tradicionalno mesto za okupljanje poslovnog sveta na seminarima i sportista na pripremama. Kompleks hotela nudi raznovrsne sadržaje u neposrednom okruženju i širem prostoru, koji su u funkciji priprema sportista, ali i rekreacije ostalih gostiju.

### Očekivani rezultati

Pounuda aktivnosti sa akcentom na rekreaciju i zdravlje doprineće još boljem imidžu i pozicioniranju, kako samog kompleksa, tako i celokupne destinacije.

### Benčmark



*Pešačenje*



*Uređenje staze*



*Aktivnosti uz stazu*

### Informacije sa interneta

- [www.rockfordparkdistrict.org/paths.html](http://www.rockfordparkdistrict.org/paths.html)
- [www.hpb.gov.sg](http://www.hpb.gov.sg)
- [www.viagensmaneiras.com/viagens/fozdoiguacuING.htm](http://www.viagensmaneiras.com/viagens/fozdoiguacuING.htm)
- [www.romaniatravel.com](http://www.romaniatravel.com)
- [www.caravan-sitefinder.co.uk/parks/2585/view](http://www.caravan-sitefinder.co.uk/parks/2585/view)
- [www.leisuregallery.ca/events\\_and\\_projects/leisure-research-and-development-residency](http://www.leisuregallery.ca/events_and_projects/leisure-research-and-development-residency)

### Koncept

Staza zdravlja poklapa se jednim delom sa pešačkom stazom Jezero Balta Alu Šontu-Glavica koja je dužine 5 km (oko 3 km udaljenosti od Donjeg Milanovca, odnosno oko 2,5 km od hotelskog kompleksa). Na stazi postoje tačke (od 7-10) sa ponudom aktivnosti i fokusom na fitnes i zdravlje, pri čemu se na svakoj zaustavnoj tački nalaze informacije sa opisom lokacije i preporučenim aktivnostima, kao i njihovom uticaju na zdravlje.

### Struktura

Staza zdravlja kreće od hotela „Lepenski vir“, nastavlja se uz Paprenički potok i izlazi na jezero Balta Alu Šontu. To je zaštićeno područje spomenika prirode, sa raznovrsnim

biljnim formacijam i raznovrsnim ptičijim vrstama. Staza je nagiba oko 10% i spada u lake staze za pešačenje.

Staza zdravlja, sem standardnih sadržaja, može uključivati i neke dodatne (staze sa različitim podlogama, odmorišta sa baštama planinskog bilja).

### Ciljna tržišta

Gosti hotela „Lepenski vir“ i Donjeg Milanovca mogu upotpuniti ponudene sadržaje i ovim proizvodom, a naročito se to odnosi na: sportiste, rekreativce, goste koji su na seminarima i radionicama koje mogu uključivati i programe u prirodi.

### Zahtevi

- precizno definisanje trase staze sa detaljnim opisom izdvojenih tačaka i predloženim aktivnostima;
- detaljna razrada sadržaja svake tačke;
- označavanje staze; i
- njeno održavanje i opremanje.

## NAUČNO-EDUKATIVNI PARK „ĐERDAP“

### Trenutno stanje



Obilje prirodnih i kulturno-istorijskih atrakcija razmešteno je na đerdapskom sektoru Dunava i u njegovom zaleđu (zaštitini pojas Nacionalnog parka). Raznovrsnost geoloških formacija (kanjon Boljetinske reke, Gradašnice), različitih geomorfoloških oblika (klisure, kanjoni, pećine, jame, ponori, prerasti, planine), hidroloških pojava (reke, jezera, izvori) i specifične flore i faune na teritoriji Nacionalnog parka „Đerdap“ predstavljaju predmet istraživanja mnogih oblasti (geologije, geografije, hidrologije, biologije, spleologije). Sa druge strane arheolozi, etnolozi, istoričari, tehnolozi, ekolozi i sociolozi imaju podlogu za svoja istraživanja: arheološki i istorijski lokaliteti, sela sa različitim etničkim grupama i interesantnim običajima i tradicijom, kao i savremna tehnologija i eksploatacija prirodnih resursa (rudarski basen Majdanpek).

### Očekivani rezultati

Uspostavljanje jednog ovakvog parka omogućilo bi uključivanje naučnih i edukativnih programa u postojeću turističku ponudu turističkog područja „Donje Podunavlje“. Park bi jednim delom bio usmeren ka naučnim radnicima različitih disciplina koji bi u okruženju obilja prirode i kulture mogli da se bave svojim istraživanjima, dok bi drugim delom bio posvećen prihvatanju grupa učenika i studenata sa kojim bi se sprovodili različiti edukativni programi, kao i posetilaca parka koji žele da saznaju i nauče nešto više.

## Benčmark



*Naučni centar u Kanadi*



*Prezentaciona sala*



*Laboratorija centra*



*Centar za istraživanje flore, Indija*



*Učenje u prirodi*



*Speleologija*

## Informacije na internetu

- [wetlandsofindia.org/sacon/aboutus.html](http://wetlandsofindia.org/sacon/aboutus.html)
- [www.sbrca.ca/index.php?pid=12810](http://www.sbrca.ca/index.php?pid=12810)
- [www.ecosystems.sk/](http://www.ecosystems.sk/)
- [www.pc.gc.ca/canada/decouvertes-discovery/images/centre\\_drawing-pic\\_e.asp](http://www.pc.gc.ca/canada/decouvertes-discovery/images/centre_drawing-pic_e.asp)
- [www.4seasons.co.uk/contact.htm](http://www.4seasons.co.uk/contact.htm)
- [www.ifm-geomar.de/index.php?id=3300](http://www.ifm-geomar.de/index.php?id=3300)

## Koncept

Park pruža mogućnosti saznavanja i učenja o različitim segmentima prostora i ljudskih zajednica, kao i načinu korišćenja prirode i njenih dobara. Kroz osnovne sadržaje parka, posetioци se upoznaju i uče o raznovrsnim sadržajima na prostoru „Donjeg Podunavlja“, a kroz programe istraživanja prilagođene za grupe posetilaca, uz nadzor i vođenje stručnih lica, može se aktivno učestvovati u procesu istraživanja (forma seminara iz različitih naučnih disciplina).

Moguća lokacija ovog centra mogla bi biti u neposrednoj blizini sela Miroč koje se nalazi na istoimenoj planini. Lokalitet je dostupan iz pravca Donjeg Milanovca i pravca Majdanpeka i Kladova, panoramskim putevima. Reč je o prostoru Nacionalnog parka „Đerdap“, koje obiluje raznovrsnim prirodnim atrakcijama, kulturno-istorijskim lokalitetima, a izvan područja parka nalazi se Majdanpek sa površinskim kopovima bakarne rude.

## Struktura

Naučno-edukativni park morao bi imati osnovne naučne i edukativne sadržaje, ali i prateće – sportske i rekreativne, zabavne, ugostiteljske itd.:

- Centar za prirodnomatematička i tehnološka istraživanja prirodnih nauka sa odgovarajućim učionicama, laboratorijama, salama za prezentaciju i bibliotekom;

- Centar za humanistička istraživanja sa odgovarajućim učionicama, laboratorijama, salom za prezentaciju, bibliotekom;
- Interpretacioni centar parka, ali i celog područja Đerdapa i njegove obodne zone sa upravnom zgradom parka;
- Smeštajni objekti za osoblje/zaposlene i posetioce;
- Objekte za rekreaciju (zatvoren teren za sportove sa loptom, bazen, teretana, otvoreni sportski tereni, šetne staze kroz park i okolni prostor, poligoni za vertikalno penjenje i planinarenje na lokaciji „Stenje“ i na planini Starica);
- Ugostiteljski objekat (restoran, bar);
- Informacioni centar sa prodavnicom suvenira;
- Uređeni park sa raznovrsnom florom i učionicom na otvorenom; i
- Parking prostor sa uređenim prilazom parku.

### Ciljne grupe

Naučni radnici različitih oblasti, univerzitetski radnici i studentske grupe, učenici srednjih škola (odabrani konkursima za boravak u parku i sa naglašenim interesovanjem za određene naučne oblasti), posetioci Nacionalnog parka koji žele više da saznaju o pojedinim njegovim segmentima.

### Zahtevi

Neophodno je detaljno razraditi projekat naučno-edukativnog parka i obezbediti infrastrukturnu opremljenost prostora, kao i podršku naučnih, obrazovnih i privrednih institucija na nivou države za izgradnju i njegovo funkcionisanje.

## SPELEOLOŠKE TURE KROZ DONJE PODUNAVLJE

### Trenutno stanje



Prostor „Donjeg Podunavlja“ karakterističan je po krečnjačkoj geološkoj podlozi, što je i glavni uzrok pojave značajnog broja podzemnih i površinskih oblika kraškog reljefa. Najpoznatija i najposećenija pećina na ovom području jeste Rajkova pećina kod Majdanpeka, koja se smatra za jednom od najbogatijih pećina nakitom na teritoriji Balkana. Znatno manje izučena i za turiste još neaktivirana je pećina Gradašnica na padinama Miroča, kao i veliki broj evidentiranih, ali neistraženih pećina na području



planinskog prostora Nacionalnog parka i veći broj pećina u fazi istraživanja u dolini reke Zamne. Na ovom prostoru nalaze se i specifične speleološke forme – prerasti (prirodni kameni mostovi) nastali oburvavanjem pećinskih tavanica. Takve su Vratanjske prerasti (ukupno tri), prerast u dolini reke Zamne, Valja prerast u blizini Majdanpeka.

### Očekivani rezultati

Proizvodi specijalnih interesa doprinose podizanju atraktivnosti destinacije, a u slučaju speleoloških tura one se savršeno uklapaju u pozicioniranje i imidž „Donjeg Podunavlja“ kao područja nezaboravne i bogate prirode. Ljubitelji speleologije imaju priliku da obilaze, ali i učestvuju u istraživanju pećina, ponora i prerasti.

### Benčmark



*Team-building tura*



*Obilazak pećine uz baklje*



*Avanturističke ture*

### Informacije na inernetu

- [www.caverntours.com](http://www.caverntours.com)
- [www.canadianrockies.net](http://www.canadianrockies.net)
- [www.wildcavetours.net/home.html](http://www.wildcavetours.net/home.html)
- [www.utexas.edu/tmm/sponsored\\_sites/tss/wildcavetours/index.html](http://www.utexas.edu/tmm/sponsored_sites/tss/wildcavetours/index.html)
- [www.nps.gov/archive/orca/cavetours.html](http://www.nps.gov/archive/orca/cavetours.html)
- [www.wabashstreetcaves.com/cavetour.html](http://www.wabashstreetcaves.com/cavetour.html)

### Koncept



Speleološke ture bazirane su na speleološkim objektima na prostoru „Donjeg Podunavlja“ premrežen putevima i pešačkim stazama, tako da svi objekti postaju lako dostupni. Posetiocima, ljubiteljima pećina, ali i onima koji se sa njima prvi put susreću, omogućava se jedinstven doživljaj obilaska i osvajanja podzemnog sveta pećina, uz adekvatnu prezentaciju istorije prirode i ekološkog značaja ovih objekata koja započinje u interpretativnim centrima pre ulaska u pećine ili pre obilaska prerasti.



## Struktura

Speleološke ture obuhvataju:

- avanturističke ture - ulazak u pećine uz pomoć speleološke opreme i pratećih stručnih vodiča-speleologa, uključujući penjanje, odnosno spuštanje kroz pećinske kanale i hodnike, pri čemu nije potrebno prethodno iskustvo;
- istraživačke ture – slične avanturističkim, ali bez „osvajanja“ pećinskih delova uz pomoć opreme, obilazak pećinskih dvorana uz sveće, baklje ili lampe;
- obilazak prerasti – uključuje pešačke ture do lokacija samih prerasti, slikanje, obilazak uz stručne vodiče i interpretaciju,
- team-bulding programi – mogu se sprovoditi na lokacijama pećina (Rajkova pećina), gde se mogu organizovati programi za neformalne-sportske susrete kompanija ili formalne – seminare/radionice na kojima aktivnosti u pećinama podrazumevaju prirodnu potrebu za „timskim radom“ (neophodno je pružati pomoć jedni drugima u neuobičajenim uslovima)

Da bi se speleološke ture efikasno sprovele moraju se ispuniti određeni uslovi:

- uređenje speleoloških objekata za posete turista (sprovođenje i druge faze projekta uređenja Rajkove pećine, privođenje nameni pećine Gradašnice, uređenje lokaliteta prerasti);
- uređenje prilaza speleološkim objektima i poboljšanje opšte pristupačnosti (izgradnja puteva kojima mogu prići i turistički autobusi);
- interpretativni centar „Rajkova pećina“ i „Vratanjske kapije“;
- turističko označavanje;
- infrastrukturna i komunalna opremljenost prostora oko speleoloških objekata;
- prateći sadržaji (prodavnice suvenira i ugostiteljski objekti kod pećina); i
- parking prostor u blizini speleoloških objekata.

## Ciljna tržišta

Ciljne grupe predstvaljaju: ljubitelji speleologije i speleolozi-istraživači/naučnici, mladi (organizovane ture), učesnici team-building seminara, porodice sa decom.

## Zahtevi

Neophodno je detaljno razraditi koncept speleoloških tura, tačne trase i tačke interesa, kao i detaljno razrađen program u saradnji sa stručnim timom speleologa i vodiča.

Obavezno je osiguranje učesnika tura i prethodno upozorenje na način obilaska speleoloških objekata.

## PEŠAČKE TURE KROZ NACIONALNI PARK „ĐERDAP“

### Trenutna situacija



Područje Nacionalnog parka „Đerdap“ obiluje raznovrsnim geomorfološkim, hidrološkim, biogeografskim i kulturno-istorijskim atrakcijama, pri čemu su mnoge od njih dostupne samo pešačkim stazama. S obzirom na takav potencijal, Nacionalni park sa svojom zaštitnom zonom, pozicionira se kao prvoklasna destinacija za pešačke ture. Na ovaj proizvod nadovezuju se sistem vidikovaca koji prati tok Dunava i Đerdapsku klisuru i staze zdravlja, doprinoseći na taj način ukupnoj atraktivnosti destinacije.

Pešačke staze na prostoru Nacionalnog parka već su identifikovane i obeležene:

- *Kanjon Brnjičke reke* (21 km)- staza koja ide uz Brnjičku reku i Veliku Rakovicu, pa okolo Crnog Vrh i ima tri slepa završetka: na Crnom Vrh (vidikovac), pećini Gaura Vei i Velikom izvoru;
- *Bosman – Sokolovac* (10 km) – staza koja zalazi u strogi rezervat prirode „Bosman-Sokolovac“, penjući se od Bosmana do vrha Sokolovca (vidikovac), a zatim se spušta kroz Pesaču do Dunava;
- *Košo brdo - Čoka Njalta* (10 km)– staza koja zalazi jednim delom u strogi rezervat prirode „Čoka Njalta sa Pesačom“. Staza je duga i kreće sa Košo brda, a zatim se račva na tri staze, od kojih dve idu na Čoka Njaltu (vidikovac), gde se i spajaju, a treća se spušta niz Veliki potok do Đerdapske magistrale;
- *Ciganski potok - Šomrdski kamen* (12 km) – staza koja zalazi u dva stroga rezervata prirode „Šomrda“ i „Ciganski potok“, krećući se iz doline Ciganskog potoka, odakle izlazi na Šomrdu (vidikovac), a potom ide na četiri strane: šumskim putem nazad do Kurmature, zatim napred pravo do rezervata " Šomrda" i desno do Šomrskog kamena i Tatarskog visa;
- *Kanjon Boljetinske reke - Greben* (1,8 km)– staza u celini prati istoimeni strogi rezervat prirode i jedna je od najatraktivnijih. Levo sa Grebena se vidi klisura Gospođin vir, arheološki lokalitet „Lepenski vir“ i mitološki vis Treskavac sa Rumunske strane, a desno Donjomilanovačka kotlina. U rano proleće, kada se zbog bujica ispusti voda na hidrocentrali i nivo Dunava opadne, odavde se može videti ostrvo Poreč na kome se nalazila istoimena varošica;

- *Jezero Baltu Alušontu - Glavica* (5 km)– staza kruži oko Donjeg Milanovca i ide uz Paprenički potok do jezera Balta Alušontu, pa nazad do Glavice (vidikovac) i grada;
- *Pećina Gradašnica* (4,5 km) – prolazi kroz netaknutu prirodu, guste bukove šume i šikare hrasta, pored bezbrojnih potočića čiste vode sa prelepim vodotocima i slapovima;
- *Buronov ponor* (2,5 km)- staza prolazi kroz obronke Miroča, koji zajedno sa Štrbačkim koritom, čine prirodnu predeonu celinu zbog specifičnih ambijentalnih, estetskih i prirodnih vrednosti;
- *Veliki i Mali Štrbac* (16 km) – staza vodi šumskim putem od Pecke bare do Ploča, odakle se račvaju staze prema Malom i Velikom Štrbcu (dva vidikovca) i pećini Graorara.

### Očekivani rezultati

Razvojem sistema pešačkih staza upotpunjuje se turistička ponuda „Donjeg Podunavlja“, pri čemu sa akcentom stavnja na proizvode posebnih interesa koje se mogu ukomponovati sa pešačkim turama (birdwatching, posmatranje i fotografisanje životinja, speleološke edukativne ture i sl).

### Benčmark



*Pešačka planinska tura*



*Nordijska šetnja*



*Uređena šetna staza*

### Informacije sa interenta

- [www.neusacher-moser.at/](http://www.neusacher-moser.at/)
- [www.spavillage.ch/en/navpage\\_list-HikeHL-NordicHL.html](http://www.spavillage.ch/en/navpage_list-HikeHL-NordicHL.html)
- [www.neusacher-moser.at/](http://www.neusacher-moser.at/)
- [www.spavillage.ch/en/navpage-Summer-Summersport-4541.html](http://www.spavillage.ch/en/navpage-Summer-Summersport-4541.html)
- [www.environment.act.gov.au/bushparksandreserves/parkandreserves/namadgi](http://www.environment.act.gov.au/bushparksandreserves/parkandreserves/namadgi)

### Koncept i struktura



Atraktivnost pešačkih staza u Nacionalnom parku „Đerdap“, osim prelepih pogleda sa vidikovaca i čiste, netaknute prirodne okoline, čine i kanjoni Boljetinske reke i

Gradašnice, pećina Gradašnica, brojni slapovi i virovi pored kojih se prolazi, naselja Rakovica i Boljetin sa specifičnom seoskom arhitekturom, područja prirodnih staništa brojnih vrsta ptica (orlova, sokolova, leštarki, gavrana), zatim risa, divljih mački, krupne i sitne divljači, divljih svinja, tereni za sakupljanje prvoklasnih pečuraka, naročito vrganja i šumskog i lekovitog bilja (uz pratnju vodiča).

Unapređenje postojećih pešačkih tura podrazumeva uređenje staza i razvoj novih, a u cilju njihovog spajanja, kao i organizacija i uređenje punktova sa ključnim tačkama interesa (vidikovci, pećine, kanjoni, sela).

### Ciljna tržišta

Ovaj proizvod usmeren je na ljubitelje prirode i prirodnih atrakcija, a kojima pešačenje predstavlja zadovoljstvo: mlađi parovi, organizovane grupe, turisti trećeg doba (za lakše i kraće pešačke ture).

### Zahtevi

- Razraditi i implementirati projekat u smislu dužina staza, mogućih produženja, nivoa težine i stepena atraktivnosti, kao i podobnosti za različite ciljne grupe;
- Na zadatoj ruti označiti i urediti tačke posebnih interesa (pećine, kanjoni, geološke formacije, florističke formacije, retke i endemične biljne vrste, staništva raznovrsnih ptica i životinja, vidikovci, specifična sela ili spomenici kulture i istorije); i
- Neophodno je adekvatno označiti staze (ulazne table, informativne table, putokazi).

## INTERPRETACIONI CENTAR HE „ĐERDAP I“

### Trenutna situacija



Dunav je druga po veličini reka Evrope, a na celom njenom toku samo su na graničnom području između Srbije i Rumunije izgrađene hidroelektrane: HE „Đerdap I“ i HE „Đerdap II“. Izgradnjom prve hidroelektrane, „Đerdap I“, došlo je do sledećih velikih promena:

- formirano je veštačko jezero – Đerdapsko jezero sa najvećom dubinom od 90 m;
- infrastruktura (izvršena je relokacija 12 naselja);
- promenjen je nivo vode i režim protoka, što je uticalo na promenu plavnog režima i nivo podzemnih voda;



- migracija riba je prekinuta i to je smanjilo reprodukciju ribe i sastav ribljih vrsta na Dunavu, kao i na ribolovnim mestima; i
- došlo je do narušavanja prirodnog režima površinskih voda.

U toku izgradnje hidroelektrane obavljena je relokacija naselja duž Đerdapske akumulacije, poplavljena infrastruktura i objekti su zamenjeni i ponovo izgrađeni duž nove obale, uvedeni su sistemi za zaštitu poljoprivrednog zemljišta i gradova duž priobalja, izgrađene su crpne stanice i kanalska mreža (sa pratećim objektima) na poljoprivrednim površinama i drenažni bunari sa utopljenim pumpama i drenažni kolektori u naseljima, sve u cilju eliminisanja uticaja uspora i održavanja projektovanih, optimalnih kriterijuma u priobalju

Snaga Dunava najbolje se ogleda kroz moćnost energije koju proizvodi na turbinama hidroelektrane, ali i kroz veličanstven sistem prevodnica zahvaljujući kojima je moguća plovidba đerdapskim sektorom reke.

### Očekivani rezultati

Podizanje jednog interpretativnog centra, uz prateće sadržaje, pružiće priliku posetiocima da na jedan neobičan i interesantan način saznaju i nauče istoriju hidroelektrane, posledice njene izgradnje, procesu proizvodnje električne energije i sistemu plovidbe preko brodskih prevodnica.

### Benčmark



*Hidroelektrana*



*Turbine u hidroelektrani*



*Snaga i moć vode*

### Informacije sa interneta

- <http://www.lkirchner.de/kodar/kodar.html>
- [http://www.pc.gc.ca/lhn-nhs/qc/canalarillon/visit/visit7\\_e.asp](http://www.pc.gc.ca/lhn-nhs/qc/canalarillon/visit/visit7_e.asp)
- <http://earthsci.org/mineral/energy/hydro/hydro.html>
- <http://www.lkirchner.de/kodar/kodar.html>
- [www.mwhglobal.com/power\\_hydro.asp](http://www.mwhglobal.com/power_hydro.asp)

### Koncept



Interpretacioni centar HE „Đerdap I“ treba da ima sve sadržaje koji će zadovoljiti znatiželju turista u vezi sa: nastankom i izgradnjom hidroelektrane, stvaranjem veštačkog - Đerdapskog jezera, izmenu ekosistema, promenu sistema naselja, uticaj na



arheološka istraživanja, proizvodnju električne energije, pograničnu saradnju i način plovidbe preko brodskih prevodnica.

Moguće je organizovati posete hidroelektrani, odnosno proizvodnom pogonu (turbine) uz stručne vodiče, kao i sektoru sa koga se može pratiti punjenje, odnosno pražnjenje prevodnica. Posebnu atrakciju bi činila 3D kompjuterska animacija dunavskog priobalja pre izgradnje i posle izgradnje hidroelektrane, kao i blok posvećen izgradnji druge hidroelektrane koja se nalazi nizvodno – HE „Đerdap II“. U okviru centra, prateći sadržaji bi podrazumevali: restoran sa barom, salu za posetioce, izložbe, prodavnice sa suvenirima.

## Struktura

Interpretacioni centar HE „Đerdap I“ mora biti lociran u blizini brane, a njegova lokacija dodatno se unapređuje činjenicom da se u neprednoj blizini brane nalazi Omladinski kamp „Karataš“ i arheološki lokalitet Diana.

Osnovni elementi sadržaja:

- prijemni punkt sa informacionim centrom za sve što se tiče osnovnih informacija i rezervacija, prodavnica suvenira, knjiga, karata;
- izložbeni prostor u kome se odigrava jedan deo interpretacije hidroelektrane;
- delovi same hidroelektrane sa stručnim vodičima, gde se nastavlja interpretacija;
- sala za posetioce, gde se mogu održavati sastanci, prezentacije, radionice;
- prostor sa uslužnim objektima i infrastrukturom; i
- parking prostor.

## Ciljna tržišta

Širok je dijapazon potencijalnih posetilaca centra jer je on otvoren za sve one koji bi da saznaju više o hidroelektrani, njenoj istoriji, uticaju u prošlosti i sadašnjosti, načinu plovidbe u ovom delu Dunava, posebno ako se ima na umu da je reč o neponovljivom sadržaju na Dunavu i o veličini uticaja izgradnje hidroelektrane na ceo đerdapski prostor.

Ciljni gosti su kruzeri, porodice sa decom, mladi – ekskurzije, posetioci Nacionalnog parka „Đerdap“ koji bi bili dovoženi ustaljenim linijama do centra.

## Zahtevi

Izgradnja centra mogla bi se sprovesti od strane HEPS „Đerdap I“, posebno ako se ima na umu da je u njegovom vlasništvu znatan deo dunavske obale čime bi znatno bio olakšan put oko obezbeđivanja parcele i neophodne infrastrukture. Sa ovim sistemom bi se svakako morao urediti i okolni prostor (prilaz i parking), uz neophodno aktivno učestvovanje u promociji atrakcije, kao i u samoj interpretaciji.

## 5. Zaključak

Bez realizacije glavnih preporuka iz plana konkurentnosti, ne postoje osnovni preduslovi za uspešan razvoj turizma na području „Donjeg Podunavlja“. Ovo se, pre svega, odnosi na projekte koji su definisani kao prioritetni, ali su i ostali programi, takođe, veoma bitni.

Ukoliko se ne postupi u skladu sa predlozima iz plana konkurentnosti, neće moći da se realizuje vizija koju ovaj Master plan predlaže, kao ni da se približno dostignu predviđene stope rasta. Umesto toga, razvoj turizma će biti sveden na sadašnje okvire i „Donje Podunavlje“ nikada neće uspeti da se internacionalno plasira, a i u domaćim okvirima neće imati veći značaj..

Bitno je istaći da se na nivou Republike Srbije krenulo sa podizanjem konkurentnosti i da su te aktivnosti bazirane prvenstveno na predlozima koji su dati u *Strategiji razvoja turizma Republike Srbije*. Imajući to u vidu, posmatrano područje mora da se uključi u navedene procese, inače će ga mnoge destinacije u Srbiji konkurentski preteći, tako da će doći u pitanje i sadašnja pozicija koja je daleko ispod realnih mogućnosti.



## VIII KLJUČNI INVESTICIONI PROJEKTI

U cilju realizacije definisane vizije i ispunjenja ključnih rešenja datih u izjavi o pozicioniranju, neophodno je da se ulože značajna investiciona sredstva u razvoj turizma u „Donjem Podunavlju“. U skladu sa prethodno definisanom strategijom razvoja turističkih proizvoda i modelom rasta, investiciona strategija turističkog područja „Donje Podunavlje“ obuhvata sledeće elemente:

- a) U prvom periodu treba sprovesti brzu i profesionalnu rehabilitaciju postojećih smeštajnih objekata i projekata turističke infrastrukture, a posebno celovitu rekonstrukciju postojećih hotela koji u osnovi imaju nizak kvalitet ponude. Potrebno je značajnije podići nivo kvaliteta hotelskog smeštaja u skladu sa definisanom strategijom visoke vrednosti ukupnog lanca turističke ponude. Pored rekonstrukcije postojećih smeštajnih kapaciteta treba se fokusirati i na izgradnju turističkog kompleksa Srebrno jezero, tematskih kulturno istorijskih centara Golubački grad i Lepenski vir, tematskog nautičkog centra Porečki zaliv, novih hotela u Donjem Milanovcu i Kladovu, i sl.;
- b) Istovremeno se vremenski prioritet daje pripremi i finansiranju (domaće i međunarodno) celovitog programa i projekata interpretacije Nacionalnog parka Đerdap, a zbog generisanja inicijalnog imidža ovog prostora na turističkom tržištu;
- c) U izgradnji celovitog lanca vrednosti jedan od polaznih i ključnih segmenata odnosi se na turističku i ukupnu infrastrukturu, a posebno turističku infrastrukturu za početak profesionalnog razvoja nautičkog turizma;
- d) Kao veoma ozbiljnu investicionu opciju treba tretirati područje negotinskih pivnica, pošto tu postoji potencijal za uspostavljanje vinskog resorta, koje će biti razmotreno u narednom delu, kao i ostali važniji projekti.

Većinu investicionih projekata treba da realizuju predstavnici malog i srednjeg biznisa koji po definiciji treba biti podržan sistemom državnih podsticaja Vlade Republike Srbije.

Uzimajući sve to u obzir, u nastavku predstavljamo u obliku okvirnog nacrtu pojedine ključne investicione projekte koji su u većoj ili manjoj meri konceptualno usaglašeni s lokalnim subjektima.

# 1. "SILVER LAKE CITY" VELIKO GRADIŠTE





## 1.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	350 ha u funkciji ovog turističkog kompleksa + 300 ha poljoprivrednog zemljišta koje se potencijalno može iskoristiti.
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	10%
Dozvoljeno spratova	P+1+Pk
Broj kreveta	300-1000 ležajeva kroz prateće smeštajne kapacitete
Građevinsko područje (razvijeno)	Orijentisano prema prostoru nizije koja je okružuje
Orijentacija prema reci	Orijentacija prema Srebrnom jezeru , dugačkom 12 km, širine 100-300 m, dubine oko 9 m, koje nasip deli od Dunava u blizini Velikog Gradišta
Elevacija	81 mnv
Vidljivost	Izdvojen kompleks delimično vidljiv sa Dunava i sa magistralnog puta
Saobraćajna povezanost	Preko Požarevca (45 km) sa Koridorom X Preko Požarevca sa Beogradom (110 km) Aerodrom Beograd (120 km) Preko koridora VII (pristanište Veliko Gradište) sa Evropskim zemljama severno i južno od lokacije Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (150 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (155 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	+

U podnožju Karpata i Homoljskih planina, na ulasku u Đerdasku klisuru, uz Dunav i Pek, nalazi se opština Veliko Gradište, nazvana predvorjem Đerdapa. Veliko Gradište je udaljeno od Beograda 110 km. Južnim delom opštine prolaze magistralni put Beograd-Kladovo i železnička pruga. Veliko Gradište je i pristanište za sve brodove koji saobraćaju Dunavom. Graniči se sa na severu Dunavom, na zapadu opštinom Požarevac, na jugu opštinama Malo Crniće i Kučevo i na istoku opštinom Golubac.

Prirodne vrednosti: reka Dunav i reka Pek, Srebrno jezero, brdo Gorica.

Kulturno istorijske vrednosti: rimski grad Pincum, rimsko vojno utvrđenje Lederata, manastir Nimnik, crkva Svetog Arhangela Gavrila, stara gradska čaršija Velikog Gradišta.

U opštini Veliko Gradište održavaju se manifestacije: Međunarodna smotra dečijeg folklornog stvaralaštva Braničevskog okruga, Obeležavanje svetskog dana muzike-koncert na Dunavskom keju, Izložba pasa svih rasa saveznog nivoa, Muzički festival Carevčevi dani, Turnir u Beach volley-u saveznog nivoa, Vašar -Sveti Ilija, TID međunarodna veslačka regata, Alaske večeri, pesnički susreti Ramska svitanja, Obeležavanje dana rođenja Vlastimira Pavlovića Carevca, Festival cveća.

Na teritoriji opštine Veliko Gradište od smeštajnih kapaciteta postoje: hotel Srebrno jezero sa 240 ležajeva, vila Lago sa 41 ležajem, Srbija kod Brke sa 25 ležajeva, Madera sa 17 ležajeva, i kamp na Srebrnom jezeru.

## 1.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama

Atraktivnost i pogodnost lokacije se različito vrednuje sa aspekta različitih interesnih grupa. Tako se jedni kriterijumi primenjuju na potencijalne goste hotela a drugi na investitore i operatore te na stanovništvo i ekonomske subjekte koji se nalaze u okruženju predviđene realizacije projekta. Stoga su prilikom selekcije uzete u razmatranje tri različite interesne grupe koje su presudne za evaluaciju:



Vrednosni kriterijumi razlikuju se u zavisnosti od različitih interesnih grupa, tako da su svakom kriterijumu pripisani različiti ponderi u odnosu na razvojni scenario. Do toga se dolazi postupkom ponderisanja svakog kriterijuma u zavisnosti od toga koja se konceptualna orijentacija sledila prilikom evaluacije lokacije (od 1 = manje važno do 3 = veoma važno). Različite grupe i njihovi vrednosni kriterijumi objašnjeni su u nastavku.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Ovde se radi o evaluaciji sa aspekta tržišta/potencijalnog gosta destinacije. Važni parametri za gosta obuhvataju opštu dostupnost i dostupnost turističkih atrakcija, turističke infrastrukture, blizina većeg mesta kao i šire okruženje lokacije obuhvatajući npr. smetnje (buka, prljavština, zagađenost).

*U slučaju Silver lake city radi se o opštoj dostupnosti lokacije svim sredstvima.*

*Svi turistički sadržaji su na samoj lokaciji. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju je područje Nacionalnog parka Đerdap, kao i značajnih spomenika kulture i većih mesta: Požarevac, Kučevo, Golubac, Donji Milanovac, Kladovo.*

*Značajnih izvora zagađenja nema.*

### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Lokacija u ovom pogledu ima uticaj na životnu sredinu. Osnovna pitanja se odnose na postojanje komunalne infrastrukture i integraciju u postojeći / budući saobraćajni sistem. Suštinsko za zajednicu je i stimulacija lokalne privrede (sa kupovinom i potrošnjom, čime se naročito stimuliše lokalni biznis). Uticaj izgradnje objekata na postojeću rezidencijalnu strukturu (stanovnike) znatno varira u zavisnosti od lokacije do lokacije.

Takođe je za lokalnu vlast značajna i raspoloživost parcela, tj. da li je prostor dostupan svim zainteresovanim investitorima ili uslovi kupovine i sticanja vlasništva predstavljaju barijere za kupovinu parcela.

*Kao što je već pomenuto, ne postoje značajniji zagađivači u području, a bitno je da tako ostane i nakon izgradnje turističkog centra. Područje je integrisano u postojeću infrastrukturu, kao i postojeće saobraćajnice. Planirana je i projektovana infrastruktura u oblasti putne mreže, javne rasvete, distribucije vode i prečišćavanja otpadnih vode za potrebe novoizgrađenih objekata ovog turističkog kompleksa.*

*U fazi realizacije investicija procenjuje se veće angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.*

*Prostor je dat u dugoročni zakup (99 godina) investitoru od strane lokalne samouprave, te se privodi nameni od strane investitora po planiranim aktivnostima i projektima, po fazama i po ugovoru investitora i lokalne samouprave (javno-privatno partnerstvo).*

### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Važni kriterijumi za operatore su pogodnost lokacije za ograničavanje operativnog poslovanja smeštajnih i ostalih kapaciteta, kao što su mogućnosti dostave, mogućnosti pristupa itd., infrastruktura parcela kao npr. raspoloživi priključci za kanalizaciju itd., vidljivost sa ostalih predela lokacije i jednostavan pristup (peške / organizovanim prevozom) do turističkih sadržaja, mogućnosti eventualnog dodatnog proširenja građevnog zemljišta i sl.

U finansijskom pogledu takođe je neophodno posebno tretirati troškove kupovine parcele i/ili povezane troškove i naknadne troškove izgradnje.

*Postoji saobraćajna povezanost u celini.*

*Nosilac investicija u planiranju, projektovanju, izgradnji i upravljanju primarnom komunalnom infrastrukturuom ovog turističkog kompleksa je lokalna samouprava preko svojih javnih preduzeća.*

*Postoji mogućnost dodatnog proširenja građevinskog zemljišta, jer se pored parcele od 350 ha gde se planira izgradnja turističkih objekata nalazi još 300 ha poljoprivrednog zemljišta koje se može u daljoj budućnosti iskoristiti za izgradnju nekog novog turističkog kompleksa. Naša je procena da ovo zemljište može da se iskoristi posle 2020., jer će izgradnja predviđenih kapaciteta na postojećih 350 ha zadovoljiti tržišne potrebe do 2020. tako da ne bi bilo racionalno graditi dodatne kapacitete.*

Procena pogodnosti lokacije obavlja se u formi bodovnog ocenjivanja, a prema sledećoj metodologiji:

- a) Različiti ponderi za pojedinačne vrednosne kriterijume

Ponderi	Kriterijumi za atraktivnost / pogodnost lokacije su...
3	... veoma važni
2	... važni
1	... manje važni

- b) Vrednosna skala od 1 do 5 bodova koja se odnosi na atraktivnost i pogodnost potencijalne lokacije za pojedinačne vrednosne kriterijume

Bodovi	Procena pogodnosti lokacije
5	Izvanredno
4	Dobro
3	Srednje
2	Loše
1	Veoma loše

- c) Množenjem pondera (1-3) sa vrednosnim faktorom (bodovi od 1-5) rezultuje u teoretski minimalnom broju bodova od 1 i maksimalnom broju bodova od 15 za svaki pojedinačni kriterijum.
- d) Da bi se svakoj interesnoj grupi dala jednaka težina, određuje se prosečna vrednost za svaku interesnu grupu (zajednicu, tržište i investitore). Da bi se dobila opšta ocena obračunava se prosečna vrednost ove tri interesne grupe (prosečne vrednosti svake interesne grupe). Individualno ocenjivanje lokacije se obračunava prema sledećim poenima u tabeli:

Ukupan broj poena	Pogodnost
85-100 %	Izvanredna
65-84 %	Dobra
55-64 %	Ograničena
45-54 %	Veoma ograničena
Ispod 45 %	Nepogodno

Individualno ocenjivanje lokacije smo odredili prema sledećim prikazu:

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	5
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	3	4
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	3	4
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		85%

Lokacija je ocenjena sa 85% tako da spada u izvanredne lokacije sa aspekta ukupne atraktivnosti i pogodnosti za razvoj turizma.

### 1.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE

- STRATEŠKI GEOSAOBRAČAJNI POLOŽAJ
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- OBEZBEĐENA FINANSIJSKA SREDSTVA ZA SVE FAZE INVESTICIJE
- OSMIŠLJENO UPRAVLJANJE DUGOROČNIM RAZVOJEM
- MOGUĆNOST DALJEG PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA OPREMLJENOST
- KAPACITETI NEIZGRAĐENIH LOKACIJA
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNATLJIVOST REGIONA
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAČAJNA INFRASTRUKTURA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA I VODA)
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE
- UKLJUČENJE U MEDJUNARODNI PLOVNI PUT

#### SLABOSTI

- ZAPUŠTENOST PUTNE I REČNE INFRASTRUKTURE
- ZASTARELOST VOZNOG PARKA U DRUMSKOM SAOBRAČAJU
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAČAJ
- ZASTARELOST VODOVODNE I KANALIZACIONE MREŽE
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- TEHNOLOŠKA ZASTARELOST DISTRIBUTIVNIH SISTEMA ELEKTRIČNE ENERGIJE
- NEDOSTATAK I TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆE TURISTIČKA INFRASTRUKTURA
- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST UKUPNOG PROSTORA

### 1.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Tematski Dunavski resort: Nautika, Kupanje, Golf, Fitness Welnes, MICE, Sport i rekreacija Ribolov, Zabava, Događaji	
Kategorija	**** do *****	
Smeštaj / Plan objekata / soba		
<p>U Prvoj fazi: HOTEL 4****, kapacitet: 130 soba, 260 kreveta</p> <p>LUX HOTEL KATEGORIJE 5 ZVEZDICA SA SVIM PRIPADAJUĆIM SADRŽAJIMA I SA KOMPLETNIM PEJSAŽNIM UREĐENJEM, kapacitet: 150 ključeva, 300 ležajeva</p> <p>120 vila od toga 70 u prvoj fazi 100 apartmana u drugoj fazi</p>		



Usluge hrane i pića - restorani / barovi	Sadržaji sporta i rekreacije
<p><b>KOMERCIJALNI CENTAR</b></p> <p>CENTRALNI SADRŽAJI: UGOSTITELJSTVO, TRGOVINA, USLUGE, ZANATSTVO PEŠAČKA VEZA SA MARINOM (OBALOM) TERASE – “MEETING POINT” – MESTO SUSRETA “ETNO SELO” - TRGOVINSKO UGOSTITELJSKI I ZABAVNI SADRŽAJI, KAFIĆI, RESTORANI, NACIONALNA KUĆA, VODENICA, POTOK, AGENCIJE, ZANATSTVO...</p>	<p>TENISKI KLUB I ŠKOLA TENISA, MALI SPORTOVI, BAZENI, KLIZALIŠTE, KULA – VIDIKOVAC, RESTORAN, KAFE, PRATEĆI SADRŽAJI MARINA</p> <p>GOLF TERENI SA PRATEĆIM SADRŽAJIMA: - REZIDENCIJALNA ZONA LUKSUZNIH VILA SA PRATEĆIM SADRŽAJIMA - ZONA POSEBNOG PEJSAŽNOG UREĐENJA – GOLF CENTAR - PRATEĆI SADRŽAJI: UGOSTITELJSTVO, KLUBOVI, ODMOR U PRIRODI... OTVORENI TERENI ZA MALE SPORTOVE, TRG SA UGOSTITELJSKIM SADRŽAJIMA I TRGOVINOM, MESTO OKUPLJANJA NA RASKRSNICI PEŠAČKIH TOKOVA, MINI GOLF SA TRIM STAZOM I POSEBNIM PEJSAŽNIM TRETMANOM, PARKING ZA KORISNIKE</p>
Sadržaji za konferencije	Turistička infrastruktura
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kongresni centar</li> <li>• “Break up rooms” u okviru hotela i objekata zone golf terena</li> </ul>	<p>UTVRĐENJE OBALE, KEJ I ŠETALIŠTE</p> <p>KOMPLETNO PEJSAŽNO UREĐENJE</p> <p>UREĐENJE JEZERA, PEŠAČKI MOSTOVI, PRIVATNI VEZOVI, OBJEKTI NA VODI, REKREATIVNI RIBOLOV, ODMOR U PRIRODI...</p> <p>UREĐENJE STAZA, ŠETALIŠTA, ODMORIŠTA, PAVILJONA U PRIRODI, PRIMENA ISKLJUČIVO PRIRODNIH MATERIJALA POKRENUTOG TERENA SA ŠETALIŠTEM, UREĐENIM ZELENILOM, MOBILIJAROM, MESTIMA ODMORA I OSVETLJENJEM UVODNI OBJEKAT U KOMPLEKS: INFORMACIJE, SUVENIRI, TURISTIČKE SLUŽBE, MUZEJ...</p>

## 1.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

“SILVER LAKE INVESTMENT” doo BEOGRAD

### *Akteri u procesu*

Partnerstvo javnog i privatnog sektora (lokalna samouprava i privatno partnerstvo)

### *Finansiranje i vlasništvo*

Komercijalno finansiranje iz poslovanja

### *Upravljanje*

“Silver lake investment” d.o.o. Beograd

## 1.6. Predlog investicije

Troškovi dugoročnog zakupa zemljišta za planiranu investiciju , troškovi projektne dokumentacije za potrebe privođenja nameni zemljišta (2.100.000 €), planirana ukupna investicija svih objekata neophodnih za realizaciju ukupnog projekta „Silver lake city“ (50.000.000 €), kao i povezani i naknadni troškovi izgradnje, obezbeđuju se privatnim investicionim sredstvima.

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 GODINE	4-6 GODINA	7-10 GODINA
Izgradnja sa javnim i uslužnim sadržajem (centar za vodene sportive, posta, banka, trgovine, etno selo..) Izgradnja marine (vezovi, klub house, parking, parkovi, staze..) Izgradnja Dunavskog resorta (hotel, vile, objekti hrane i pica, sportski tereni, parking..) Izgradnja savremenog golf resorta	50.000.000	privatne	26.500.000	23.500.000 (do 2013.)	

## 2. TEMATSKI KULTURNO ISTORIJSKI CENTAR “GOLUBAČKI GRAD”



## 2.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	Oko 20 ha
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	Spomenik kulture bez pratećih sadržaja
Dozvoljeno spratova	P+Pk
Broj kreveta	80
Građevinsko područje (razvijeno)	-
Orijentacija prema reci	Na samoj obali Dunava- primarni ulaz NP Djerdap
Elevacija	70. mnv - 90 mnv
Vidljivost	Sa Dunava i magistralnog puta 25/1 (Djerdapska magistrala)
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Beogradom (120 km) i sa Koridorom X Pristaništem u Velikom Gradištu i Donjem Milanovcu sa Koridorom VII sa Evropskim zemljama Aerodrom Beograd ( 130km ) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (110 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (115 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	-

- Golubački grad (spomenik kulture) se nalazi na samom ulazu u Đerdapsku klisuru na najisturenijem rtu, čineći ulaznu kapiju Nacionalnog parka „Đerdap“, i ulaz u Golubačku klisuru. Golubački grad je izgrađen sredinom XIV veka na teško pristupačnim, strmim odsecima krečnjačkih stena. Sačuvani bedemi i odbrambene kule svedoče danas o najmonumentalnijem srednjevekovnom vojnom objektu u Đerdapu. Nepristupačnost lokacije nije omogućila razvijanje naselja-podgrađa, te je sa prestankom funkcije, sredinom XIX veka utvrđenje napušteno.

## 2.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Svi turistički sadržaji su na samoj lokaciji. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju: područje Nacionalnog parka „Đerdap“, spomenika kulture i većih mesta.

Blizina većih mesta: Požarevac, Kučevo, Golubac, Donji Milanovac, Kladovo, Negotin, Zaječar, Turnu Severin (Rumunija), Vidin (Bugarska).

Nema značajnih izvora zagađenja nema, sem kamenoloma koji se nalazi u blizini i koji predstavlja smetnju za adekvatan razvoj turizma.

## 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

U fazi realizacije investicija i kasnije eksploatacije procenjuje se veće angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, tako da će to imati trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

## 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Postoji saobraćajna dostupnost i povezanost u celini. Ne postoji kanalizaciona mreža.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	3
Pogodnost sa gledišta zajednice/destinacije	3	4
Pogodnost sa gledišta investitora/operatora	2	4
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		73%

Lokacija je ocenjena sa 73% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 2.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE

- JEDAN OD NAJZNAČAJNIJIH SPOMENIKA KULTURE SREDNJEG VEKA U ZEMLJI
- PRIMARNI ULAZ U NACIONALNI PARK
- STRATEŠKI GEOSAOBRAĆAJNI POLOŽAJ (KORIDOR VII)
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- MOGUĆNOST PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA PUTNA I RECNA INFRASTRUKTURA
- KAPACITETI NEIZGRAĐENIH LOKACIJA
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNATLJIVOST REGIONA
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURA
- ATRAKTIVNA LOKACIJA ZA INVESTITORE

#### SLABOSTI

- NIJE OSMIŠLJENO UPRAVLJANJE DUGOROČNIM RAZVOJEM
- NEPOSTOJANJE UPRAVLJAČKE STRUKTURE
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAĆAJ
- NEPOSTOJANJE VODOVODNE I KANALIZACIONE MREŽE
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- NEDOVOLJNI KAPACITETI ELEKTRIČNE ENERGIJE
- NEDOSTATAK I TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆA INFRASTRUKTURA
- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST UKUPNOG PROSTORA



## 2.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Tematski kulturno istorijski centar <b>"Golubački grad":</b>  Nautika Kupanje Pecanje Zabava <b>*Dogadjaji</b>	
Kategorija	Spomenik kulture	
Smeštaj / Plan objekata / soba		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 četvorokrevetnih pojedinačnih apartmana (2 sobe + 2 kupatila svaki) P+Pk P=85 m<sup>2</sup></li> </ul>		

Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradicionalni restoran</li> <li>• Kafe bar sa terasom</li> </ul>		Skijanje na vodi Biciklizam Pešačenje Kupanje Šetnja brodom Vožnja čamcem	
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura	
Sala Vizitorskog centra		Trgovina /Suvenirnica Pristan Panoramski putevi Pešačke staze Biciklističke staze Amfiteatar Vizitorski centar Nacionalnog parka Turistički informaciони centar	

## 2.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Državna svojina

### *Akteri u procesu*

partnerstvo: javno-privatno i koncesija

### *Finansiranje i vlasništvo*

U zavisnosti od aktera u procesu

### *Upravljanje*

U zavisnosti od aktera u procesu

## 2.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Rekonstrukcija tvrđave i izgradnja dodatnih sadržaja Sređivanje pristana	5.000.000	70% javne i 30% privatne	2.500.000	2.500.000	
Izmeštanje puta-tunel	5.000.000	Javne	5.000.000		

### 3. HOTEL "GOLUBAČKI GRAD", GOLUBAC



### 3.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	3800 m <sup>2</sup>
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	Izgrađen objekat
Dozvoljeno spratova	P+ 2
Broj kreveta	140 ležajeva
Građevinsko područje (razvijeno)	4.500 m <sup>2</sup> sa terasom
Orijentacija prema reci	Na samoj obali Dunava, u gradskom parku uz šetalište-kež
Elevacija	70 mnv
Vidljivost	Sa Dunava I magistralnog puta (Đerdapske magistrale)
Saobraćajna povezanost	Preko Požarevca (52 km) sa Koridorom X Preko Požarevca sa Beogradom (130 km) Aerodrom Beograd (140 km) Preko koridora VII (pristanište Veliko Gradište) sa Evropskim zemljama severno i južno od lokacije Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (130 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (135 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	+

### 3.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

#### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Svi turistički sadržaji su na samoj lokaciji. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju: područje Nacionalnog parka Đerdap, spomenika kulture i većih mesta.

Blizina većih mesta: Požarevac, Kučevo, Golubac, Donji Milanovac, Kladovo.

Značajnih izvora zagađenja nema, sem pomenutog kamenoloma.

#### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Integrirano u postojeću infrastrukturu, kao i postojeće saobraćajnice. Planirana je i projektovana infrastruktura u oblasti putne mreže, javne rasvete, distribucije vode, prečišćavanja otpadnih voda.

#### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Postoji saobraćajna povezanost u celini.

Ne postoji mogućnost dodatnog proširenja građevinskog zemljišta.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	3	4
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	2	3
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		75%

Lokacija je ocenjena sa 75% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 3.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE


- STRATEŠKI GEOSAOBRAĆAJNI POLOŽAJ (KORIDOR VII)
- DOBRO POZICIONIRANA LOKACIJA NA DUNAVU
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA OPREMLJENOST
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNATLJIVOST REGIONA
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAĆAJNA INFRASTRUKTURA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA I VODA)
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

#### SLABOSTI

- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST UKUPNOG PROSTORA
- NEDOSTAJUCA SREDSTVA IZ REDOVNOG POSLOVANJA ZA INVESTIRANJE
- NEMOGUĆNOST PROSTORNOG ŠIRENJA
- ZAPUŠTENOST PUTNE I REČNE INFRASTRUKTURE
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAĆAJ
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- LOŠA KADROVSKA STRUKTURA
- NEDEFINISANI KONCEPT RAZVOJA
- NEDOSTATAK TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA



### 3.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Hotel na Dunavu	
Kategorija	****	
Smeštaj / Plan objekata / soba		
<p>70 ključeva sa 120 ležajeva, rekonstrukcija postojećih soba i dogradnja još 14 ključeva sa 30 ležajeva.</p>		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
<p>Restoran /250 sedišta                  Grill restoran/100 sedišta                  Terasa/400 sedista                  Bar/20 osoba</p>		<p>Biciklizam                  Pešačenje                  Pecanje                  Jedrenje                  Skijanje na vodi</p>
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
<p>Sala za sastanke/30 osoba                  TV Salon/20 osoba</p>		<p>Panoramski putevi                  Pešačke / biciklističke staze                  Marina</p>

### 3.5. Poslovni model

#### *Vlasnička situacija*

Privatno vlasništvo (AD TTU Hotek “Golubački grad”)

#### *Akteri u procesu*

Akcionarsko društvo

#### *Finansiranje i vlasništvo*

Iz poslovanja i poslovnih kredita

#### *Upravljanje*

Akcionarsko društvo

### 3.6. Predlog investicije

#### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Rekonstrukcija i opremanje postojećih kapaciteta Dogradnja i opremanje novih smeštajnih kapaciteta Rekonstrukcija i opremanje restorana	2.500.000	privatne	1.500.000	1.000.000	

#### 4. TEMATSKI KULTURNO ISTORIJSKI CENTAR “LEPENSKI VIR””



- Arheološki lokalitet Lepenski vir ima svojstvo spomenika kulture i kategorisan je kao spomenik kulture od izuzetnog značaja (Službeni glasnik 14/1979). Izgradnjom HE Đerdap dislociran je 1968. godine, konzerviran i pokriven privremenom krovnom konstrukcijom. Lepenski vir predstavlja jedno od najznačajnijih arheoloških lokaliteta u Evropi, prostor na kome je ponikla i trajala u okviru organizovanog društvenog i religioznog života, izuzetna kultura i umetnost. Jedinstvena je spomenička celina koja se sastoji od dislociranih stambenih i kulturnih objekata-naselja praistorijskih ljudi koji su na ovom prostoru živeli u razdoblju od 7000 do 6000 godina stare ere.

## 4.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	131,35 ha (projektovana zona-55 ha)
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	Neizgrađeno
Dozvoljeno spratova	P+1
Broj kreveta	104
Građevinsko područje (razvijeno)	25000 m <sup>2</sup>
Orijentacija prema reci	Na samoj obali Dunava
Elevacija	72 mnv
Vidljivost	Sa Dunava i magistralnog puta M 25
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Koridorom X Pristaništem u Donjem Milanovcu sa Koridorom VII sa Evropskim zemljama Aerodrom Beograd ( 180km ) Aerodrom Niš ( 200 km) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (70 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (75 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	-
Gas	-
Kanalizacija	-

## 4.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Svi turistički sadržaji su na samoj lokaciji. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju: područje Nacionalnog parka „Đerdap“, spomenika kulture i većih mesta.

Blizina većih mesta: Požarevac, Kučevo, Golubac, Donji Milanovac, Kladovo, Negotin, Zaječar, Turnu Severin (Rumunija), Vidin (Bugarska).

Značajnih izvora zagađenja nema.

### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Planirana je i projektovana infrastruktura u oblasti putne mreže, javne rasvete, distribucije vode, prečišćavanja otpadnih voda, za potrebe novoizgrađenih objekata ovog turističkog kompleksa.

U fazi realizacije investicija procenjuje se veće angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

Prostor je u državnoj svojini.

### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Postoji saobraćajna povezanost u celini.

Nosilac investicija u planiranju, projektovanju, izgradnji i upravljanju primarnom komunalnom infrastrukturom ovog turističkog kompleksa je lokalna samouprava preko svojih javnih preduzeća.

Postoji mogućnost dodatnog proširenja građevinskog zemljišta.

Troškovi eksproprijacije dela zemljišta, koje je u privatnoj svojini, za planiranu investiciju, finansira lokalna samouprava (opština Majdanpek), a troškove projektne dokumentacije za potrebe privođenja nameni zemljišta i zgradnju planiranih objekata neophodnih za realizaciju ukupnog projekta (6.400.000 €), obezbeđuju se sredstvima Nacionalnog investicionog plana Republike Srbije.

	Važnost	Oцена
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	2	4
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	3	4
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)	75%	

Lokacija je ocenjena sa 75% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 4.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE


- NAJZNAČAJNIJI SPOMENIK KULTURE U ZEMLJI
- STRATEŠKI GEOSAOBRAĆAJNI POLOŽAJ (KORIDOR VII)
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- OBEZBEĐENA FINANSIJSKA SREDSTVA ZA SVE FAZE INVESTICIJE
- OSMIŠLJENO UPRAVLJANJE DUGOROČNIM RAZVOJEM
- MOGUĆNOST DALJEG PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURA
- KAPACITETI NEIZGRAĐENIH LOKACIJA
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNTLJIVOST REGIONA
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE
- UKLJUČENJE U MEDJUNARODNI PLOVNI PUT

#### SLABOSTI

- ZAPUŠTENOST PUTNE I REČNE INFRASTRUKTURE
- NEPOSTOJANJE UPRAVLJAČKE STRUKTURE
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAĆAJ
- NEPOSTOJANJE VODOVODNE I KANALIZACIONE MREŽE
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- NEDOVOLJNI KAPACITETI ELEKTRIČNE ENERGIJE
- NEDOSTATAK TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆE TURISTIČKA INFRASTRUKTURA
- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST UKUPNOG PROSTORA



#### 4.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Tematski kulturno istorijski centar "Lepenski vir": Nautika Kupanje Pecanje Zabava Događaji	
Kategorija	Spomenik kulture	
Smještaj / Plan objekata / soba		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etno naselje: 16 kuća sa četvorkrevetnim apartmanima (P- 80 m<sup>2</sup>)-ukupno 64 ležaja</li> <li>- Istraživačka stanica sa smeštajem (P- 480 m<sup>2</sup>)- 20 dvokrevetnih soba-ukupno: 40 ležaja</li> </ul>		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradicionalni restoran</li> <li>• Kafe bar sa terasom</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skijanje na vodi</li> <li>• Biciklizam</li> <li>• Kupanje</li> <li>• Pecanje</li> <li>• Vožnja brodom</li> <li>• Pešačenje</li> </ul>
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manja konferencijska sala</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muzej Lepenski Vir- stalna postavka kulture</li> <li>• Lepenski vir - interpretativni centar</li> <li>• Vizitorski centar</li> <li>• Informacioni centar</li> <li>• Suvenirnica</li> <li>• Pešačke staze</li> <li>• Pristanište</li> <li>• Pristan</li> <li>• Bazen</li> <li>• Plaža</li> <li>• Parking</li> </ul>

## 4.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Državna svojina-Republika Srbija

### *Akteri u procesu*

Vlada Reublike Srbije/lokalna samouprava

### *Finansiranje i vlasništvo*

Sredstva Nacionalnog investicionog plana-Državna svojina

### *Upravljanje*

Državno upravljanje

## 4.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Infrastrukturni radovi Radovi na zaštiti lokaliteta Apartmani (16 kom) Istraživački centar sa smeštajem Restoran Vizitorski centar i ugostiteljstvo Pristanište Ostali neophodni radovi	6.400.0000	Javne	6.400.000		

## 5. TEMATSKI NAUČIČKI CENTAR „POREČKI ZALIV“



## 5.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	150 ha zaliva i 10 ha zemljišta između magistralnog puta i Dunava
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	Postojeće vikend naselje "Obljaga mare" van zone zaliva
Dozvoljeno spratova	P+Pk
Broj kreveta	400
Građevinsko područje (razvijeno)	Do 10.000 m <sup>2</sup>
Orijentacija prema reci	Ušće Porečke reke u Dunav
Elevacija	70 mnv
Vidljivost	Sa Dunava, magistralnog puta M 25/1
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Koridorom X Koridorom VII sa Evropskim zemljama Aerodrom Beograd ( 200km ) Aerodrom Niš ( 200 km ) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (55 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (70 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	-

## 5.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Dostupnost turističkih atrakcija: svi sadržaji u Donjem Milanovcu, Nacionalni park „Đerdap“, Dunav, svi značajni spomenici kulture Đerdapa.

Blizina većih mesta: Kladovo, Negotin, Golubac, Veliko Gradište, Požarevac, Zaječar, Turnu Severin, Vidin.

Značajnih izvora zagađenja nema.

### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Lokacija je u vikend zoni, integrisana je u postojeću saobraćajnu i komunalnu infrastrukturu.

U fazi realizacije investicija procenjuje se veće angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

Zemljište je u državnoj svojini, korisnik JP HE „Đerdap“ i JP „Srbija vode“, a neznatne površine zemljišta su u privatnoj svojini.

### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Očekuju se dodatni troškovi dugoročnog zakupa zemljišta za planiranu investiciju, troškovi projektne dokumentacije za potrebe privođenja nameni zemljišta.

Postoji mogućnost proširenja dodatnog građevinskog zemljišta.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	2	3
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	3	3
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		72%

Lokacija je ocenjena sa 72% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 5.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE



- STRATEŠKI GEOSAOBRAĆAJNI POLOŽAJ
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- PERSPEKTIVE DUGOROČNOG RAZVOJA
- MOGUĆNOST DALJEG PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA OPREMLJENOST
- KAPACITETI NEIZGRAĐENIH LOKACIJA
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNATLJIVOST REGIONA
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE I REČNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAĆAJNA INFRASTRUKTURA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA I VODA)
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

#### SLABOSTI

- POSTOJANJE URBANISTIČKE I PLANSKE DOKUMENTACIJE LOKACIJE
- NEORGANIZOVANA NAUTIČKA PONUDA
- ZASTARELOST VODOVODNE I KANALIZACIONE MREŽE
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- NEDOSTATAK I TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA
- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST UKUPNOG PROSTORA



## 5.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Nautički centar sa smeštajnim kapacitetima (nautika, kupanje, sport i rekreacija, ribolov, zabava, događaji)	 
Kategorija	****	
Smeštaj / Plan objekata / soba		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• apartmansko nautičko naselje</li> <li>• apartmani p = 100 m<sup>2</sup>, do 40 apartmana (160 kreveta)</li> <li>• spratnost: p + pK</li> <li>• <b>30 vila, 120 soba, 240 kreveta, koje neće biti namenjene klasičnoj prodaji nekretnina, već će se prodavati, ali pod posebnim uslovima, tako da će novi vlasnik imati obavezu da ih pusti u komercijalnu upotrebu.</b></li> </ul>		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
<p><b>“NAUTIČKE TERASE” – MESTO DOGAĐAJA I SUSRETA</b>                  UGOSTITELJSKI I ZABAVNI SADRŽAJI, spratnost: PO + P + Pk; UKUPNA POVRŠINA 1.700 m<sup>2</sup></p>		Skijanje na vodi Vožnja čamcem Veslanje Pecanje Biciklizam Pešačenje Motonautika
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
-		DVOSTRANI PRISTAN SA PRIVEZIŠTEM ZA 20 PLOVILA I SIDRIŠTE SA 50 BOVA PLAŽA INFO CENTAR OBALOUTVRDA, KEJ I ŠETALIŠTE PANORAMSKI PUTEVI

## 5.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Državno-privatno

### *Akteri u procesu*

Javno-privatno partnerstvo

### *Finansiranje i vlasništvo*

Dominantno privatno

### *Upravljanje*

Akcionarsko društvo sa dominantnim privatnim kapitalom

## 5.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Izgradnja vila i apartmana Pristan sa privezištem i sidrište	10.000.000.	Privatne 90%, 10% javne	2.000.000	5.000.000	3.000.000

6. PRISTANIŠTE SA ŠETALIŠTEM I MARINOM- DONJI MILANOVAC



## 6.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	4000 m <sup>2</sup>
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	-
Dozvoljeno spratova	-
Broj kreveta	-
Građevinsko područje (razvijeno)	Gradski park
Orijentacija prema reci	Na samom keju Dunava u centru donjeg Milanovca
Elevacija	70 mnnv
Vidljivost	Sa Dunava i iz centra grada
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Koridorom X Koridorom VII sa Evropskim zemljama Aerodrom Beograd ( 197km ) Aerodrom Niš ( 204 km) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (70 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (75 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	+

- Obala u Donjem Milanovcu izgrađena je na nasutom terenu, kao kosi kej, zaštićen oblogom od betonskih ploča – prema Dunavu. Ukupna dužina obaloutvrde iznosi preko 850 m, dok je deo koji je najviše isturen prema Dunavu i uz koji se nalazi postojeći privez, dugačak oko 180 m. Kote platoa na obali su oko 70,00 mnnv i iznad su kota velikih voda reke Dunav.
- Lokacija područja postojećeg privezišta na obali Dunava u Donjem Milanovcu nalazi se u gradskom parku u centru grada sa svom gradskom infrastrukturom: struja, voda, kanalizacija, parking, trgovina, pošta, banka, autobuska stanica, hotel, ugostiteljski objekti, kongresna sala, zdravstvena stanica, benzinska pumpa i ostali komunalni prateći objekti. U sastavu privezišta je i područje na obali uređeno i osvetljeno za bezbedan rad i kretanje putnika i članova posada brodova, odnosno ostale pristanišne službe.
- Prostor regulisane obale nizvodno od postojećeg i budućeg pristaništa, bio bi iskorišćen za formiranje marine i pristana za tzv. "rekreativna plovila" u smislu nedavno usvojene direktive UN o rekreativnoj plovidbi na unutarnjim plovnim putevima. Najnizvodniji potez obale, na kome se danas nalazi rampa za izvlačenje i spuštanje manjih plovila, uklopio bi se u planirani prostor marine uz koji bi se formirala i opremila lokacija za nautičare sa manjim i rekreativnim plovilima.

## 6.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

**1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta**

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Dostupnost turističkih atrakcija: svi sadržaji u Donjem Milanovcu, Nacionalni park „Đerdap“, Dunav.

Blizina većih mesta: Kladovo, Negotin, Golubac, Veliko Gradište, Požarevac, Zaječar, Turnu Severin, Vidin.

Značajnih izvora zagađenja nema.

**2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije**

Lokacija je u gradskoj zoni, integrisana je u postojeću saobraćajnu i komunalnu infrastrukturu.

U fazi realizacije investicija procenjuje se veće angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

Postojeći objekti su u državnom vlasništvu- zemljište je takođe u državnoj svojini, korisnik JP HE „Đerdap“ i JP „Srbija vode“.

**3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora**

Postoji mogućnost proširenja dodatnog građevinskog zemljišta u okviru slobodnih javnih površina, gradske plaže, šetališta-keja i parking prostora.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	2	4
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	3	3
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		78%

Lokacija je ocenjena sa 78% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

**6.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije**

SNAGE


- STRATEŠKI GEOSAOBRAĆAJNI POLOŽAJ
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- POVEĆANO INTERESOVANJE INOSTRANIH PUTNIČKIH BRODOVA ZA PRISTAJANJE
- MOGUĆNOST DALJEG PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA OPREMLJENOST
- KAPACITETI NEIZGRAĐENE LOKACIJE
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNATLJIVOST REGIONA
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE I REČNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAĆAJNA INFRASTRUKTURA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA I VODA)
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

SLABOSTI

- ZAPUŠTENOST PUTNE I REČNE INFRASTRUKTURE
- ZASTARELOST VOZNOG PARKA U REČNOM SAOBRAĆAJU
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAĆAJ
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE REČNIM SAOBRAĆAJEM NA DUNAVU
- TEHNOLOŠKA ZASTARELOST REČNE INFRASTRUKTURE
- NEDOSTATAK REČNE SIGNALIZACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆE TURISTIČKA INFRASTRUKTURA
- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST UKUPNOG PROSTORA



## 6.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	<b>MEĐUNARODNO PUTNIČKO PRISTANIŠTE- DONJI MILANOVAC:</b> Crussing Nautika Sport i rekreacija Zabava Događaji	
Kategorija	Granični prelaz - Međunarodno putničko pristanište	
Smeštaj / Plan objekata / soba		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
Terasa sa restoranom i barom	Crussing Skijanje na vodi Vožnje čamcem Jet skiing Jedrenje Vožnja brodom Pecanje	
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
Konferencijska sala (sadašnja sala u Domu kulture)	Pristaniste/Marina Obaloutvrda-Kej-Šetalište Veslačka staza Panoramski putevi Pešačke / biciklističke staze Vizitorski centar nacionalnog parka Biciklistička staza Turistički info centar (TIC)	

## 6.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Državna svojina-Republika Srbija

### *Akteri u procesu*

Mogućnost: Partnerstvo privatnog i javnog sektora

### *Finansiranje i vlasništvo*

U zavisnosti od aktera u procesu

### *Upravljanje*

U zavisnosti od aktera u procesu

## 6.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Izgradnja zidanog pristaništa Izgradnja marine Rekonstrukcija keja-šetališta Izgradnja objekata	5.700.000	Javne 70%, privatne 30%	3.700.000	2.000.000	

## 7. HOTEL "LEPENSKI VIR", DONJI MILANOVAC



## 7.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	19 ha 78 ari 98 m <sup>2</sup>
Regulacija zemljišta:	
Dozvoljeno spratova	P+ 6
Broj kreveta	450
Građevinsko područje (razvijeno)	16.900 m <sup>2</sup> sa bazenom (19 ha sa sportskim terenima)
Orijentacija prema reci	Na uzvišenju iznad Donjeg Milanovca-okrenut prema Dunavu
Elevacija	161 mnv
Vidljivost	Sa Dunava i iz Donjeg Milanovca
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Koridorom X Pristaništem u Donjem Milanovcu sa Koridorom VII sa Evropskim zemljama Aerodrom Beograd ( 197km ) Aerodrom Niš ( 204 km) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (70 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (75 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	+

## 7.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Svi turistički sadržaji su na samoj lokaciji. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju: područje Nacionalnog parka „Đerdap“, spomenika kulture i većih mesta.

Blizina većih mesta: Požarevac, Kučevo, Golubac, Donji Milanovac, Kladovo.

Značajnih izvora zagađenja nema.

### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Integrirano u postojeću infrastrukturu, kao i postojeće saobraćajnice. Planirana je i projektovana infrastruktura u oblasti putne mreže, javne rasvete, distribucije vode, prečišćavanja otpadnih voda, za potrebe ovog turističkog kompleksa.

U fazi realizacije investicija procenjuje se veće angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

Hotel je privatizovan 2003. godine i posluje kao akcionarsko društvo.

### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Postoji saobraćajna povezanost u celini.

Nosilac investicija u planiranju, projektovanju, izgradnji i upravljanju primarnom komunalnom infrastrukturom ovog turističkog kompleksa je lokalna samouprava preko svojih javnih preduzeća.

Postoji mogućnost dodatnog proširenja građevinskog zemljišta.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	3	4
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	2	4
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		83%

Lokacija je ocenjena sa 83% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 7.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE


- STRATEŠKI GEOSAobraćajni položaj
- NALAZI SE U SREDIŠTU NACIONALNOG PARKA ĐERDAP
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- UPRAVLJANJE DUGOROČNIM RAZVOJEM
- MOGUĆNOST DALJEG PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA OPREMLJENOST
- KAPACITETI NEIZGRAĐENIH LOKACIJA
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNAVANJE REGIONA
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAĆAJNA INFRASTRUKTURA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA I VODA)
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

#### SLABOSTI

- ZAPUŠTENOST PUTNE I REČNE INFRASTRUKTURE
- ZASTARELOST VOZNOG PARKA U DRUMSKOM SAOBRAĆAJU
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAĆAJ
- ZASTARELOST VODOVODNE I KANALIZACIONE MREŽE
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- TEHNOLOŠKA ZASTARELOST DISTRIBUTIVNIH SISTEMA ELEKTRIČNE ENERGIJE
- NEDOSTATAK TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA



## 7.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Ekskluzivni hotel (Nautika, Kupanje, Fitness, Welnes MICE, Sport i rekreacija, Ribolov, Zabava, Događaji)	
Kategorija	*****	
Smeštaj / Plan objekata / soba		
250 ključeva sa 450 ležajeva Luksuzno opremljene sobe		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
Nacionalni restoran Glavni restoran Aperitiv bar Snak bar Diskoteka		Wellness Kupanje Teretana Sauna Sportski sadržaji (teniski, košarkaški, rukometni i dr.)
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
Kongresna sala – 150 mesta 2 manje sale od po 50 mesta		Panoramski putevi Gradska plaža Bazen Sportski tereni Travnati teren za fudbal osvetljen reflektorima i tri pomoćna travnata terena za trening Trim staza Pristanište/gradični prelaz Trgovina/Suvenirnica Ski staza (Rajkovo) udaljena 20 km Vožnja brodom Pešačke / biciklističke staze Vizitorski centar Nacionalnog parka Turistički informacioni centar

## 7.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Privatno vlasništvo

### *Akteri u procesu*

Hotel "Lepenski vir" AD

### *Finansiranje i vlasništvo*

Iz poslovanja i kreditiranjem

### *Upravljanje*

Hotel "Lepenski vir" AD

## 7.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Rekonstrukcija i opremanje hotela do nivoa *****	10.000.000	privatne	5.000.000	5.000.000	

## 8. NOVI GRADSKI HOTEL, DONJI MILANOVAC



## 8.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	1000 m <sup>2</sup> 1 ha zemljišta
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	Lokacija je u izgrađenom gradskom području
Dozvoljeno spratova	P+1+P
Broj kreveta	Ukupno 50 ležajeva
Građevinsko područje (razvijeno)	U centru Donjeg Milanovca
Orijentacija prema reci	Na samoj obali Dunava, okrenut prema reci
Elevacija	70 mnv
Vidljivost	Sa Dunava i sa magistralnog puta M 25/1
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Koridorom X Koridorom VII sa Evropskim zemljama Aerodrom Beograd ( 197km ) Aerodrom Niš ( 204 km) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (70 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (75 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	+

## 8.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Dostupnost turističkih atrakcija: svi sadržaji u Donjem Milanovcu, Nacionalni park „Đerdap“, Dunav.

Blizina većih mesta: Kladovo, Negotin, Golubac, Veliko Gradište, Požarevac, Zaječar, Turnu Severin, Vidin.

Značajnih izvora zagađenja nema.

### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Lokacija je u gradskoj zoni, integrisana je u postojeću saobraćajnu i komunalnu infrastrukturu.

U fazi realizacije investicija procenjuje se angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

Postojeći objekat je u privatnom vlasništvu.

### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Postoji mogućnost proširenja dodatnog građevinskog zemljišta u okviru slobodnih javnih površina, šetališta-keja i parking prostora.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	3	4
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	2	4
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		78%

Lokacija je ocenjena sa 78% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 8.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE


- ATRAKTIVAN POLOŽAJ
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- MOGUĆNOST DALJEG PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA OPREMLJENOST
- KAPACITETI NEIZGRAĐENE LOKACIJE
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ I PREPOZNATLJIVOST REGIONA
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE I REČNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAĆAJNA INFRASTRUKTURNA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA I VODA)
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

#### SLABOSTI

- NEUREĐENOST JAVNIH OBJEKATA I JAVNIH POVRŠINA
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆA TURISTIČKA INFRASTRUKTURNA
- NEDOSTATAK TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST UKUPNOG PROSTORA
- LOŠA KOMUNALNA INFRASTRUKTURNA
- LOŠA PUTNA INFRASTRUKTURNA
- NEPOSTOJANJE REČNOG SAOBRAĆAJNOG TRANSPORTA PUTNIKA
- NEODGOVARAJUĆI TRANSPORT PUTNIKA U DRUMSKOM SAOBRAĆAJU



## 8.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Mali gradski hotel	
Kategorija	***	
Smještaj / Plan objekata / soba		
<p>4 apartmana 17 dvokrevetnih soba Ukupno 50 ležajeva</p>		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
<p>Tradicionalni restoran Bar</p>		<p>Kupanje Pecanje Jet skiing Jedrenje Vožnja čamcem Šetnja brodom Vaterpolo</p>
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
<p>Mala konferencijska prostorija</p>		<p>Panoramski putevi Gradska plaža Pristanište/gradični prelaz Trgovina/Suvenirnica Šetnja brodom Pešačke / biciklističke staze Vizitorski centar Nacionalnog parka Turistički informacijski centar</p>

## 8.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Privatno vlasništvo

### *Akteri u procesu*

Haz plast,doo, Donji Milanovac

### *Finansiranje i vlasništvo*

Haz plast,doo, Donji milanovac

### *Upravljanje*

Haz plast,doo, Donji Milanovac

## 8.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Prenamena postojećeg objekta u hotel i opremanje hotela	800.000	privatne	800.000		

## 9. HOTEL "AQUVA STAR - DANUBE", KLADOVO



Hotel je u izgradnji.

## 9.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	0.52 ha
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	50%,objekat u izgradnji, planiran završetak radova do 09.2007.
Dozvoljeno spratova	P+3
Broj kreveta	Ukupno 90 ležajeva
Građevinsko područje (razvijeno)	3300 m <sup>2</sup>
Orijentacija prema reci	Na samoj obali Dunava, na samoj gradskoj plaži, u okviru gradskog keja i parka
Elevacija	47 mnv
Vidljivost	Sa Dunava i iz centra grada
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Koridorom X Preko pristaništa Kladovo (1 km) sa Koridorom VII sa Evropskim zemljama uzvodno I nizvodno Aerodrom Beograd ( 250km ) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (9 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (60 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	+

## 9.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Svi turistički sadržaji su u neposrednoj blizini lokacije. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju: Fetislam, Diana, područje Nacionalnog parka Đerdap, spomenika kulture i većih mesta.

Blizina većih mesta: Zaječar, Negotin, Donji Milanovac, Golubac, Turnu Severin, Vidin.

Značajnih izvora zagađenja nema.

### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Integrisano u postojeću infrastrukturu, kao i u postojeće saobraćajnice. Planirano je i izmeštanje okolnih privremenih objekata JPK „Komunalac“, koji narušavaju opšti izgled lokacije i budućeg prostora u neposrednoj blizini hotela.

U fazi realizacije investicija procenjuje se veće angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Postoji saobraćajna povezanost u celini.

Nosilac infrastrukturnih investicija tj. planiranja, projektovanja, izgradnje i upravljanja primarnom komunalnom infrastrukturom ovog turističkog kompleksa je lokalna samouprava preko svojih javnih preduzeća.

Postoji mogućnost dodatnog proširenja građevinskog zemljišta.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	2	3
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	3	3
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		72%

Lokacija je ocenjena sa 72% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 9.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE



- DOBAR POLOŽAJ LOKACIJE-NA SAMOJ OBALI DUNAVA I GRADSKOM KEJU
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- OBEZBEĐENA FINANSIJSKA SREDSTVA ZA INVESTICIJU
- OSMIŠLJENO UPRAVLJANJE DUGOROČNIM RAZVOJEM
- MOGUĆNOST DALJEG PROSTORNOG RAZVOJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA OPREMLJENOST
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA UPOTPUNJAVANJE PONUDE
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAĆAJNA INFRASTRUKTURA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA)
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE
- UKLJUČENJE U MEDJUNARODNI PLOVNI PUT

#### SLABOSTI

- ZAPUŠTENOST PUTNE I REČNE INFRASTRUKTURE
- ZASTARELOST VOZNOG PARKA U DRUMSKOM SAOBRAĆAJU
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAĆAJ
- ZASTARELOST VODOVODNE I KANALIZACIONE MREŽE
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- NEUREĐENOST OKOLNOG PROSTORA U NEPOSREDNOJ BLIZINI HOTELA
- NEDOSTATAK TURISTIČKE SIGNALIZACIJE
- NEDOSTATAK TURISTIČKOG INFORMATIVNOG CENTRA
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA
- NEDOSTATAK NEOPHODNIH KADROVA



## 9.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Hotel-Spa/Wellness centar	
Kategorija	Hotel sa **** zvezdica	
Smještaj / Plan objekata / soba		
49 soba : 10 apartmana, 39 soba sa francuskim ležajem		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
<p>Pansionski restoran sa 90 sedišta                  Nacionalni restoran sa 20 sedišta                  Internet caffe sa 70 sedišta                  Aperitiv bar sa 30 sedišta                  Koktel terasa sa 200 sedišta                  Terasa plaže sa 150 sedišta</p>		<p>Skijanje na vodi                  Plivanje                  Wellness/ spa  <b>Pešačenje</b>                  Pecanje                  Šetnja brodom                  Jet skiig                  Spotrovi na otverenim terenima                  Canuiing                  Bočanje                  Tenis</p>
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
<p>Glavna konferencijska prostorija sa 50 sedišta                  Break up room sa 25 sedišta</p>		<p>Kongresna i bioskopska sala                  Šetalište-kej                  Muzej                  Hala sportova                  Plaža                  Bazen                  Sportski tereni na otvorenom                  Pristanište                  Marina                  Panoramski putevi  <b>Pešačke / biciklističke staze</b>                  Informacioni centar                  Trgovina                  Salon lepote</p>

## 9.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Privatno vlasništvo HTP "Plaža", Beograd

### *Akteri u procesu*

HTP "Plaža", Beograd

### *Finansiranje i vlasništvo*

Kapital osnivača

### *Upravljanje*

HTP "Plaža", Beograd

## 9.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Izgradnja i opremanje hotela i izgradnja sadržaja koji odgovaraju internacionalnom standardu od 5 zvezdica	4.000.000	privatne	4.000.000		

## 10. HOTEL "ĐERDAP", KLADOVO



## 10.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	18,37 ara zemljišta pod zgradom, 74,93 ara površina slobodnog placa
Regulacija zemljišta:	
Koeficijent izgrađenosti	Izgradjen hotel (1966/1982)
Dozvoljeno spratova	P+8
Broj kreveta po ha	Ukupno 296 ležaja
Građevinsko područje (razvijeno)	6.285,81 m <sup>2</sup>
Orijentacija prema reci	Na samoj obali Dunava i na gradskom keju u neposrednoj blizini gradske plaže i tvrđave Fetislam
Elevacija	47 mnv
Vidljivost	Iz centra grada i sa Dunava
Saobraćajna povezanost	Đerdapskom magistralom M 25/1 preko Požarevca sa Koridorom X Preko pristaništa Kladovo (1 km) sa Koridorom VII sa Evropskim zemljama Aerodrom Beograd ( 250km ) Preko graničnog prelaza Đerdap za Rumuniju (9 km) sa E 70 Preko graničnog prelaza Kusjak za Bugarsku (60 km) sa E 79
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	/
Kanalizacija	+

- U toku je izrada projekta rekonstrukcije hotela koji će obuhvatiti izgradnju zatvorenog bazena, opremanja soba i restorana
- U toku je delimična rekonstrukcija hotela radi poboljšanja kvaliteta smeštajnih kapaciteta, glavne sale-restorana i opremanje sale za spa centar

## 10.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima.

Svi turistički sadržaji su na samoj lokaciji i neposrednoj blizini. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju: područje Nacionalnog parka „Đerdap“, spomenika kulture (Dijana, Fetislam, ostaci Trajanovog mosta) i većih mesta. Blizina većih mesta: Zaječar, Donji Milanovac, Negotin Turnu Severin, Vidin. Značajnih izvora zagađenja nema.

### 2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije

Integrirano u postojeću infrastrukturu, kao i postojeće saobraćajnice.

Planirana je i projektovana adaptacija, rekonstrukcija i opremanje ovog hotela u cilju poboljšanja kvaliteta smeštajnih kapaciteta, kao i ostalih usluga (restoran, kafe, terase).

U fazi realizacije investicija procenjuje se angažovanje lokalne privrede, povećani promet roba i usluga, angažovanje lokalne radne snage, kao i tokom buduće eksploatacije kao trajan efekat na lokalni ekonomski razvoj.

Hotel je privatizovan i posluje kao akcionarsko društvo.

### 3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora

Postoji saobraćajna povezanost u celini.

Nosilac investicija u planiranju, projektovanju, adaptaciji, rekonstrukciji i opremanju hotela i upravljanju je akcionarsko društvo.

Postoji mogućnost i dodatnog ali ipak neznatnog proširenja građevinskog zemljišta za prateće sadržaje hotela.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	2	3
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	3	3
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		72%

Lokacija je ocenjena sa 72% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

### 10.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije

#### SNAGE


- POVOLJAN POLOŽAJ (NALAZI SE U CENTRU GRADA NA SAMOJ OBALI DUNAVA)
- NALAZI SE U NEPOSREDNOJ BLIZINI I OKRUŽENJU NACIONALNOG PARKA ĐERDAP
- AUTONOMNOST LOKACIJE
- UPRAVLJANJE DUGOROČNIM RAZVOJEM
- MOGUĆNOST INVESTICIONOG ULAGANJA
- POSTOJEĆA INFRASTRUKTURNA I KOMUNALNA OPREMLJENOST
- KAPACITETI PRATEĆE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE
- PREKOGRANIČNA I TRANZITNA POZICIJA
- KAPACITETI ZA RAZVOJ
- UKLJUČENOST U GLAVNE PUTNE KORIDORE
- TELEKOMUNIKACIONA I SAOBRAĆAJNA INFRASTRUKTURA
- ENERGETSKI KAPACITETI (ELEKTRIČNA ENERGIJA)
- UKLJUČENJE U MEDJUNARODNI PLOVNI PUT

#### SLABOSTI

- NEDEFINISAN TURISTIČKI PROIZVOD
- ZAPUŠTENOST PUTNE I REČNE INFRASTRUKTURE
- NEUREĐENOST I NEOPREMLJENOST
- ZASTARELOST INVENTARA I OPREME
- NEORGANIZOVAN REČNI SAOBRAĆAJ
- OPŠTA TEHNOLOŠKA ZASTARELOST
- NEPOSTOJANJE SISTEMA ZA INTEGRALNO UPRAVLJANJE OTPADOM
- NEDOSTATAK PROJEKTNE DOKUMENTACIJE
- NEODGOVARAJUĆA PRATEĆA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA



## 10.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Veliki gradski hotel na obali Dunava	
Kategorija	****	
Smještaj / Plan objekata / soba		
145 ključeva, 290 ležajeva		
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije
Plava sala sa 450 sedišta Zlatna sala 216 sedišta Aperitiv bar 40 sedišta Terasa 150 sedišta Bašta 100 sedišta		Spa/wellness Biciklizam Pešačenje Vožnja brodom Jet skiing Kupanje Vožnja čamcem Skijanje na vodi
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura
Konferencijska prostorija 64 sedišta Salon 20 sedišta		Marina Panoramski putevi Pešačke / biciklističke staze Šetalište-kež Gradska plaža Muzej Bazen Turistički informacijski centar

## 10.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Hotel “Đerdap”, Kladovo AD

### *Akteri u procesu*

Hotel “Đerdap”, Kladovo AD

### *Finansiranje i vlasništvo*

Privatna sredstva vlasnika i kreditiranje.

### *Upravljanje*

Vlasnici hotela i menadžment.

## 10.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Rekonstrukcija hotela i izgradnja pratećih sadržaja	4.000.000	privatne	2.000.000	2.000.000	

## 11. HOTEL "INEX", NEGOTIN



## 11.1. Opis lokacije

Površina (m <sup>2</sup> )	1,45 ha ( 52 ara Inex Krajina AD, 93 ara opština Negotin)
Regulacija zemljišta:	
Koefficient izgrađenosti	U celosti (Izgradjen 1970. godine stari deo, novi deo 1977. godine)
Dozvoljeno spratova	P+ 9
Broj kreveta	Ukupno 170 ležaja
Građevinsko područje (razvijeno)	7000 m <sup>2</sup>
Orijentacija prema reci	U centru grada udaljen od Dunava 10 km preko Kusjaka
Elevacija	45 mnv
Vidljivost	Iz centra grada i sa magistralnog puta M 24
Saobraćajna povezanost	Magistralnim putem M 24 sa Bugarskom preko graničnog prelaza Mokranje (12 km), Preko Majdanpeka sa Beogradom (275 km), Preko Donjeg Milanovca sa Beogradom (250 km), Preko M 25 Zaječara sa Beogradom (300km ), Preko M 25- Kladova i graničnog prelaza Đerdap ( 65 km ) sa Rumunijom, Preko M 25 -Zaječara i Knjaževca sa Koridorom X i Nišom (160 km), Aerodrom Beograd (310 km) Aerodrom Niš (160 km) Preko luke Prahovo (8km) i preko pristaništa Kladovo (60 km) sa koridorom VII i Evropskim zemljama uzvodno I nizvodno
Eksterna infrastruktura (stanje i kapaciteti):	
Električna energija	+
Voda	+
Gas	-
Kanalizacija	+

- Napomena Hotel “Inex Krajina” AD, je vlasnik i 3 ugostiteljska objekta u centru grada (1snek bar, 1 kafana sa terasom, 1 nacionalni restoran sa terasom) i 1 restorana sa terasom u izletištu “Badnjevo”.

## 11.2. Evaluacija lokacije

Kriterijumi evaluacije prema različitim interesnim grupama su već opisani u prethodnom tekstu, tako da ovde nećemo davati metodološka objašnjenja.

### 1. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta tržišta/gosta

Opšta dostupnost svim sredstvima. Hotel je u samom centru grada.

Svi turistički sadržaji su na samoj lokaciji i u neposrednoj blizini hotela. Dostupnost turističkih atrakcija u širem okruženju: spomenika prirode, spomenika kulture i većih mesta.

Blizina većih mesta: Zaječar, Paraćin, Donji Milanovac, Kladovo, Vidin, Turnu Severin.

Značajnih izvora zagađenja nema.

**2. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta zajednice/destinacije**

Integrirano u postojeću infrastrukturu, kao i postojeće saobraćajnice. Planirana je i projektovana infrastruktura u oblasti uređenja centra grada, putne mreže, javne rasvete, distribucije vode. Radovi na uređenju užeg centra grada su u toku.

Uređen je i gradski park u neposrednoj blizi hotela.

**3. Pogodnost i atraktivnost sa aspekta investitora / operatora**

Postoji saobraćajna povezanost u celini.

Ne postoji mogućnost dodatnog proširenja u granicama postojećeg građevinskog zemljišta.

	Važnost	Ocena
Pogodnost s gledišta tržišta/gostiju	3	4
Pogodnost s gledišta zajednice/destinacije	2	3
Pogodnost s gledišta investitora/operatora	3	2
UKUPNA ATRAKTIVNOST I POGODNOST (%)		70%

Lokacija je ocenjena sa 70% i prema kriterijumu ukupne atraktivnosti i pogodnosti spada u dobre lokacije.

**11.3. Relevantni zaključci vezani uz snage i prednosti lokacije**

## SNAGE


- Dobar lokacijski položaj (centar grada)
- Postojeća komunalna i putna infrastruktura
- Prateća turistička infrastruktura
- Blizina značajnih spomenika kulture i spomenika prirode
- Mogućnost rekonstrukcije i adaptacije

## SLABOSTI

- Neuredjenost i neopremljenost hotela
- Nedostajuća sredstva iz redovnog poslovanja za investiranje
- Nemogućnost prostornog proširenja
- Loša kadrovska struktura
- Nedefinisan koncept razvoja



## 11.4. Predlog tržišnog pozicioniranja i razvoja proizvoda

Pozicioniranje	Gradski hotel		
Kategorija	***		
Smještaj / Plan objekata / soba			
<ul style="list-style-type: none"> <li>80 soba, 170 ležajeva</li> </ul>			
Usluge hrane i pića - restorani / barovi		Sadržaji sporta i rekreacije	
Glavni restoran ( 300 sedišta) Mali restoran-150 sedista Terasa-80 sedista Picerija-70 sedišta		Nema sadržaja sporta i rekreacije u samom hotelu, ali je u neposrednoj blizini hotela gradska hala sportova (200m), olimpijski otvoreni bazen (500 m), sportsko rekreativni centar na otvorenom sa terenima za sve male i velike sportive (500 m)	
Sadržaji za konferencije		Turistička infrastruktura	
Banket sala- konferencijska prostorija -25 sedišta		Pešačke / biciklističke staze Turistički informacioni biro Muzej Panoramski putevi	

## 11.5. Poslovni model

### *Vlasnička situacija*

Hotel "INEX KRAJINA", Negotin, Akcionarsko društvo

### *Akteri u procesu*

Hotel "INEX KRAJINA", Negotin, Akcionarsko društvo

### *Finansiranje i vlasništvo*

Hotel "INEX KRAJINA", Negotin, Akcionarsko društvo

### *Upravljanje*

Hotel "INEX KRAJINA", Negotin, Akcionarsko društvo

## 11.6. Predlog investicije

### *Struktura investicije, iznos i dinamika*

Vrsta investicije	Ukupna investicija u EUR	Struktura investicije (%)	Dinamika investiranja po periodima		
			2-3 godine	4-6 godina	7-10 godina
Rekonstrukcija i opremanje hotela	1.600.000	privatne	800.000	800.000	

## 12. SPECIFIČNI INVESTICIONI PROJEKTI

U okviru investicionih projekata koje smo predstavili u prethodnom tekstu ne nalazi se jedan broj značajnih projekata, koji su pogodniji za predstavljanje u tekstualnoj formi nego u formi investicionog fact sheet-a.. Najznačajniji među ovim projektima su projekat kreiranja vinskog resorta povezanog sa negotinskim pivnicama i ribarsko selo Tekija. Navedena dva projekta ćemo detaljnije obraditi, a ostali će biti predstavljeni u kratkoj formi.

### 12.1. Vinski resort

#### 12.1.1. Lokacija i dostupnost

Negotinska krajina sa svojim ruralnim prostorom i tradicionalnom vinskom kulturom je jedna od ključnih srpskih vinskih regija i ona se kao takva može pozicionirati ne samo na lokalnom nego i na internacionalnom tržištu. Poznate su danas vinske regije Evrope (Toskana, Bordo, Štajerska, Istra i sl.) koje su zbog promocije vinske kulture i gastronomije postale izvor dodatne turističke tražnje, posebno tura i kratkih boravaka.

U slučaju Negotinske krajine osim izgradnje lanca vrednosti za proizvod vinskih tura i drugih sadržaja boravka, postoje i tri vrlo interesantna i Srbiji karakteristična kompleksa pivnica (Rajac, Rogljevo i Smedovac) koji su sastavni deo tradicionalne vinske kulture ovog kraja.

Kompleksi pivnica i lokacija budućeg vinskog resorta udaljeni su oko 15 km od grada Negotina i dostupne su lokalnim putem od Negotina preko sela Mokranje do Rogljeva, Smedovca i Rajca, odnosno iz pravca Zaječara sa južne strane regionalnim putem Zaječar-Negotin i lokalnim putem preko sela Brusnik i Tamnič.

Najbliži aerodrom je u Nišu (170 km), a onda u Beogradu (300 km).

Karta: Položaj kompleksa pivnica



#### 12.1.2. Trenutno stanje

Uz Rogljevačke i Štubičke, Rajačke pivnice predstavljaju najočuvanija naselja vinskih podruma iz XIX veka koja karakterišu Negotinsku krajinu. Naselje je zbijenog tipa, spontano nastalo prateći konfiguraciju terena što je uslovalo nizove, blokove objekata i trgove nepravilnog oblika i krivudave ulice. To su prizemni i spratni objekti u kojima

se nalazi od jedne do četiri pivnice. Kod spratnih objekata, donja etaža, gde se nalazi glavni ulaz, predstavlja podrum za preradu i čuvanje vina, dok je u gornjoj, stambenoj etaži boravio vlasnik i radnici u vreme radova oko vina i u vinogradu. Zidovi objekata većinom su građeni kamenom, samo je desetak sa drvetom, odnosno opekom u spratnom delu. Krovovi su uglavnom četvorovodni, ali ih ima i trovodnih i dvovodni, zavisno od mesta u nizu, odnosno bloku. Blagog su nagiba i pokriveni ćeramidom i biber crepom.

Prostorne vrednosti ovog naselja se ogledaju u spontanom nastajanju i razvoju, organskom vezanošću za tlo, odnosno vinogorje i očiglednoj tradicionalnoj logici formiranja naselja.

Stanje kompleksa generalno je vrlo loše i to se, takođe, odnosi na postojeću infrastrukturu i vinogorje. S obzirom da na lokalitetu ima oko 249 pivnica u 176 objekata raznog stepena oštećenosti, prioritet intervencija je od visokog do niskog, a oko 40 objekata zahteva vrlo hitne intervencije, odnosno visok stepen intervencija. Jedan broj pivnica je u primarnoj upotrebi kao vinski podrumi, a ostatak je napušten ili ruiniran.

U toku je izrada geodetske podloge za potrebe *Plana detaljne regulacije* (urađeno je terensko snimanje 12 objekata i dopunjena terenska dokumentacija 33 objekta). U toku je obrada terenske dokumentacije radi izrade planiranih projekata sanacije. Za projekat je odgovoran *Republički zavod za zaštitu spomenika kulture* iz Beograda (pivnice su pod zaštitom države: centralni registar RZZSK- 14/1).

U toku je izrada projekta snabdevanje pivnica vodom. Za ove radove odgovorna je *Zemljoradnička vinogradarska –voćarska zadruga - Pivnice*, a investitor je Ministarstvo za ekologiju Vlade Republike Srbije

### 12.1.3. Pozicioniranje

Konverzija najmanje dve sadašnje pivnice u vinski resort kao jedinstveni (novi) srpski turistički proizvod.

Predlog je da se Rogljevačke pivnice pretvore u vinski resort visoke kategorije a još jedne pivnice u vinski resort srednje kategorije.

U daljem tekstu je dat program za Rogljevačke pivnice.

### 12.1.4. Aktivnosti i turistička infrastruktura

Sledeće atrakcije i turistička infrastruktura treba da budu uključeni u vinski resort: zadržana tradicionalna proizvodnja i priprema vina kao istorijska činjenica i element proizvodnje imidža, što se može postići konverzijom najmanje 5 do 10 pivnica u takav obnovljeni sadržaj;

modernizovana vinska proizvodnja unutar kompleksa s garancijom kvaliteta;

vinoteka s posluživanjem, događanjima, ali i prodajom vina gostima;

vinski spa centar s karakterističnim grožđanim i vinskim tretmanima,

golf centar u blizini jedne lokacije;

konjska farma u blizini s orijentacijom na konjske ture u ovom slikovitom pastoralnom kraju; i

izgradnja i opremanje seoskog/pivničkog/ trga sa komercijalnim i ugostiteljskim sadržajima.

### 12.1.5. Smeštaj

- Konverzija najmanje 30 zatečenih pivnica po lokaciji u vile/apartmane mešovite namene.
- Izgradnja po dva manja (boutique) hotelska objekta kapaciteta od 30 do 40, a maksimalno do 100 soba (200 ležajeva).
- Vile unutar golf kompleksa, a najmanje 50 dodatnih vila s elevacijom i pogledima prema istoku i jugoistoku.

### 12.1.6. Programi/&proizvodi

- touring (vinski i kulturni)
- vinski programi i svečanosti
- golf
- spa
- jahanje
- rekreacija (cycling, walking etc.)

### 12.1.7. Investicije

Za realizaciju ovog projekta prema predloženom standardu potrebno je najmanje oko 45 miliona evra i to po sledećoj strukturi:

- atrakcije i turistička infrastruktura 20 miliona evra
- smeštaj 15 miliona evra
- ugostiteljstvo i komercijalni sadržaji 5 miliona evra
- opšta infrastruktura 5 miliona evra
- ukupno 45 miliona evra

Za realizaciju ovog projekta moguće su dve generalne opcije:

- a) otkup celine nasleđene pivnice i njena konverzija u atraktivni vinski resort,
- b) dogovorni pristup planiranju i realizaciji ovakvog resorta od strane uključenih interesnih subjekata uz finansijsku i organizacionu podršku države.

Mada bi se prvi pristup pokazao kao znatno brži i efikasniji, u realizaciji ovakvog za Srbiju značajnog projekta, mišljenja smo, da zbog nedostatka Agencije za razvoj kao moguće poluge za ovaj projekat, njegovoj realizaciji valja pristupiti kao mogućem zajedničkom poduhvatu interesnih subjekata, uz koordinaciju budućeg DMO-a Donjeg Podunavlja.

### 12.1.8. Benčmark

Vinski resorti se grade tako da budu „ušušani“ između padina prekrivenih vinogradima, obuhvatajući čitav niz raznovrsnih sadržaja. Vinski resorti u SAD (Napa), Španiji, Novom Zelandu i sl., uglavnom su vezani za vinogorja kao glavne tačke, dok se pojavljuju i takvi vinski resorti (Mađarska) koji nastaju oko mineralnih izvora, a u vinogradarskim oblastima, spajajući na taj način wellness sa vinom.





*Pejzaži sa vinskim resortima*

Vinski resort obuhvata infocentar ili neku vrstu clubhous-a, smeštajne kapacitete različitih formata, ali visoke kategorije sa pratećim sadržajima, sadržaje turističke infrastrukture koji upotpunjuju aktivnosti posetilaca resorta.



*Infocentar*



*Unutrašnjost vile u resortu*



*Lobi hotela*



*Meeting room*



*Soba hotela*



*Trem za odmor i uživanje u vinogorju*

Gastronomska ponuda vinskog resorta je veoma bogata, sa jakim pečatom lokalne/nacionalne kuhinje i domaćih kvalitetnih sorti vina (degustacije u podrumima vina, a služe se i u restoranima i barovima. Restorani se mahom prave sa terasama sa kojih se pružaju pogledi na vinogorja i pastoralne padine. Barovi u resortu su, takođe, tradicionalno vezani za vino, ali se služe i sve druge vrste pića.



*Uživanje u vinu*



*Restoran*



*Bar*



*Terasa*





*Hidromasaže*



*Wellness centar*

Pratni sadržaj resorta je veoma važan i njegov obavezan deo je wellness: masaže uljima od semenki grožđa, vinski tretmani sa domaćim vinima obogaćena eteričnim uljima, relaksacija uz vina, fitnesscentar, tursko kupatilo i sauna, itd;



*Bazen i sa tretmanima*



*Masaže*

**Ostale aktivnosti:**



*Vinske ture uz degustaciju vina*



*Obilazak vinogorja fjakerima*





*Bazeni*



*Pastoralni pejzaž i golf tereni*



*Organizovanje venčanja*



*Vožnja biciklima*



*Vožnja balonima*



*Berba grožđa*



*Piknik u prirodi*



*Jahanje kroz vinograde*

## 12.2. Ribarsko selo Tekija

### 12.2.1. Lokacija i dostupnost

Selo Tekija nalazi se na desnoj obali Dunava, na magistralnom putu M25.5. Šire okruženje ove lokacije je Nacionalni park „Đerdap“ sa svim svojim prirodnim i kulturno istorijskim vrednostima i sadržajima. U neposrednoj blizini je Velikog i Malog kazana, Trajanove table, Velikog i Malog Štrbca i najbolje je pozicionirano naselje na području Nacionalnog parka „Đerdap“.



Selo Tekija je dostupno sa Dunava i sa magistralnog puta M 25.1 (Đerdapska magistrala), a najbliži aerodrom je u Beogradu (235 km). Na povoljnost ukupnog geografskog položaja pozitivno utiče i činjenica da je na samo 12 km granični prelaz sa susednom Rumunijom (put E70).



### 12.2.2. Trenutno stanje



Selo Tekija obuhvata površinu od oko 100 ha i nalazi se u granicama Nacionalnog parka „Đerdap”. Naselje je opremljeno vodovodom, električnom energijom i kanalizacijom (nema kolektor sa prečišćivačem što je za sada veliki ekološki problem). Zemljište je privatno i državno (pretežno državna svojina, Republika Srbija, korisnik HE „Đerdap”, JP „Srbija vode”).

U toku je izrada *Plana detaljne regulacije naselja Tekija*. Postoji mogućnost za otvaranje oko 2000 ležajeva u porodičnim domaćinstvima.

### 12.2.3. Pozicioniranje

#### Ribarsko selo “Tekija”

##### Smeštaj i turistička infrastruktura:

- apartmansko ribarsko naselje (ribarsko selo) - apartmani p = 100 m<sup>2</sup>, do 40 apartmana spratnost: P + PK);
- 25 vila sa 100 soba koje su namenjene prodaji, ali pod ograničenjem da ih novi vlasnik mora koristiti u komercijalne svrhe (u potpunosti ili u određenom vremenskom periodu);
- privođenje nameni privatnog smeštaja;
- “ribarski kej” – mesta pecanja sa obližnjom ribarskom tržnicom;
- „škola“ ribolova;
- objekti za prodaju iznajmljivanje i popravku ribarske opreme;
- specijalizovani riblji restorani;
- obaloutvrda, kej i šetalište;
- ugostiteljski kapaciteti;
- pristan-marina sa servisom i zimovnikom za laka plovila;
- uređenje plaže;
- info centar; i
- uređen parking prostor i komunalna opremljenost obale.

**Aktivnosti:**

- Ribolov
- Nautika/ Veslanje/ Skijanje na vodi
- Kupanje
- Vožnja čamcem
- Sport i rekreacija
- Biciklizam
- Pešačenje
- Zabava
- Događaji

**12.2.4. Investicija**

Okvirni iznos investicija je oko 11 miliona evra, s tim što treba napomenuti da su vile namenjene prodaji i da je za njihovu izgradnju predviđeno 4 miliona evra, dok je za izgradnju apartmana predviđeno preko 3 miliona evra.

**12.2.5. Benchmark**

### 13. OSTALI PROJEKTI

Naziv projekta	Lokacija	Opis projekta	Okvirna vrednost investicije	Rok realizacije
Tematski kulturno istorijski centar "Stara gradištanska čaršija sa pristaništem"	Strogi centar Velikog Gradišta	Revitalizacija jednog od najvrednijih delova gradskog jezgra. Urbana celina, ikonografija, fasade, infrastruktura i opremanje sadržajima boravka i događaja. U okviru ovog projekta treba da bude i rekonstrukcija hotela „Srpski kralj“ i njegovo dovođenje na nivo od 4 zvezdice.	3 do 5 miliona evra	sukcesivno, ali najkasnije za 5 godina
Rekonstrukcija hotela „Srebrno Jezero“	Veliko Gradište-Srebrno Jezero	Rekonstrukcija hotela i dovođenje na nivo od 3 zvezdice sa svim pratećim sadržajima.	2,4 miliona evra	do 2012.
Revitalizacija gradskog jezgra Golupca	Golubac	Izmeštanje tranzitne saobraćajnice – Đerdapske magistrale preko „Parloga“ i „Vinograda“ (prema Novom Generalnom urbanističkom planu Golupca). Ovim rešenjem oslobađa se značajan deo tkiva grada u priobalnoj zoni, koji može prerasti u turističko jezgro grada sa izlaskom na reku. Revitalizacija zgrada, ulica, trga mora se spojiti sa procesom uređenja vodene fronte – izgradnja i uređenje dokova i šetališta sa svim pratećim sadržajima. Formiranje ambijentalno-humane celine koristeći u arhitektonskim sklopovima mogućnosti korišćenje voda, cveća i drveća sa koloritom koji će davati fasade, izlozi, tremovi i terase sa nadstrešnicama, tendama i suncobranima. Pešačke površine i staze prilagoditi željenom ambijentu uz uslove lakog održavanja travno-cvetnih površina. Na ovaj način uvlači se rečno priobalje u gradsko tkivo naselja.	u zavisnosti od troškova izmeštanja puta	do 2012.
Pristanište u Golupcu	Pristanište na prostoru veličine 2 ha, na samoj obali Dunava između magistralnog puta M-25/1 i obale	Pristanište sa privezištem za 10 plovila i sidrištem sa 50 bova; restoran sa terasama (centralni nautički prostor za susrete i događaje), prodavnica, servis za laka plovila, info centar (Projekat se nadovezuje na Revitalizaciju gradskog jezgra Golupca)	300.000 evra	2 godine
Tematski kulturno istorijski centar „Stara porečka čaršija“	Donji Milanovac, na ulazu u grad, u neposrednoj blizini gradske plaže	Revitalizacija jednog od najvrednijih delova starog gradskog jezgra. Urbana celina: kapetan Mišin konak i Tenkina kuća sa rekonstruisanim- „novoizgrađenim objektima“-replikama: Kapetan Mišina rodna kuća i gradska kuća Porečkog ostrva.	1,5 miliona evra	2 godine
Rekonstrukcija objekta Golden In u Majdanpeku	Majdanpek	Dovođenje objekta na nivo od 3 zvezdice, ukupno 60 ležajeva.	600.000 evra	do 2012.
Prostorno kulturno istorijska celina "Stara kladovska čaršija" i revitalizacija Fetislama	Strogi centar Kladova i tvrđava Fetislam	Revitalizacija jednog od najvrednijih delova gradskog jezgra. Urbana gradska ikonografija, fasade, infrastruktura i opremanje sadržajima boravka i događaja Rekonstrukcija sportskih sadržaja i uređenje tvrđave sa amfiteatrom	2 miliona evra	sukcesivno ali najkasnije za 3 godine
Hotel na Miroču	Planina Miroč	Izgradnja hotela sa 3 zvezdice koji će imati 50 soba i 110 ležajeva, a uključivaće i dodatne sadržaje.	2 miliona evra	do 2020.
Prostorno kulturno istorijska celina "Staro gradsko jezgro"	Strogi centar Negotina	Revitalizacija jednog od najvrednijih delova gradskog jezgra. Urbana gradska celina sa dve centralne ulice, gradski park i dva gradska trga, ikonografija, fasade, infrastruktura i opremanje sadržajima boravka i događaja	3 do 4 miliona evra	sukcesivno ali najkasnije za 5 godina

Rekonstrukcija omladinskog naselja „Karataš“	Kladovo, naselje Karataš u neposrednoj blizini graničnog prelaza Đerdap	Rekonstrukcija nekategorisanih objekata omladinskog naselja sa oko 20.000 m <sup>2</sup> bruto građevinske površine (50 objekata od 64 do 500 m <sup>2</sup> ) u kompleksu hostela od jedne do tri zvezdice sa pratećim sportskim terenima	2 miliona evra	Sukcesivno, do 2020.
Marina	Kladovo	Marina sa 100 vezova	500.000 evra	do 2012.
Izgradnja i uređenje kampova	Brnjica, Dobra, Mihajlovac i Srebno Jezero	Izgradnja kampova na 4 lokacije, sa ukupno 400 smeštajnih jedinica.	2 miliona evra	do 2020.
Turistički kompleks „Mihajlovac“	Mihajlovac, Negotin	Mihajlovac: pristanište, hotel 60 ležajeva, restoran, parking, sportski tereni na otvorenom, kejsa šetalištem, plaža, trgovina, turistički info centar (kamp je uključen u prethodni projekat)	4 miliona evra	do 2020.
Ruralni turizam	Najveća koncentracija u opštini Negotin: tri zone – brdska zona sela (Popovica, Sarkamen, Melajnica, Vratna i Jabukovac; vinogradarska zona: Tamnič, Rajac, Rogljevo i Smedovac i ravničarska zona sa selom Mihailovac. Na teritoriji opštine Kladovo moguće je izdvojiti sela koja bi se aktivirala u pravcu turizam kao etno-sela: Podvrška, Petrovo selo, Manastirica i Reka, potom sela u blizini Dunava: Brza Palanka, Kupusište i Grabovica i sela koja imaju značajnu arheološku građu: Mala Vrbica i Kostol (nepoznati smeštajni kapaciteti). Opština Majdanpek bi ruralni turizam mogla vezati za sela Miroč, Rudnu Glavu, Debeli Lug, ali i dunavska naselja: Dobra, Boljetin, Stara Reškovića i Golubinje.	Privođenje nameni seoskih domaćinstava u pomenutim selima za potrebe i smeštaj turista i otvaranje novih domaćinstava, edukacija seoskog stanovništva o mogućnostima koje turizam pruža, pojačavanje komplementarnosti između poljoprivrede i turizma (korišćenje poljoprivrednih proizvoda za spravljanje zdrave hrane, uključivnje turista u rad na selu, ali i klasični oblici ruralnog turizam – odmor, uživanje u ruralno-pastoralnim sredinama, aktivnosti u prirodi, obilaženje prirodnih i kulturno-istorijskih spomenika u blizini atara datih sela)	3,5 miliona evra	do 2020.





## IX MARKETING PLAN

### 1. STRATEŠKI PRIORITETI

Osnovna uloga kreiranja marketing strategije „Donjeg Podunavlja“ je definisanje načina za realizaciju utvrđenih ciljeva prodaje turističkih usluga i dugoročnog povećanja tržišnog učešća. Marketing strategijom se definišu osnovne smernice na osnovu kojih se ostvaruju misija, vizija i ciljevi definisani za konkretno turističko područje. Cilj definisanja marketing strategije u području „Donjeg Podunavlja“ je utvrđivanje okvira plana za realizaciju vizije šireg područja, kao i definisanje ključnih marketing prioriteta koje je potrebno sprovesti u narednih pet do sedam godina u cilju intenzivnije komercijalizacije turističkih proizvoda na domaćem i inostranom tržištu. Marketing strategija je od posebnog značaja za komuniciranje i isporučivanje nove vrednosti koja će biti stvorena u području realizacijom definisanih investicionih projekata i planova razvoja turizma.

Definisani marketing planovi su osnova na kojoj će biti nadograđivana marketing strategija u skladu sa budućim razvojem turizma i trendova na domaćem i Evropskom turističkom tržištu. Strateški prioriteti marketing sistema „Donjeg Podunavlja“ su sledeći:

- **istraživanje tržišta**
- **brendiranje**
- **internet**
- **marketing plan proizvoda**
- **integrisane marketinške komunikacije**

### 2. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Istraživanje tržišta je značajan deo marketing plana i predstavlja bitnu odrednicu u kreiranju i prilagođavanju (menjanju) marketing strategije prema novim zahtevima tržišta. U „Donjem Podunavlju“ sistematsko i plansko istraživanje tržišta se ne sprovodi. Istraživanje tržišta je potrebno uspostaviti kao integralni deo marketing sistema čiji je osnovni cilj izgradnja i održavanje konkurentske prednosti. Rezultate istraživanja treba koristiti za unapređenje marketing plana i usklađivanja ponude sa preferencijama potrošača koje se u poslednje vreme intenzivno menjaju. Proces istraživanja tržišta treba da se sastoji iz sledećih delova:

- ***istraživanje opštih ekonomskih i socio-demografskih kretanja*** na interesantnim tržištima gde se, pre svega, misli na: društveni proizvod per capita, ekonomski rast, veličinu diskrecionog dohotka, stopu rasta stanovništva, prosečnu starost itd. Cilj je predviđanje budućeg rasta tražnje sa značajnih emitivnih tržišta. Istraživanja nije nužno neposredno sprovesti, već je potrebno pratiti kretanja opštih konjunkturalnih pokazatelja u specijalizovanim časopisima i publikacijama.

- **istraživanje preferencija korisnika proizvoda (potrošača)** koje se u poslednje vreme sve češće menjaju što rezultuje u promenama: strukture tražnje za pojedinim proizvodima, reakcija na različite oblike promocije, načina kupovine proizvoda (online, agencije, direktni kontakt itd.), usmerenja tražnje prema različitim područjima, sadržajima koje koriste u toku putovanja, zahteve u pogledu kvaliteta i sl. U području „Donjeg Podunavlja“ potrebno je istraživati ponašanje turista na geografski najznačajnijim tržištima sa emitivnog aspekta (Srbija, evropske zemlje itd.), ali i ponašanje korisnika određenih proizvoda (preferencije putnika na kruzerima, turista specijalnog interesovanja itd.). Istraživanja preferencija korisnika nije nužno neposredno sprovoditi već je potrebno pratiti kvalitativne promene u okviru različitih publikacija WTO, stručnim časopisima i sl.
- **istraživanje zadovoljstva sadašnjih korisnika proizvoda u „Donjem Podunavlju“**. Zadovoljni korisnici se češće vraćaju u destinaciju, tj. pokazuju lojalnost (poznat je primer da turisti koji putuju zbog poslovnih putovanja ili dolaze zbog događaja ukoliko su zadovoljni vraćaju se u isto područje sa porodicom ili prijateljima zbog odmora, kružnih tura, nautike ili turizma specijalnog interesovanja). Turisti prenose doživljena iskustva prijateljima, rodbini i kolegama, što u slučaju zadovoljstva utiče na ukupan rast tražnje za konkretnom destinacijom i obrnuto u slučaju nezadovoljstva negativno se odražava na ukupnu tražnju. U „Donjem Podunavlju“ potrebno je vršiti istraživanje zadovoljstva turista po svim proizvodima i u skladu sa rezultatima vršiti korekcije postojeće ponude u cilju poboljšanja kvaliteta usluge i povećanja ukupne satisfakcije korisnika. Istraživanjem je moguće utvrditi i „parcijalna“ nezadovoljstva turista kroz upitnike o posebnim uslugama (npr. smeštajne usluge, ljubaznost osoblja, sadržaj destinacije i sl.). Ukoliko veliki/veći broj turista iskaže nezadovoljstvo istim uslugama treba vršiti korekcije u tom delu proizvoda. Istraživanje je moguće vršiti anketiranjem turista koji koriste proizvode u području, analizom knjiga utisaka koje treba da postoje u svim smeštajnim objektima, analizom žalbi turista, razgovorom sa posetiocima i beleženjem negativnih reakcija. U poslednje vreme destinacije sve češće koriste i web stranice u analizi satisfakcije na način da turisti mogu iskazati svoja nezadovoljstva i primedbe slanjem e-meila na adresu koja se nalazi na sajtu. U Donjem Podunavlju s obzirom na veliki broj usluga i orijentaciju na visoki turizam potrebno je planski i sistematski vršiti istraživanja zadovoljstva korisnika i vršiti korekcije u skladu sa rezultatima.

Sumarno istraživanje i analizu treba vršiti na najvišem upravljačkom nivou u području (DMO), uz istovremeno stimulisanje svih učesnika na strani ponude da budu uključeni u proces istraživanja. Od posebnog značaja je stimulisanje hotelijera i drugih ugostiteljskih objekata da učestvuju u istraživanju stepena zadovoljstva korisnika (sprovođenje anketa, beleženje žalbi, knjiga utisaka o celokupnoj ponudi i sl.). Sumarne rezultate je potrebno distribuirati svim ključnim stejkholderima na području kako bi se unapredio turizam i opšti i parcijalni delovi ponude.

### 3. BRENDIRANJE

Poznato je da brend predstavlja jedinstveni zbir iskustava koje pruža mešavina racionalnih, emocionalnih, socioloških i kulturnih vrednosti i koristi koje postoje na nekom proizvodu /destinaciji. Brendovi pomažu turistima da razviju asocijacije kroz sistem percepcija o određenoj destinaciji (npr. prestižna destinacija, destinacija za dobar provod, destinacija za zabavu, destinacija koja determiniše status, uživanje u ekološkom ambijentu, jedinstvena kultura, okrepljujuća sredina i sl.), što sve olakšava proces donošenja odluke prilikom izbora destinacije za putovanje. Brendirane sopstvene destinacije turisti vide različito od konkurentskih destinacija i stvaraju osećaj dodatne sigurnosti u formiranju očekivanja vrednosti prilikom donošenja odluke o putovanju. Brendiranje „Donjeg Podunavlja“ je proces kreiranja identiteta područja u cilju izgradnje imidža koji će područje učiniti prepoznatljivim i različitim u odnosu na konkurente. Brendiranje „Donjeg Podunavlja“ je potrebno vršiti ne samo na domaćem, već i pre svega na širem Evropskom tržištu.

Brend destinacija se sastoji od četiri elementa:

- **Osnovne vrednosti.** Osnovne vrednosti koje nudi područje „Donjeg Podunavlja“ moraju biti u procesu brendiranja jasno komunicirane prema tržištima koja predstavljaju potencijalne izvore tražnje. Najznačajnije vrednosti „Donjeg Podunavlja“ su:

NAJZNAČAJNIJE VREDNOSTI DONJEG PODUNAVLJA	
➤	<i>Atraktivni prirodni ambijent stvoren ukrštanjem Dunava i prirodnih lepota Balkana</i>
➤	<i>Nautički sadržaj Dunava</i>
➤	<i>Divlja priroda i bogat biljni i životinjski svet NP „Đerdap“</i>
➤	<i>Kultura koja datira iz doba neolita, rimskog perioda i srpskog Srednjeg veka.</i>
➤	<i>Atraktivna mesta na obalama Dunava</i>
➤	<i>Jedinstveni i atraktivni panoramski predeli.</i>
➤	<i>Tradicionalno vinarsko područje.</i>

Akcenat u procesu komuniciranja ne treba da bude na vrednostima koje se podrazumevaju za sve destinacije sličnog tipa. Neophodno je, naime, izdvojiti one vrednosti koje destinaciju razlikuju i turistima nude posebnu vrednost u odnosu na druga slična područja.

- **Osnovna poruka (slogan).** Poruka koju „Donje Podunavlje“ treba da uputi tržištu mora da opiše područje, da bude jasna, kratka i jedinstvena. Cilj je da se poruka lako upamti, da oslikava vrednosti područja i učini područje prepoznatljivim na širem tržištu. Kreiranje

poruke je rezultat kreativnosti marketing stručnjaka i senzitivne reakcije potencijalnih korisnika. U tom smislu je potrebno testiranje reakcije uzorka ispitanika na veći broj predloženih poruka kako bi se izabrala prava. Napominjemo da je za profesionalno brendiranje potrebno angažovati tim marketing stručnjaka koji bi izradili predloge i kroz proces testiranja izabrali najadekvatniju poruku.

- **Osnovni karakter.** To su komponente emocionalnog brenda koje bude senzualnu i emotivnu reakciju primaoca i potencijalnih posetioca gde se, pre svega, misli na komuniciranje specifičnog/jedinstvenog užitka koje posetioci mogu doživeti u toku posete područja (npr. uživanje na Dunavu, uživanje u vinu, doživljaj jedinstvene lepote, sredina koje deluje okrepljujuće na ceo organizam i sl.).
- **Osnovne ikone.** Predstavljaju osmišljena rešenja po pitanju dizajna logoa područja, kombinacije boja, poruka i estetike na brošurama i štampanim materijalima, sadržaj auditivnih poruka na reklamama, vizuelnog izgleda web stranice i sl. Slično kao i sa kreiranjem osnovne poruke, osnovna ikona je rezultat kreacije i testiranja vođen od strane marketing/brending stručnjaka. U korišćenju istog komunikacionog medija je potrebno postojanje doslednosti u pogledu osnovnih ikona kako bi se efikasno izgradio prepoznatljiv brend.

Treba napomenuti da je brendiranje proces koji traje duže vreme i kontinuirano se sprovodi. Osnovni princip kreiranja brenda u „Donjem Podunavlju“ treba da bude doslednost u načinu komuniciranja vrednosti tokom dužeg niza godina kako bi brend postao prepoznatljiv na ciljnim tržištima i širem geografskom prostoru. Do sada dosledno i konzistentno komuniciranje vrednosti u području nije postojalo s obzirom da se emitovane poruke, osnovni dizajn štampanog materijala i način komuniciranja vrednosti razlikuju između pojedinih opština u području, a ni pojedini gradovi nemaju konzistentno komuniciranje sa javnošću tokom vremena.

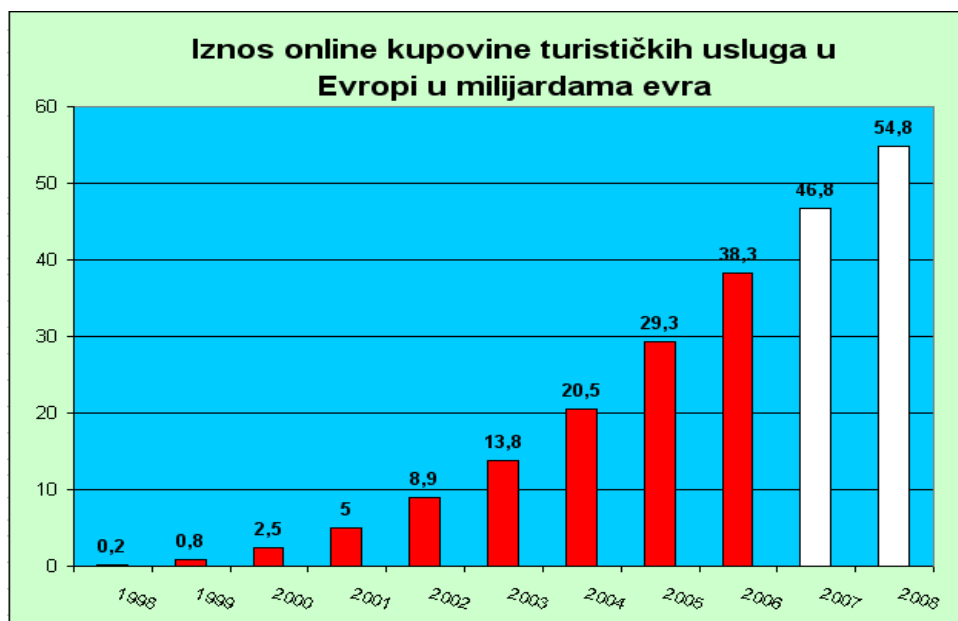
Brendiranje turističke destinacije nije samo proces komuniciranja vrednosti. Brendom se upravlja kroz proces nadograđivanja, održavanja i unapređenja u samoj destinaciji. Postoji nekoliko pravila koja se moraju uvažavati u samoj destinaciji kako bi se izgradio i održao brend. Pravila su sledeća:

- ✓ **organizovanje poslovanja oko brenda.** Neophodno je povezati različite delove područja i različite elemente ponude (hotelske usluge, usluge u marinama, usluge u rezervatu prirode i sl.) da budu međusobno usklađene, sačinjavaju jedinstvenu celinu i oslikavaju jedinstven identitet destinacije.
- ✓ **svi učesnici moraju razumeti brend.** Svi učesnici u turističkoj ponudi, pa i sami stanovnici destinacije, moraju razumeti brend i njegovu ulogu. (postoje primeri destinacija u Austriji, Švajcarskoj itd. gde u cilju podrške brendu sve terase privatnih kuća i hotela imaju istu boju cveća u određenim periodima godine). Za „Donje Podunavlje“ je značajno da svi učesnici na strani turističke ponude razumeju značaj brenda i da prihvate da svi skupa čine brend i da samo zajedničkim naporima mogu da doprinesu njegovom razvoju.

- ✓ **biti dosledan u isporuci vrednosti.** Doslednost u kreiranju brenda znači isporučivanje vrednosti koja je obećana kroz brendiranje i komuniciranje (oglašavanje, brošure) vrednosti ne samo na nivou destinacije, već i od strane svih učesnika. Doslednost je posebno značajna kod isporuke visoke vrednosti kakav je slučaj sa područjem „Donjeg Podunavlja“.
- ✓ **poštovati turistu.** Posmatranje turista kao „jedinica“ za ostvarenje dobiti je stvar prošlosti. Destinacije u kojima svi ponuđači razumeju ovo pravilo mogu postati brend (WTO). Turisti su osobe koje presuđuju da li će svaki pojedinačni turistički biznis u destinaciji i sama destinacija opstati na turističkom tržištu ili ne. U skladu sa tim je neophodno da svi učesnici razumeju princip i da se u skladu sa njim ponašaju.

#### 4. INTERNET

Internet je otvorio široku mogućnost za primenu savremene informacione tehnologije u marketingu na turističkom tržištu. Web stranice, e-meilovi, on-line rezervacije hotelskih usluga i online kupovina turističkih usluga dobijaju sve značajniju ulogu na turističkom tržištu. Značaj interneta ilustruje činjenica da obim on-line prodaje turističkih usluga beleži rapidan rast u poslednjim godinama. Na sledećem grafikonu je predstavljen obim ostvarene prodaje preko interneta u poslednjih devet godina u svetskom turizmu i dato je predviđanje obima u 2007. i 2008. godini:



*Izvor: [www.crt.dk/trends](http://www.crt.dk/trends)*

S obzirom na činjenicu da internet dobija sve značajniju ulogu kako u promociji tako i u distribuciji na turističkom tržištu, neophodno je da „Donje Podunavlje“ koristi ovo sredstvo u cilju unapređenja svog poslovanja. Poseban značaj interneta u marketingu „Donjeg Podunavlja“ predstavlja orijentacija na potrošače visoke platežne sposobnosti i na inostrano tržište gde elektronsko poslovanje (online traženje informacija i online kupovina usluga) ima posebno značajnu ulogu. O načinu postavljanja web prezentacije, što je jedan od osnovnih elemenata online promocije područja, i izboru web portala za oglašavanje (advertising) biće više reči u okviru dela o integrisanim marketinškim komunikacijama.



## 5. PLAN MARKETINGA PROIZVODA

Plan marketinga proizvoda podrazumeva kreiranje marketing strategije posebno za svaki turistički proizvod u „Donjem Podunavlju“. U portfoliju proizvoda je definisano 10 ključnih proizvoda. Za svaki proizvod u planu marketinga su definisane šanse za razvoj proizvoda, oblici proizvoda koji mogu postojati, tip gostiju i geografsko područje odakle se očekuje najveći broj posetilaca i prema kojima treba usmeriti najznačajnije marketing napore. Na kraju, marketing strategijom se definišu najznačajnija promocijska sredstva i kanali distribucije koji treba da se koriste u procesu komuniciranja i isporuke proizvoda.

„Donje Podunavlje“ je bogato visokovrednim prirodnim i kulturnim atrakcijama što je istaknuto u prethodnom delu teksta. Bazirajući se na atrakcijama, definisanim lancem vrednosti koji treba izgraditi i aktuelnim tržišnim trendovima zaključuje se da područje može usmeriti svoju ponudu prema potrošačima visoke i više platežne sposobnosti na domaćem i inostranom tržištu. Orijentacija na visoki turizam podrazumeva kreiranje proizvoda visoke vrednosti. Visoka vrednost podrazumeva stvaranje lanca visoke vrednosti u području uz uvažavanje aktuelnih kvalitativnih trendova na turističkom tržištu i primeni savremenih marketing i menadžment principa u upravljanju turizmom i komercijalizaciji proizvoda. Generalna strategija tržišnog nastupa treba da se izgrađuje u efikasnoj kombinaciji visokog kvaliteta “paketa ponude” i u isto vreme cenovnom konkurentnošću na evropskom turističkom tržištu.

Potencijali pojedinačnih proizvoda su različiti u pogledu vrednosti koju nude što direktno određuje konkurentnost proizvoda na inostranom tržištu i segmente potrošača koji se mogu opslužiti. U daljem tekstu biće predstavljeni segmenti potrošača koji su potencijalni korisnici, kao i mogućnosti komercijalizacije na inostranom tržištu.



### 5.1. Nautika

Nautika predstavlja jedan od najznačajnijih proizvoda u „Donjem Podunavlju“. Nautički proizvod pre svega treba da bude usmeren prema potrošačima visoke platežne sposobnosti, što podrazumeva kreiranje lanca visoke vrednosti. U definisanom portfoliju proizvoda, nautički proizvod čine četiri potproizvoda:

- **kruzing** podrazumeva zaustavljanje velikih kruzera koji plove Dunavom i korišćenje usluga u području „Donjeg Podunavlja“. Prosečna starost putnika koji plove kruzerima je iznad 50 godina, što podrazumeva prilagođavanje proizvoda - široke platforme za lak izlaz sa brodova, kvalitetni interpretativni programi atrakcija u području, kvalitetna i prilagođena gastronomska ponuda i sl. Najznačajniji kanal distribucije su turoperatiri (organizatori kruzing putovanja).
- **čarting** podrazumeva iznajmljivanje plovnih sredstava u marinama i pristanima. Čarter koriste različiti segmenti potrošača (različito starosno doba, aktivni individualci, parovi, porodice itd.) tako da treba kreirati diversifikovanu ponudu - skuteri, gliseri, plovljenje manjim brodovima i sl. Najznačajniji oblici komunikacije su oglašavanje, specijalizovani časopisi i web prezentacije.
- **Marine** imaju direktni uticaji na razvoj nautičkog proizvoda. Oni moraju sadržati širok lanac vrednosti - restorani, bezbednost plovila, noćno osvetljenje, servisne usluge, usluge napajanja strujom i gorivom i sl. Estetsko uređenje i održavanje marina mora biti na visokom nivou što je u skladu sa ciljem isporuke visoke vrednosti proizvoda.

- **Jedrenje** je značajan potproizvod s obzirom na povoljne prirodne karakteristike područja. Golubac je danas najatraktivniji jedriličarski centar u Srbiji. U cilju masovne komercijalizacije na evropskom tržištu potrebno je razvijanje lanca vrednosti visokog kvaliteta. Najznačajniji kanali distribucije su specijalizovane agencije, direktna prodaja krajnjim korisnicima (online rezervacije) ili raznim profesionalnim i amaterskim udruženjima jedriličara. Najznačajniji oblici komunikacije su specijalizovani časopisi ili direktni marketing prema finalnim korisnicima i udruženjima jedriličara.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:

NAUTIČKI TURIZAM		
		
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>	
<p>Pogodne prirodne karakteristike Dunava (širina i dubina)                      Visoke stope rasta tražnje - oko 10%                      Rast broja turista koji plove Dunavom                      Atraktivno panoramsko okruženje                      Bogate prirodne i kulturne atrakcije za obilazak turista koji plove krugerima                      Pogodna strujanja vazduha za jedrenje</p>	<p>Posete krugera                      Posete jahti i glisera                      Usluge u marinama i pristanima                      Iznajmljivanje plovila (čarter)                      Jedrenje                      Držanje privatnih plovih sredstava u marinama i pristanima</p>	
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>	
<p>Stariji gosti iznad 45 godina na kruging putovanjima                      Porodice                      Grupe prijatelja                      Aktivni individualci</p>	<p>Srbija, Crna Gora, Slovenija, BIH, Rumunija, Grčka, Bugarska, Mađarska, Makedonija                      Ruska Federacija, Nemačka, Italija, Francuska, Skandinavske zemlje                      Austrija, Velika Britanija,                      Strani rezidenti u Srbiji</p>	
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>	
<p>Promotivni materijali i brošure                      Web prezentacije                      Specijalizovani sajmovi                      Specijalizovani časopisi                      Oglašavanje (advertising)</p>	<p>Specijalizovani tour operateri                      Specijalizovane agencije                      Agencije                      Direktni marketing                      Online sajt Donjeg Podunavlja</p>	

## 5.2. Kratki odmori

Područje je atraktivno za razvoj kraćih odmora namenjenih potrošačima različitih platežnih sposobnosti. Kroz različite lance vrednosti može se prilagoditi ponuda različitim segmentima (hoteli različitog stepena kategorizacije - 3\*, 4\* i 5\*, sadržaj boravka različitog kvaliteta i sl.). Takođe, u različitim delovima područja moguće je ponudu diferencirati prema različitim segmentima potrošača (npr. Porečki Zaliv - potrošači srednje i visoke platežne sposobnosti, Brza Palanka i Vinci – potrošači niže platežne sposobnosti itd.). Za vinski resort se predviđa orijentacija prema segmentu potrošača visoke platežne sposobnosti.

Tržišni oslonac proizvoda u najvećoj meri je domaće tržište, prema proceni preko 75% u početnim fazama razvoja, dok se u kasnijim fazama može računati na povećanje učešća inostranog turističkog prometa. Razlika se javlja kada je u pitanju vinski resort, čija ponuda treba biti namenjena, pre svega, inostranom tržištu. Najznačajniji oblici komunikacije kod ovog proizvoda su brošure i promotivni materijali, dok su najznačajniji kanali distribucije turističke agencije i online rezervacije.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:

<b>KRATKI ODMORI</b>	
	
	
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>
Svetski trend uzimanja više kraćih odmora u toku godine (2 - 4 dana) Širok spektar atrakcija u području (NP, Dunav, jezero, pivnice i dr.) Visoke stope rasta tražnje - 10% Visoki prihod po gostu Lak pristup tržištu	Vikend odmori Odmori u gradovima Odmori na jezeru Odmori u vinskom resort centru Odmori u naseljima pored Dunava Posete rodbini i prijateljima Odmori u toku praznika
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>
Parovi Grupe prijatelja Aktivni individualci Porodice sa decom Stariji parovi	Srbija, Crna Gora, BIH, Rumunija Grčka, Slovenija, Bugarska, Mađarska, Češka Ruska Federacija, Nemačka Strani rezidenti u Srbiji
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>
Promotivni materijali i brošure Oglašavanje (advertising) Web prezentacije Sajmovi turizma Katalog proizvoda Izleti upoznavanja i press putovanja	Agencije Tour operateri Rezervacioni sistemi Online rezervacije preko web stranice Donjeg Podunavlja

### 5.3. Odmori

Proizvod odmora kao i proizvod kraćih odmora se može orijentisati prema potrošačima različite platežne sposobnosti. Marketing segmentacija, najznačajniji oblici komunikacije i kanali distribucije su isti kao i kod proizvoda kratkih odmora.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:

<b>ODMORI</b>		
		
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>	
Povoljne geografske karakteristike područja Rastući trend odmora pored kontinentalnih voda Širi spektar atrakcija i proizvoda u području (NP Đerdap, nautika, kulturno nasleđe, vinska tradicija i dr.)	Porodični godišnji odmori Školski raspusti Godišnji odmori Aktivnosti pored reke, jezera i u gradovima Odmori u resort centru	
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>	
Porodice sa decom Parovi Grupe prijatelja Stariji parovi Aktivni individualci (do 45 godina) Mlađa populacija	Srbija, Crna Gora, BIH, Rumunija Grčka, Slovenija, Bugarska, Mađarska, Češka Ruska Federacija, Strani rezidenti u Srbiji	
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>	
Promotivni materijali i brošure Oglašavanje (advertising) Web prezentacija Sajmovi turizma Press putovanja za novinare i tour operatere	Turistički operateri Turističke agencije Globalni sistem rezervisanja Online rezervacije preko web stranice Donjeg Podunavlja	

## 5.4. Specijalni interesi

Proizvodi specijalnog interesovanja, koji se baziraju na očuvanoj prirodnoj sredini i razvijanju u panoramski atraktivnim predelima kao što je „Donje Podunavlje“, su orijentisani prema potrošačima visoke platežne sposobnosti. Potrošači koji preferiraju tzv. lake proizvode specijalnog interesovanja (kao što je eko turizam) najviše vrednuju očuvan biljni i životinjski svet, atraktivne panoramske predele i adekvatnu infrastrukturu (sistemi vidikovaca, označene staze i sl.) izgrađenu uz uvažavanje principa nenarušavanja prirodnog ambijenta. Posetioci koji koriste proizvode specijalnog interesovanja bazirane na adrenalinskom iskustvu (ekstremni sportovi, speleologija itd.) vrednost proizvoda posmatraju kroz prirodne atraktivnosti i kvalitet izgrađene infrastrukture.

Proizvode specijalnog interesovanja je moguće nuditi segmentima potrošača različite platežne sposobnosti u zavisnosti od atraktivnosti lokacije gde se nude i sadržaja izgrađenog lanca vrednosti (npr. u Tekiji je moguće razvijati proizvod ribolova visoke vrednosti koji je namenjen potrošačima visoke platežne moći, dok je isti proizvod u Brzoi Palanci i Vincima moguće usmeravati prema potrošačima niže platežne sposobnosti).

Nakon izgradnje lanca vrednosti tržišni oslonac proizvoda može biti inostrano i domaće tržište. Prirodne atrakcije NP „Đerdap“ imaju visoku vrednost što uz izgradnju odgovarajuće infrastrukture i primene savremenih principa marketinga i menadžmenta u upravljanju pruža šansu za komercijalizaciju na inostranom tržištu. Najznačajniji oblici komuniciranja prema domaćem i inostranom tržištu su specijalizovani časopisi, specijalizovane web stranice i direktni marketing usmeren prema različitim udruženjima (ribolovci, planinari, udruženja paraglajdera i sl.) i individualnim korisnicima. Specijalizovani turoperateri i agencije kao i online prodaja su najznačajniji oblici distribucije.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:



## SPECIJALNI INTERESI



### Šanse

Povoljne prirodne i geografske karakteristike  
 Osnov proizvoda postoji  
 Stopa rasta tražnje iznad 10%  
 Visoka atraktivnost NP Đerdap  
 Hidrološke karakteristike pogodne za nastanak proizvoda specijalnog interesovanja povezanih sa vodom  
 Jak uticaj na ostale proizvode  
 Lak ulazak na tržište

### Oblici proizvoda

Eko turizam  
 Ekstremni sportovi na kopnu (paraglajding, brdski biciklizam itd)  
 Sportovi na vodi (skijanje na vodi, kajak, kanu itd.)  
 Ribolov  
 Biciklizam  
 Posmatranje životinja (foto safari)  
 Lov

### Tip gostiju

Aktivni individualni gosti  
 Grupe prijatelja  
 Zaljubljenici u prirodu  
 Istraživači  
 Porodice sa/bez dece

### Geo tržišta

Srbija, Crna Gora, Slovenija, BIH  
 Nemačka, Rumunija, Grčka, Italija, Austrija, Mađarska, Ruska Federacija  
 Češka, skandinavske zemlje,  
 Strani rezidenti u Srbiji

### Komunikacija

Specijalizovani časopisi  
 Web stranice  
 Promotivni materijali i brošure  
 Specijalizovani sajmovi  
 Oglašavanje (advertising)  
 Katalozi turističkih operatera

### Distribucija

Specijalizovani turistički operateri  
 Specijalizovane agencije  
 Asocijacije (planinari, ribolovci itd.)  
 Online sajt Donjeg Podunavlja  
 Klasične agencije

### 5.5. Kružne ture

Kružne ture su proizvod od posebnog značaja u „Donjem Podunavlju“. Značajnost proizvoda se ogleda u atrakcijama visoke vrednosti (kulturno – istorijsko nasleđe, očuvan etno duh, prirodne atrakcije i sl.) i činjenici da proizvod predstavlja snažnu podršku drugim proizvodima u području – nautika, odmori, kratki odmori, specijalna interesovanja, poslovni turizam + MICE i ruralni turizam.

Usled kompleksnosti proizvoda i različitih zahteva potrošača u marketingu proizvoda potrebno je komunicirati programe posebnih tematskih tura (kulturno – istorijske, eko, vinske, panoramske). Od posebnog značaja su i ture obilaska celog područja koje

uključuju obilaske svih/najznačajnijih atrakcija (npr. jednodnevni obilazak najznačajnijih atrakcija i sl.). Proizvod je namenjen posetiocima koji dolaze isključivo zbog kružnih tura i posetiocima područja koji primarno dolaze zbog drugih proizvoda.

S obzirom na kvalitet atrakcija na kojima se bazira proizvod i uticaj na turističku atraktivnost područja potrebno je kreirati lanac visoke vrednosti. To podrazumeva izgradnju modernih interpretativnih centara, kvalitetnih programa interpretacije, kvalitetnih suvenira, ponudu šireg sadržaja u okviru kružnih tura (gastronomska ponuda i sl.) itd.

Tržišni oslonac proizvoda je domaće i inostrano tržište. Najznačajniji oblici komunikacije su brošure, promotivni materijali, oglašavanje i web prezentacije, dok su najznačajniji kanali distribucije turoperateri i turističke agencije kao i direktna ponuda gostima u području koji dolaze zbog drugih proizvoda.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:




<b>KRUŽNE TURE</b>		
		
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>	
Razvijene osnove proizvoda Rast tražnje - 10% Jaka podrška drugim proizvodima Rastuće interesovanje turista Vredne i jedinstvene atrakcije (prirodne, kulturne, etnografske itd.)	Ture kroz NP (pešačke, biciklističke) Kulturno-istorijske ture Ture obilaska gradova Seoske ture Vinske ture Ture najlepših lokacija D.P. Gastronomske ture	
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>	
Organizovane grupe Mlađi parovi bez dece Stariji parovi bez dece Putnici na kruzerima Individualni turisti	Srbija, Crna Gora, BIH, Rumunija Nemačka, Austrija, Bugarska, Grčka Strani rezidenti u Srbiji	
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>	
Promotivni materijali i brošure Oglašavanja (advertising) Press putovanja i izleti upoznavanja Web prezentacije Promocioni paketi	Tour operateri Turističke agencije Udruženja (auto-moto, biciklista, penzionera i sl.) Direktni marketing Specijalizovani portali	

## 5.6. MICE + poslovni turizam

Proizvod je pre svega orijentisan na poslovne goste. U portfoliju proizvoda je definisano šest podsegmenata proizvoda. U području „Donjeg Podunavlja“ potrebno je kreirati i isporučiti MICE proizvode višeg/visokog kvaliteta. U prilog razvijanju visokog turizma po osnovu ovog proizvoda je predviđeno povećanje kategorizacije postojećih hotela i izgradnja novih hotela sa 4\* i 5\*, kao i razvijanje sadržaja boravka turista. Kategorizacija hotela i razvijenost ostalog turističkog sadržaja direktno utiču na rang MICE-a koji se održavaju u nekom području.

Tržišna usmerenost proizvoda je za domaće i inostrano tržište. Najznačajniji oblici komunikacije su direktni marketing, web prezentacije i brošure, dok su najznačajniji kanali distribucije specijalizovane agencije i direktna prodaja.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:

POSLOVNI TURIZAM + MICE		
		
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>	
Visok obim potrošnje po gostu Visoka stopa rasta 6% Visok procenat ponovnih dolazaka Svaki potrošeni evro generiše dodatnih 8-12 evra Snažan uticaj na trgovinu i korišćenje drugih turističkih proizvoda Rastući trend održavanja seminara izvan velikih gradova - rast 10%	Duže zadržavanje poslovnih gostiju Seminari Kongresi Korporativni sastanci Treninzi i obuka zaposlenih Sastanci i skupovi državnih činovnika Konferencije i sl.	
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>	
Kompanije Državni i javni organi vlasti Poslovni gosti pravnih lica Nevladine organizacije Regionalne agencije Stručne asocijacije Razna udruženja Agencije za edukaciju	Srbija, Crna Gora, BIH, Rumunija, Bugarska, Slovenija. Ruska Federacija, Grčka, Mađarska Italija, Češka, Strane kompanije i predstavništva u Srbiji	
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>	
Direktni marketing Web prezentacije Brošure i promotivni materijali Katalog proizvoda Oglašavanje u poslovnim časopisima Izleti upoznavanja Oglašavanje (advertising)	Poslovni kanali distribucije (marketing pravnih lica) Specijalizovane agencije za MICE Agencije Online rezervacije preko Web stranice Donjeg Podunavlja	

## 5.7. Ruralni turizam

Ruralni turizam u poslednje vreme beleži visoke stope rasta u Evropi. Segment turista koji najčešće koriste proizvod su parovi iznad 40 godina starosti kojima je odlazak na selo treći ili četvrti odmor u toku godine. Najznačajniji potencijalni korisnici proizvoda u „Donjem Podunavlju“ su parovi i manje organizovane grupe potrošača (lekari, likovne kolonije, etno kolonije i sl.).

U području postoji veći broj sela sa registrovanim domaćinstvima za bavljenje ruralnim turizmom što omogućava kreiranje različitih lanca vrednosti i segmentiranje ponude prema potrošačima različite platežne sposobnosti. Kriterijum za diferenciranje ponude mogu biti atrakcije koje se nalaze u blizini sela i očuvanost ruralnog ambijenta npr. sela u blizini vinskih resorta i u atraktivnom ruralnom i prirodnom okruženju mogu razvijati ponudu visoke vrednosti.

Tržišni oslonac proizvoda je domaće tržište i okolne inostrane zemlje. Gradovi u kojima dominira urbani način života su najznačajniji delovi širih emitivnih tržišta. Najznačajniji oblici komunikacije su oglašavanje i web prezentacije, dok su najznačajniji kanali distribucije agencije i online prodaja preko sajta „Donjeg Podunavlja“.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:

RURALNI TURIZAM		
		
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>	
Očuvan ruralni karakter područja Atraktivna scenografija Rast tražnje za ruralnim proizvodom Postojanje porodičnih kuća koje se mogu staviti u funkciju turizma Vinarska tradicija područja	Ruralno iskustvo Eko turizam u ruralnim predelima Etno turizam Agro turizam (vinogradarstvo)	
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>	
Porodice sa decom Stariji parovi Organizovane manje grupe Pojedinci/manje grupe zainteresovani za aktivnosti i posebne aktivnosti	Srbija, Crna Gora, BiH, Rumunija Grčka, Slovenija, Bugarska, Mađarska, Češka Ruska Federacija, Strani rezidenti u Srbiji	
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>	
Promotivni materijali i brošure Oglašavanje (advertising) Web prezentacije Sajmovi turizma Putovanja u cilju upoznavanja destinacije za novinare i tour operatere	Specijalizovane agencije Online rezervacije preko sajta D.P. Klasične agencije Ruralna udruženja Direktni marketing	

## 5.8. Sport

Jedinstvena definicija sportskog turizma ne postoji. Pod sportom se podrazumevaju aktivnosti poput učestvovanja, prisutnosti, organizovanja ili posmatranja sporta. Stoga se može istaći da sportski turizam obuhvata sve vrste aktivnog i pasivnog učestvovanja u sportskoj aktivnosti, neorganizovano ili organizovano u vidu odmora, poslovanja ili komercijalnih razloga što stvara sve veće tržište putovanja iz sportskih pobuda.

Proizvod sporta u području „Donjeg Podunavlja“ je pre svega namenjen sportskim ekipama zbog priprema za sportska takmičenja. Osnovnu tržišnu orijentaciju treba da predstavljaju sportske ekipe reprezentativnog nivoa i ekipe viših rangova takmičenja. Orijetacija na ekipe sa višim budžetima podrazumeva kreiranje lanca vrednosti visokog kvaliteta (kvalitetni tereni, kvalitetan smeštaj i ishrana, opremljena infrastruktura i sportsko-dijagnostički centri i sl.). Pored sportskih ekipa proizvod se može koristiti i u amaterske svrhe gde se pre svega podrazumeva korišćenje sportske infrastrukture u centrima za odmorišni turizam.

Komercijalizaciju proizvoda je potrebno vršiti i na domaćem i inostranom tržištu. Direktni marketing i web stranice su posebno značajni u marketinškoj komunikaciji i distribuciji proizvoda. Direktni marketing pre svega treba usmeriti prema sportskim ekipama, sportskim društvima i drugim sportskim organizacijama.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:

<b>SPORT</b>		
		
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>	
Postojanje infrastrukture Rastući trend organizovanja priprema izvan velikih gradova Rastuća tražnja za amaterskim bavljenjem sportom	Sportske pripreme Amatersko bavljenje sportom Sportske igre	
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>	
Sportske ekipe Grupe sportista Aktivni individualci	Srbija, Crna Gora, BIH, Slovenija Grčka, Bugarska, Rumunija, Makedonija, Austrija, Mađarska, Češka	
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>	
Direktni marketing Web stranice Oglašavanje (advertising) Specijalizovani sajmovi	Poslovni kanali distribucije (marketing pravnih lica) Sportske asocijacije Specijalizovane agencije Specijalizovani tour operatori	



## 5.9. Događaji

U poglavlju o tržišnoj analizi (IV) posebno je istaknuto da „Donje Podunavlje“ ima razvijenu tradiciju u organizovanju sportskih događaja i tradicionalnih manifestacija. Događaji imaju posebno značajnu ulogu u promociji destinacije i podršci drugim proizvodima. Diverzitet atrakcija područja omogućava kreiranje različitih tipova događaja koji su namenjeni različitim segmentima potrošača (kulturne manifestacije, sportska takmičenja, zabavni događaji i dr.). Događaji se mogu iskoristiti i za stimulisanje tražnje za pojedinim proizvodima (npr. organizovani doček Nove godine je značajan stimulans za odmore u toku novogodišnjih praznika itd.).

Za omasovljavanje događaja potreban je određen broj godina dok se događaj afirmiše i postane atraktivan za posetioce. Značajne događaje treba organizovati uvek u isto vreme, (npr. poslednja nedelja avgusta ili tačno određen datum) kako bi se događaji lakše pozicionirali i komercijalizovali na tržištu (svi značajni događaji u svetu se održavaju svake godine u isto vreme, npr. Oktobar fest se održava 12. oktobra, Bečki koncert je uvek 1. januara u 12h, Karneval u Riu počinje 14. februara, itd.).

U početnim fazama razvoja proizvoda najznačajnije je domaće tržište, dok se u kasnijim fazama razvoja proizvoda (najznačajniji događaji) mogu komercijalizovati i na inostranom tržištu. Oglašavanje i promotivni materijali su najznačajniji oblici komunikacije.

Elementi marketing strategije proizvoda u području „Donjeg Podunavlja“ su predstavljeni u sledećoj tabeli:

DOGAĐAJI		
		
<b>Šanse</b>	<b>Oblici proizvoda</b>	
Rastući trend putovanja zbog događaja Razvijena tradicija održavanja događaja u području Snažan uticaj na korišćenje drugih proizvoda i promociju destinacije Povezanost sa drugim proizvodima	Tradicionalne manifestacije Tradicionalna takmičenja Kulturni događaji Koncerti Zabavni događaji Sportska takmičenja Događaji u toku praznika i dr.	
<b>Tip gostiju</b>	<b>Geo tržišta</b>	
Parovi Grupe prijatelja Individualni gosti Mlađa populacija Učesnici događaja	Srbija, Crna Gora, BIH Makedonija, Slovenija, Rumunija, Bugarska, Grčka, Mađarska Austrija, Nemačka Strani rezidenti u Srbiji	
<b>Komunikacija</b>	<b>Distribucija</b>	
Specijalizovani časopisi Oglašavanje (advertising) Brošure i promotivni materijali Katalog proizvoda Web prezentacije Sajmovi turizma	Putničke agencije Online rezervacije sajt D. P. Rezervacioni sistemi Turistički operateri	

## 6. INTEGRISANE MARKETINŠKE KOMUNIKACIJE

„Donje Podunavlje“ na domaćem tržištu nije prepoznatljivo kao turistička destinacija visokog kvaliteta, što je rezultat slabo razvijenog lanca vrednosti i nedovoljnog/neadekvatnog marketinga. Veliki deo mlade populacije područje ne prepoznaje kao turističku destinaciju i nema izgrađenu percepciju o turističkim vrednostima područja. Izložene ocene u još većoj meri važe za evropsko turističko tržište. Na posmatranom tržištu „Donje Podunavlje“ je potpuno neprepoznatljivo na šta ukazuje krajnje skroman inostrani turistički promet koji je u najvećoj meri ostvaren po osnovu dolaska poslovnih putnika ili noćenja tranzitnih prolaznika. Značajan deo marketing plana „Donjeg Podunavlja“ odnosi se na segment komuniciranja koje se mora intenzivno sprovoditi uporedo i posebno nakon izgradnje proizvoda i definisanog lanca vrednosti.

U savremenim tržišnim uslovima razvijaju se brojni oblici komuniciranja sa potrošačima. Pri svemu tome naglasak se stavlja na integralnom marketinškom komuniciranju koje obuhvata sistemski pristup promociji i plasmanu turističkih proizvoda i ukupnog „paketa ponude“ na određenoj destinaciji. Imajući izloženo u vidu, za „Donje Podunavlje“ predlaže se sledeći sistem integrisane marketinške komunikacije:

Sistem integrisane marketinške komunikacije turizma Donjeg Podunavlja			
<b>Stvaranje brenda</b>	<b>Promocioni oblici i materijali</b>	<b>Komunikacijske aktivnosti</b>	<b>Praćenje sprovedenih aktivnosti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Simbol</li> <li>✓ Logo</li> <li>✓ Slogan</li> <li>✓ Zaštitne boje, slova, glasovi, muzika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brošure               <ul style="list-style-type: none"> <li>Opšte brošure turizma</li> <li>Brošure o proizvodima</li> <li>Brošure o smeštajnim kapacitetima</li> <li>Brošure o posebnim atrakcijama</li> <li>Brošure o događajima</li> </ul> </li> <li>✓ Promocioni materijali               <ul style="list-style-type: none"> <li>Poster i pamfleti</li> <li>Turistička mapa NP</li> <li>Mape maršute</li> <li>Turistički vodič DP</li> <li>Posebni turistički vodiči</li> </ul> </li> <li>✓ Web prezentacija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unapređenje prodaje               <ul style="list-style-type: none"> <li>Učestvovanje na sajmovima</li> <li>Direktni marketing</li> </ul> </li> <li>✓ Odnosi s javnošću               <ul style="list-style-type: none"> <li>Press putovanja</li> <li>Izleti upoznavanja</li> <li>Konferencije za štampu, saopštenja, novosti</li> </ul> </li> <li>✓ Oglašavanje               <ul style="list-style-type: none"> <li>TV i radio oglašavanja</li> <li>Štampa (žurnali, magazini, časopisi)</li> <li>Internet oglašavanje</li> </ul> </li> <li>✓ Organizovanje seminara i radionica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Standard kvaliteta štampe brošura i ostalih promocijnih materijala</li> <li>✓ Kvalitet sadržaja Internet stranice u pogledu ažurnosti i tačnosti</li> <li>✓ Kvalitet nastupa na sajmovima</li> </ul>

Sve oblike promocije je potrebno planski i sistematski koristiti.

### 6.1. Stvaranje brenda

Kao što je u uvodnom delu ovog poglavlja istaknuto, brend je značajan deo marketing sistema koji istovremeno predstavlja i sastavnu komponentu sistema integrisanih marketinških komunikacija. Putem brenda se komuniciraju osnovne vrednosti područja. Smernice za razvoj brenda i proces brendiranja je predstavljen u gornjem delu teksta tako da ovde nije potrebno šire obrazloženje.

## 6.2. Oblici promocije i promocijski materijali

Uloga promocije je informisanje turista o atrakcijama, uslovima boravka i proizvodima koji postoje u području i stimulisanje dolazaka. Postoje različiti promotivni oblici i materijali koji pored informativne uloge treba da stimulišu potencijalne turiste na dolazak u područje i konzistentnim predstavljanjem osnovnih vrednosti utiču na stvaranje brenda. Materijali moraju biti visokog kvaliteta i superiornog dizajna što je u skladu sa visokim vrednostima destinacija koje se promovišu. Predloženi oblici i materijali su sledeći:

- **BROŠURE** predstavljaju štampane materijale o određenim destinacijama/turističkim područjima i posebnim proizvodima i ponudama. U cilju celovitog komuniciranja vrednosti „Donjeg Podunavlja“ potrebna je izrada većeg broja različitih brošura kao sredstava promocije:
  - ✓ **sveobuhvatna turistička brošura** treba da sadrži informacije o celokupnoj turističkoj ponudi „Donjeg Podunavlja“. U brošuri treba predstaviti sve atrakcije područja, proizvode, smeštajne kapacitete i sadržaje boravka koje turisti mogu da koriste (marine, aktivnost u NP, noćne i dnevne zabavne aktivnosti, sadržaj vinskog resorta, sportske aktivnosti, kulturno-istorijske spomenike i sl.), uz prateće fotografske prikaze. Materijal treba da bude koncizan i informativan sa superiornim dizajnom;
  - ✓ **brošure o proizvodima** za svaki proizvod (nautika, specijalni interesi, kratki odmori, itd.) je potrebno kreiranje posebnih brošura. Distribuciju brošura je potrebno usmeriti prema tržišnim segmentima koji su potencijalni korisnici proizvoda. Predstavljanje proizvoda treba da sadrži detaljne informacije o ponudi na kojoj se bazira postojanje proizvoda sa fotografskim prikazima. Potrebno je za svaki proizvod posebno istaći diferentne prednosti koje pruža „Donje Podunavlje“ u odnosu na iste proizvode u konkurentskim destinacijama;
  - ✓ **brošure o smeštajnim kapacitetima** predstavljaju informacije o pojedinačnim smeštajnim kapacitetima sa naglaskom na vizuelni identitet i brend pojedinačnih objekata. Brošura treba da sadrži vizuelne prikaze svakog objekta (spoljašnji izgled, sobe, restoran, recepcija, konferencijska sala i sl.), informacije o sadržaju boravka u objektu, posebne gastronomske karakteristike, mesto gde se objekat nalazi i kontakt (telefon i e-meil) za rezervaciju. U okviru brošura posebno treba uvrstiti i smeštajne kapacitete u registrovanim seoskim domaćinstvima;
  - ✓ **brošura o posebnim atrakcijama** treba da predstavi sve najznačajnije atraktivnosti u destinaciji sa fotografskim prikazom najznačajnijih vrednosti svake atrakcije (pogled sa vidikovca, tok Dunava kroz klisuru, najznačajniji deo kulturno-istorijskog lokaliteta, plaže, deo biciklističke staze, skijanje na vodi i sl.). Brošure treba da sadrže i informacije o karakteristikama atrakcije i iskustva koje se mogu doživeti posetom ili boravkom pored atrakcije. Atrakcije moraju biti na sistematičan način predstavljene;
  - ✓ **brošura o događajima** – brošure treba da sadrže listu svih značajnih događaja u „Donjem Podunavlju“. Informacije treba da pruže vizuelni prikaz dela doživljaja, mesto i vreme održavanja, vrstu događaja (kulturna, sportska, umetnička, etno itd.) i kratak opis iskustva koje se može doživeti posetom događaja. U listi treba da budu uključeni svi

dogadaji koji imaju potencijal i mogu biti izgrađeni na način da zadovolje potrebe potrošača sa šireg nacionalnog ili internacionalnog tržišta;

- **PROMOTIVNI MATERIJALI** predstavljaju štampane materijale koji se koriste u svrhe masovne turističke promocije. U promociji „Donjeg Podunavlja“ je potrebno koristiti sledeće promotivne materijale:
  - ✓ **poster i pamflet** koje treba distribuirati organizatorima putovanja i turističkim agencijama kako bi ih koristile u promotivne svrhe destinacije. Postere i pamflete treba koristiti i za individualne promocije aktivnosti „Donjeg Podunavlja“. Ova vrsta materijala se koristi i za promociju preko bilborda, svetlećih reklama, reklama u prostoru itd. koje treba postavljati na prometnim lokacijama (autoputevi, prometni trgovi, prometni prolazi, tržni centri i sl.) u gradovima i područjima koja predstavljaju ciljna emitivna tržišta. Pored opštih materijala koji bi predstavili destinaciju potrebno je koristiti i materijale za najznačajnije atrakcije (Dunav, NP „Đerdap“, Srebrno Jezero, vinski resort i sl). Ova vrsta materijala mora sadržati visoko kvalitetne fotografije i kombinaciju boja i dizajna koja budi emocije u potrošačima i deluje stimulatивно na traženje dodatnih informacija od agenata ili putem interneta o turističkoj ponudi „Donjeg Podunavlja“ i u kranjoj liniji utiče na donošenje odluka o putovanju. Uloga materijala je od posebnog značaja u prvim fazama razvoja kada je potrebno informisati potencijalne posetioce o destinaciji. Promotivne materijale je potrebno distribuirati i za posebne proizvode, npr. odmor na jezeru, vinski resort, i sl. koji moraju biti konzistentni sa marketing planom i turističkom politikom područja;
  - ✓ **turistička mapa NP „Đerdap“** – u okviru koje treba predstaviti sve najznačajnije vrednosti i atrakcije područja, kao i iskustva koja se mogu doživeti posetom parka. Potrebno je grafički dizajnirati mapu na način da jasno odslikava i informiše o svim vrednostima (staze zdravlja, vidikovci, biciklističke staze sa jasno ucrtanom povezanošću sa evropskim biciklističkim koridorom, jedinstvene vrednosti biljnog i životinjskog sveta, panoramske puteve i druge atraktivne sadržaje boravka) i stimulatивно deluje na donošenje odluka o poseti;
  - ✓ **mape maršuta** – potrebno je kreirati različite mape za različite ture (drumske, pešačke, biciklističke, kruzing, nautičke) sa svim atrakcijama koje je moguće obići u području. Lokacije koje se obilaze treba da budu ucrtane na mapi i grafički predstavljene uz kratke informacije o značaju lokacije. Na mapama treba da se nalaze obeleženi restorani i najznačajnije trgovinske radnje koje turisti mogu koristiti u toku obilaska. Mapa treba da sadrži udaljenost atrakcije od glavne saobraćajnice kao i razdaljine između različitih atrakcija. Distribucija mapa treba biti jasno fokusirana u smislu da se dostavlja segmentima koji koriste određena sredstva za obilazak atrakcija (npr. biciklistima koji prolaze evropskim koridorom, Eurovelo 6, potrebno je distribuirati mapu biciklističke maršute sa jasno ucrtanim stazama koje vode do atrakcija, slično je i sa drugim mapama). Mape je pored distribucije izvan destinacije potrebno distribuirati i u okviru destinacije na mestima gde se

- pojedini segmenti turista zaustavljaju (marine, hoteli, vizitor centar, trgovine i sl.);
- ✓ **turistički vodič „Donjeg Podunavlja”** - posebna knjižica sa atraktivnim fotografijama i kratkim opisima o atrakcijama i najznačajnijim sadržajima boravka u području. Fotografije i opisi moraju imati snažan emocionalni uticaj na turiste kako bi stimulisale dolaske i korišćenje proizvoda. Turističke vodiče je pored distribucije izvan područja potrebno distribuirati i u području na način da svi turisti koji posete područje dobiju vodič. Internu distribuciju je moguće vršiti u smeštajnim objektima, vizitor centru Golubački Grad, Lepenskom Viru, pivnicama itd.; i
  - ✓ **posebni turistički vodiči** koji su namenjeni različitim segmentima turista (vodič za nautičare, vodič za ribolovce, vodič za bicikliste, vodič za planinare, vodič za kruzing putnike itd.). Posebni turistički vodiči treba da sadrže sve atrakcije i proizvode koji su od značaja za njih. Vodiči moraju biti pregledni i informativni i treba da sadrže i informacije o smeštajnim kapacitetima i restoranima.
- **WEB STRANICA.** Internet pruža velike mogućnosti za turističku propagandu. Web prezentacije predstavljaju svojevrsne elektronske brošure i pamflete. Web prezentacija „Donjeg Podunavlja“ koja trenutno ne postoji treba da sadrži sve detaljne informacije koje mogu biti potrebne turoperaterima, agentima, a i samim posetiocima. U tom smislu web stranice moraju biti sadržajne i kvalitetno dizajnirane s obzirom na njihov značaj u turističkom informisanju i procesu donošenja odluka turista o izboru destinacija u kojima će putovati i načina provođenja vremena u toku posete. Značajna orijentacija „Donjeg Podunavlja“ je na inostrano tržište, što podrazumeva da Web prezentacija mora pored verzije na srpskom jeziku imati i verzije na stranim jezicima, a najprikladniji za to su engleski i nemački jezik. Web prezentacija „Donjeg Podunavlja” treba da sadrži detaljne informacije o svim pojedinačnim atrakcijama, svim proizvodima, svim smeštajnim objektima, svim turističkim lokacijama u području, restoranima, mogućim aktivnostima i sadržajima boravka. Web prezentacija treba da bude pregledna, informativna i jednostavna za pretraživanje. U tom smislu je potrebno dizajnirati kraću i preglednu verziju sa mogućim opcijama za detaljne informacije. Sadržaj treba da bude bogat fotografskim prikazima uz dizajn koji stimulatивно deluje na donošenje odluke o preduzimanju putovanja. Predlog sadržaja web prezentacije je sledeći:
    - ✓ baza podataka sa svim smeštajnim kapacitetima sa opisima (kategorija, tip, posebne karakteristike i sl.), fotografijama kako eksterijera tako i enterijera, uključujući i cene i kontakte;
    - ✓ interaktivna mapa „Donjeg Podunavlja“ sa mogućnošću odabira specifičnog smeštajnog kapaciteta;
    - ✓ lista proizvoda sa detaljnim opisom, fotografijama i aktivnostima koje se nude;
    - ✓ detaljan prikaz NP “Đerdap”;
    - ✓ predstavljanje panoramskih puteva;
    - ✓ detaljan sadržaj nautičkog proizvoda (marine, čarting i sl.);



- ✓ interaktivna mapa sa svim atrakcijama i resursima uz detaljan opis istih;
- ✓ sadržaji boravka na Srebrnom Jezeru;
- ✓ sadržaji boravka u naseljima pored Dunava;
- ✓ sadržaji boravka u svim gradovima (kafići, restorani, mesta za zabavu, zabavni parkovi i sl.);
- ✓ sadržaj boravka u vinskom resortu;
- ✓ linkovi prema web prezentacijama posebnih delova (Srebrno Jezero, NP „Đerdap“, Lepenski Vir, vinski resort i sl.) i objekata u području (ukoliko postoje);
- ✓ mape maršuta kretanja po različitim vidovima tura (pešačke, biciklističke, drumske, vodene) sa opisom i fotografskim prikazom atrakcija kao i prostornom i vremenskom udaljenošću;
- ✓ lista svih događaja sa datumima, opisom iskustava koja se mogu doživeti, tradicije i istorije pojedinačnih događaja;
- ✓ turistički vodič;
- ✓ posebne turističke vodiče;
- ✓ aktuelnosti i novosti u području; i
- ✓ razvoj sistema online rezervisanja za sve smeštajne kapacitete području.

U cilju kvalitetnog i profesionalnog informisanja potrebno je redovno ažuriranje u skladu sa svim promenama u ponudi destinacije.

- **SUVENIRI I LOKALNI PROIZVODI.** Suveniri u turističkoj industriji predstavljaju dodatne (pomoćne) oblike turističke promocije i utiču na stvaranje identiteta područja. Suveniri koji se prodaju turistima u području treba da budu specijalno dizajnirani, da odslikavaju vrednosti i podsećaju na iskustva doživljena prilikom posete. Suveniri koji se daju turistima na poklon (naliv pera, kalendari, magneti i sl.) treba da bude pozitivne emocije o području i stimulišu buduće dolaske turista ili pozitivnu usmenu propagandu turista koji su već posetili područje. Kao sredstvo jačanja imidža „Donjeg Podunavlja” treba da se koriste i proizvodi domaće radinosti koji imaju lokalni karakter i koji nose obeležje područja (domaća vina, med, odevni proizvodi, konzervirana riba tradicionalnim metodama itd.).

### 6.3. Komunikacione aktivnosti

Prema sveobuhvatnom planu komunikacije predložimo sledeće aktivnosti:

- **UNAPREĐENJE PRODAJE** – najznačajniji oblici unapređenja prodaje su:
  - ✓ **SAJMOVI.** Učestvovanje na sajmovima pruža mogućnost susreta između kupaca i prodavaca i prezentovanja ponude destinacije širem auditorijumu. Izlaganje na sajmovima pruža šansu za upoznavanje i učvršćivanje odnosa sa postojećim partnerima (turoperaterima, agentima i sl.) i uspostavljanje kontakata sa novim partnerima odnosno uspostavljanje relacije B2B (buisness – to – buisness). S obzirom na mogućnosti unapređenja prodaje koje pružaju sajmovi nastup „Donjeg Podunavlja“ treba da bude osmišljen i pripremljen na način da ističe sve pojedinačne atrakcije područja i jedinstvenu celinu područja. „Donje Podunavlje“ treba da nastupa jedinstveno i samostalno na regionalnim sajmovima (sajam turizma u Beogradu) i u prvoj fazi razvoja u okviru TOS–a na međunarodnim sajmovima (Berlin, Moskva, Budipešta itd.).
  - ✓ **DIREKTNI MARKETING.** Predstavlja značajan deo unapređenja prodaje. Direktan marketing treba da se koristi u komunikacijama sa organizatorima putovanja i agencijama u smislu neposrednog kontaktiranja, dostavljanja informacija, obaveštenja i promotivnog materijala. Direktni marketing je moguće koristiti i prema krajnjim korisnicima, kao što su kompanije ili udruženja koja su koristila ili predstavljaju potencijalne korisnike MICE–a, kao i udruženja potrošača (planinari, sportski ribolovci, udruženje paraglajdera i sl.). Direktni marketing je moguće koristiti i za promociju prema krajnjim potrošačima (turistima) u smislu direktnog informisanja o aktuelnim ponudama u području. E-mailovi su najznačajnije sredstvo direktnog marketinga. Putem njih je moguće slati promotivne materijale svim pojedincima i organizacijama čiji se kontakti nalaze u bazi podataka, ili su slali upite o smeštaju i ostavili podatke u okviru web prezentacije, ali i direktno tražili informacije. Direktni marketing prema finalnim potrošačima može se realizovati i poštom koja u poslednje vreme ima sve manju ulogu na turističkom tržištu.
- **ODNOSI S JAVNOŠĆU** – Od posebnog značaja je uspostavljanje odnosa sa novinarima i drugim predstavnicima medija. Novinari i mediji su značajni akteri u promociji turističkih destinacija. Za područje „Donjeg Podunavlja“ je posebno značajno informisanje preko medija (novinski članci o destinaciji i pojedinačanim atrakcijama, članci u specijalizovanim časopisima, reportaže o području, tv emisije o području, saopštenja u okviru informativnih emisija o području ili pojedinačnim atrakcijama i sl.) zbog činjenice da se destinacija marketinški repositionira kao visoko kvalitetna destinacija i kao takva je potrebna da se predstavi široj javnosti. Korišćenje ovog oblika marketing komunikacije se pokazalo kao veoma značajan marketing instrument u „lansiranju“ novih turističkih destinacija i afirmaciji već razvijenih. Ovaj oblik odnosa s javnošću je od posebnog značaja za domaće tržište. U „Donjem Podunavlju“ je potrebno uspostavljati dobre odnose sa novinarima i organizovati pojedinačne ili grupne posete novinara kako bi neposredno na terenu dobili informacije o destinaciji i mogli da naprave članke ili snime reportaže. Posete novinara treba planski organizovati svake godine.

- U aranžmanu budućeg DMO „Donjeg Podunavlja“ treba organizovati višednevne posete (od 2 do 5 dana) predstavnika organizatora putovanja i agencija i drugih bitnih stejkholdera (promoteri, predstavnici kompanija i sl.) kako bi se neposredno upoznali sa karakteristikama ponude (atrakcijama, sadržajima boravka, smeštajnim kapacitetima, restoranskom ponudom, karakteristikama tura itd.) i turističkom potencijalu područja. Cilj poseta, koje moraju biti unapred pripremljene, je stimulisanje prodajnih posrednika da u svoje prodajne programe uvrste proizvode iz područja „Donjeg Podunavlja“. Ovaj oblik odnosa s javnošću je od posebnog značaja za inostrano tržište. Prema iskustvima Evropskih destinacija koje su razvijale ponudu prema krizingu nisu dovoljno afirmisane ovaj najznačajniji oblik za startovanje krizing posla.
- **OGLAŠAVANJE** – je značajan instrument marketinga koji treba koristiti u promociji „Donjeg Podunavlja“. Za oglašavanje je potrebno koristiti razne oblike reklama i medije: oglase u novinama, oglase o pojedinačnim proizvodima u specijalizovanim časopisima za posebne interesne grupe (stručni časopisi o ekologiji, vinima, planinarenju, ribolovu itd). Televizijske i radio reklame su takođe značajna sredstva za reklamiranje prema široj publici. Poseban oblik reklamiranja su tzv. „baneri“ na web stranicama koje koriste identifikovana ciljna tržišta i linkovi na raznim turističkim pretraživačima prema web stranici Donjeg Podunavlja. Banere je potrebno postavljati na opštim turističkim sajtovima i specijalizovanim sajtovima za pojedine proizvode. Intenzitet reklamiranja treba prilagoditi sezonalnom karakteru, u smislu da intenzivnije reklamiranje treba da bude u periodima kada potrošači donose odluke o preduzimanju putovanja što se razlikuje za pojedinačne proizvode.

#### 6.4. Praćenje izvršenih aktivnosti

Potrebno je pratiti i analizirati sve vidove medija koji se koriste u promociji „Donjeg Podunavlja“. Praćenje je neophodno u cilju identifikacije medija koji imaju najznačajniji uticaj na stimulisanje tražnje i informisanje potrošača o turističkoj ponudi područja. Praćenje se najčešće vrši preko anketa u cilju spoznaje gde su posetioci dobili informacije o području i gde su videli/čuli reklamu i koji deo promocije je ostavio najjači utisak. Praćenjem se može utvrditi koji su mediji najznačajniji i doneti odluka o intenzitetu korišćenja pojedinačnih medija u budućim marketing naporima. U marketingu u turizmu je potrebno pratiti koja medijska sredstva, koji novinari i u kojim emisijama najčešće objavljuju reportaže i predstavljaju turističku ponudu „Donjeg Podunavlja“. Sa novinarima koji pišu članke o destinaciji treba stupiti u direktni kontakt u cilju izgradnje dobrih odnosa i poboljšanju saradnje. Potrebno je pratiti nastupe na sajmovima u smislu sačinjavanja baze najčešćih pitanja koje posetioci štanda postavljaju (posetioci, agenti, turoperator, novinari i sl.), za koje promotivne materijale se najviše interesuju kako bi se unapredio nastup na narednim sajmovima. Kvalitet dizajna štampanih materijala treba proveravati upoređivanjem sa konkurentima. Na web prezentaciji je potrebno pratiti ažurnost.

## 7. ZAKLJUČAK

Sledeće zaključne napomene su validne za razvoj marketing sistema u „Donjem Podunavlju“:

- marketing „Donjeg Podunavlja“ treba da bude celovit sistem unapred osmišljenih napora koji se integralno i konzistentno primenjuju;
- uloga marketinga je od posebnog značaja u prvim fazama razvoja turističke ponude. Posebno iz razloga što se još uvek radi o nedovoljno afirmisanoj destinaciji na domaćem, a naročito na inostranom tržištu. Najznačajniji nosilac marketing aktivnosti u prvoj fazi razvoja mora biti predložena regionalna TO, a u drugoj fazi jedinstvena DMO. Istovremeno je potrebno stimulisati pojedinačna turistička preduzeća (hotele, receptivne agencije, restorane, resort centre, etno sela itd.) da primenjuju savremene principe integralnog marketinga u svom poslovanju;
- marketing planom treba integrisati i uskladiti napore svih subjekata (stejkholdera) kako bi se kreirao jedinstven identitet područja i kako bi se ostvarila potrebna sinergija marketing napora pojedinačnih subjekata;
- marketing planom potrebno je da se uvažavaju specifičnosti svakog pojedinačnog proizvoda; i
- principi marketinga treba da se razlikuju u zavisnosti od stepena razvoja proizvoda i ukupne destinacije. Otuda je neophodno da se u određenim vremenskim intervalima organizuju seminari i edukativne radionice o mogućnostima i perspektivama marketinga i novim principima koje je potrebno primenjivati. Seminari i radionice moraju okupiti sve učesnike u marketing procesu u području „Donjeg Podunavlja“.

## X POSLOVNO-UPRAVLJAČKI MODEL

### 1. POLAZNE OSNOVE

Na prostoru "Donjeg Podunavlja" koji pokriva teritorije 5 opština ne postoji objedinjena organizacija za razvoj turizma. Iako postoje turističke organizacije u svim opštinskim centrima, njihovo delovanje je uglavnom svedeno na promociju lokalne turističke ponude, zasnovane na krajnje skromnim i nerazvijenim turističkim proizvodima. Efekti turističkog prometa to precizno dokumentuju. Pokušaj zajedničkog programa turističke ponude Donjeg podunavlja, koji je zahvatio opštine Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin pod nazivom „Dunavska rivijera“ nije uticao na značajniji pomak prema tržištu turističke tražnje. Izvesno je da bez profesionalno organizovanog turističkog sektora neće biti motorne snage za pokretanje procesa razvoja. Ključna ocena je da postojeće lokalne turističke organizacije nisu, sa stanovišta materijalnih i kadrovskih resursa, dorasle razvojnim poslovima koji se predviđaju u ovom master planu.

Izvesno je da se za uspešnu realizaciju zadataka koji su navedeni u ovom projektu pretpostavlja uspostavljanje odgovarajućeg upravljačkog mehanizma i formiranje odgovarajuće institucije koja će preuzeti ulogu liderstva i ključnu odgovornost. Problem je što se čitava destinacija nalazi na samom početku izgradnje odgovarajućeg lanca vrednosti. Iz tih razloga su i apostrofirani brojni zadaci koje treba rešiti da bi se formirao odgovarajući „paket ponude“ „Donjeg Podunavlja“ koji se može efikasno plasirati na međunarodnom turističkom tržištu. Posebno je neophodno da se:

- uspostavi neposredna i dugoročna veza sa budućom Agencijom za razvoj turizma i predloženom jedinstvenom institucijom za razvoj nautičkog turizma na čitavom području Dunava;
- realizuje integralni program internog marketinga na području čitave destinacije, s ciljem da se lokalno stanovništvo uveri i prihvati šansu koja realno postoji u turizmu kao jednom od vodećih sektora privrednog razvoja;
- ubrza završetak postojećih i izrada novih planerskih, regulacionih i urbanističko-arhitektonskih projekata koji se navode u ovom projektu;
- intenzivno pristupi realizaciji prethodno definisanih vodećih strategija razvoja turističkog sektora, a posebno u domenu izgradnje odgovarajuće turističke suprastrukture i turističke infrastrukture, razvoja preduzetništva i td;
- otpočne sa procesom obrazovanja i podizanja nivoa lokalnog preduzetništva u čitavom turističkom sektoru;
- obezbedi maksimalna podrška postojećim i potencijalnim investitorima za ulaganja u turistički sektor destinacije;
- promovišu i privuku novi investitori na tržištu kapitala, posebno za projekte koji su označeni kao međunarodno interesantni (nautika) i td.;



- efikasno izvedu definisani programi konkurentnosti prema iskazanim prioritetima;
- realizuje strategija i operativni plan marketinga destinacije i navedenih ključnih turističkih proizvoda; i
- realizuje plan investicija prema navedenim prioritetima i vremenskoj dinamici.

U daljem izlaganju biće posebno apostrofirano da na području “Donje Podunavlje” postoji veći broj različitih subjekata koji bi trebali da učestvuju u budućoj izgradnji lanca vrednosti u turizmu. Oni su prirodno upućeni na međusobnu saradnju i zajedničko delovanje u izgrađivanju odgovarajućeg “paketa ponude”. Otuda posebno treba istaći da je uspeh destinacije “Donje Podunavlje” uslovljen nivoom i intenzitetom saradnje svih aktera javnog i privatnog sektora koji treba da budu uključeni u izgradnji turističkog lanca vrednosti. Između učesnika javnog i privatnog sektora treba, dakle, da se uspostavi odgovarajuće partnerstvo. To je **prvi i najvažniji preduslov** da se adekvatno razvijaju planirani turistički proizvodi i ukupan “paket ponude” na ovoj destinaciji. Bez njihovog međusobnog partnerstva ne mogu se izgraditi i realizovati adekvatni marketing planovi, niti se može efikasno realizovati prodaja i komercijalizacija ukupnog “paketa ponude”.

Isto tako, bez javno-privatne saradnje nije moguće efikasno realizovati planirane investicije i u celini nije moguće ostvariti profitabilnost investicija i produktivnost zaposlenog osoblja u čitavom turističkom sektoru u posmatranoj destinaciji. Javno-privatna saradnja nameće se u svim segmentima izgradnje odgovarajuće konkurentnosti turističkog sektora, a posebno u domenu obezbeđivanja odgovarajućih uslova investiranja i prostornog planiranja. Ovo se potencira još u većoj meri, s obzirom da se čitava destinacija nalazi praktično na samom početku izgrađivanja nužnih preduslova za razvoj turizma. Bitno je, dakle, da se uspostavi efikasan sistem upravljanja destinacijom “Donje Podunavlje” koji treba da obezbedi i jasan “leadership” za povezivanje interesa svih direktnih i indirektnih stejkholdera.

Izložena rešenja nije lako realizovati imajući u vidu stanje u kojem se danas nalazimo u domenu izgradnje turističkog sektora. Uostalom, i stanje u čitavoj Republici Srbiji, a time i na području posmatrane destinacije, ukazuje da nije dovoljno samo uspostaviti dogovor između direktno i indirektno involviranih stejkholdera. Istraživanja pokazuju da mnogi subjekti iz javnog i privatnog sektora ne uviđaju potrebu integrisanog delovanja u pravcu izgradnje odgovarajućeg lanca vrednosti u turizmu. Dolazi do izražaja individualni pristup i delovanje iz uskih preduzetničkih ili ličnih interesa. Stari i novi biznismeni uglavnom nemaju dugoročnu viziju razvoja turizma, već su više individualno usmereni na sopstven probleme, kao što su finansije, akvizicije i sl. Javne vlasti najčešće deluju preterano birokratski i administrativno putem brojnih dozvola, regulativa, planova i td., bez da su maksimalno u funkciji izgrađivanja odgovarajućeg konkurentskog lanca vrednosti u turizmu. U takvim uslovima nije dovoljan samo “dogovor” predstavnika javnog i privatnog sektora.

Izvesno je, dakle, da je neophodno da se spremnost na saradnju i dogovor velikog broja subjekata javnog i privatnog sektora pretoči u jasno definisani upravljački mehanizam i u konkretnu instituciju koja će preuzeti odgovornost za realizaciju zajednički definisanih ciljeva razvoja. Cilj je, prema tome, da se izgradi jasan i efikasan sistem upravljanja destinacijom. Takav sistem očigledno nije moguće obezbediti bez jasno definisane institucije koja će kroz javno-privatno partnerstvo preuzeti ulogu

profesionalnog vođenja procesa izgradnje turističke ponude i njene uspješne tržišne realizacije. Otuda novo-formirana institucija i njeno liderstvo mora da uspostavi efikasan mehanizam partnerskih odnosa između subjekata javnog i privatnog sektora.

## **2. POTREBA SAGLEDAVANJA SVIH POSTOJEĆIH I POTENCIJALNIH STEJKHOLDERA**

### **2.1. Veliki broj subjekata za javno-privatno partnerstvo**

Turistički sektor treba organizovati na dugoročnom partnerskom povezivanju interesa učesnika javnog i privatnog sektora i to u formi jedinstvene destinacijske menadžment organizacije. Partnerstvo javnog i privatnog sektora predstavlja vrlo složen i dugotrajan proces, s obzirom da se turistički sektor sastoji uglavnom od većeg broja srednjih i malih preduzeća. Da bi se partnerstvo zasnivalo na realnim osnovama, nužno je prethodno pripremiti Projekat partnerstva na čijoj realizaciji se moraju angažovati svi potencijalni partneri.

Partnerstvo je poslovna veza u kojoj partneri dele rizike, priznanja i odgovornosti za uspeh i neuspeh, sa zajedničkom težnjom ostvarenja koristi iz zajedničkog poduhvata. Svaki partner u partnerstvo unosi imovinu i sposobnosti, s tim što javni sektor može da ponudi i zajednički posao i imovinu koja se nedovoljno koristi.

Osnovni motivi za partnerstvo (prema WTO i dr.) su:

- razvoj infrastrukture;
- istraživanja i nove tehnologije;
- razvoj ljudskih resursa;
- razvoj turističkih proizvoda;
- investicije; i
- marketing i prodaja.

Prema ocenama WTO sada su na svetskoj turističkoj sceni ključni igrači:

- avio kompanije;
- hotelska industrija; i
- proizvođači atraktivnosti.

U slučaju Donjeg Podunavlja ključni igrači treba da budu:

- kruzning kompanije;
- hoteli; i
- proizvođači atraktivnosti.

Subjekti koje ćemo identifikovati treba da predstavljaju jezgro turističke strukture buduće destinacije „Donje Podunavlje“. Identifikacija, informisanje o pravcima razvoja i Vizija razvoja čine polazne elemente za njihovo međusobno usmerenje ka rešavanju zajedničkih problema, pitanja i interesa. Pri svemu tome, prvi korak predstavlja njihova spremnost da potpišu sporazum o zajedničkom delovanju na realizaciji Vizije razvoja. Tek nakon detaljnog upoznavanja sa Vizijom razvoja i rešenjima koja ona nudi, moguće je prepoznati sopstvene interese, ali i interese potencijalnih partnera.

Realizacijom Vizije razvoja turizma i uspostavljanjem prvog nivoa partnerstva javnog i privatnog sektora, u kome javni sektor već od starta predstavlja konstantu, a privatni evoluira u smislu uključivanja novih partnera privučenih rezultatima i segmentima vizije za koje su oni zainteresovani (novi investitori).

Prihvatanje novih partnera je proces koji treba stimulisati sve do realizacije Vizije definisane u ovom master planu. Dalji razvoj će se kretati u skladu sa zakonitostima već razvijenog tržišta, prema tretiranoj destinaciji, a usmeravaće se novim vizijama uz učešće novih igrača/partnera. Posebno treba istaći da je liderstvo u DMO prirodan proces koji prozilazi iz pozicije u procesu razvoja. Dokle god je DMO partnerska a ne administrativna organizacija razvojni proces neće biti ugrožen.

Kao što je već istaknuto, za formulisanje realnog i efikasnog poslovno-upravljačkog modela na destinaciji „Donje Podunavlje“ neophodno je da se prethodno sagledaju svi postojeći i potencijalni stejkholderi. Bitno je da se sagleda njihov realan interes i uloga za razvoj definisanog lanca vrednosti turističkog sektora destinacije. Isto tako, bitno je da se sagleda njihov realan kapacitet i realne mogućnosti za preuzimanje određenih investicionih i upravljačkih uloga. Isto tako, bitno je da se sagleda realna uloga lokalnih stejkholdera, kao i uloga spoljnih subjekata koji treba i mogu da pokažu interes za ovaj projekat.

Da bi prepoznali subjekte javno-privatnog partnerstva potrebno je utvrditi:

- nosioce dosadašnjih inicijativa (na nivou Republike i opštine);
- nadležne subjekte razvoja (na nivou Republike i opštine);
- nosioce investicionih programa (javni i privatni);
- programe otvorene za tržište kapitala; i
- ostali stejkholderi zainteresovani za razvoj (građani, udruženja i kooperative i nevladine organizacije).

## 2.2. Nosioци dosadašnjih inicijativa

Treba posebno istaći da su opštine na destinaciji „Donje Podunavlje“ već osetile potrebu objedinjenog upravljanja turističkom ponudom i uspostavljanja strateškog partnerstva u razvoju turizma i prateće infrastrukture. To ocenjujemo posebno značajnim, s obzirom da se na osnovu toga može dati ocena da odgovorni subjekti na lokalnom nivou već osećaju potrebu udruživanja napora u pravcu zajedničke izgradnje „lanca vrednosti u turizmu“ posmatrane regije i njihove zajedničke promocije i prodaje na globalnom turističkom tržištu.

### *Nivo Republike:*

**Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja (ranije Ministarstvo trgovine, turizma i usluga):**

- Inicijativa i donošenje *Strategije razvoja turizma Republike Srbije* na nivou Vlade Srbije; i
- Inicijativa, ugovaranje i finansiranje putem NIP-a Master plana „Donje Podunavlje“.

**Nivo opština:**

**Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin**, sa svojim turističkim organizacijama.

- Priprema i izrada studija/strategija razvoja turizma u okviru Prostornih planova opština;
- Izrada zajedničkog koncepta razvoja turizma finansiran sredstvima ADF-a (America's Development Foundation, USAID) „Dunavska rivijera“;
- Aktivno učešće u procesu izrade Master plana „Donje Podunavlje“;
- Priprema regulacionih planova i strateškog partnerstva u razvoju turizma i prateće infrastrukture.

**2.3. Nadležni subjekti razvoja****Nivo Republike:**

- Vlada Republike Srbije, kao zvanični nosilac *Strategije razvoja turizma Republike Srbije* sa svojim resornim ministarstvima, organima i telima;
- Ministarstvo ekonomije i privrednog razvoja, kao neposredno resorno nadređeni organ Vlade Srbije za sprovođenje *Strategije razvoja turizma Republike Srbije* (sa TOS-om, budućom Agencijom za razvoj turizma i unutar nje institucijom za razvoj nautike, itd.);
- J.P. Nacionalni park „Đerdap“ nadležno za upravljanje teritorijom Nacionalnog parka „Đerdap“, sa ukupnim šumskim, ribolovnim i lovnim područjem;
- J.P. „Srbije šume“ – nadležna organizacija za gazdovanje ostalim šumama i šumskim zemljištima, staraoc zaštićenih prirodnih dobara i upravljač ribolovnim područjem i lovištima;
- J.P. „Srbija vode“ – nadležna organizacija za zaštitu izvorišta i vodotokova na području, kao i zaštitu od velikih voda;
- J.P. HEPS „Đerdap“ nadležno za režim voda, plovidbu kroz prevodnice na HE „Đerdap“ I i II i proizvodnju elektro-energije, uređenje i održavanje obala;
- J.P. „Elektroprivreda Srbije“, nadležno za proizvodnju i distribuciju električne energije;
- J.P. „Plov put“ – organizacija za održavanje Međunarodnog plovnog puta;
- Ministarstvo za rudarstvo i energetiku, nadležni za majdane kamena na području;
- Republička direkcija za puteve, regionalni i viši rang;
- J.P. „Telekom Srbija“, nadležna za kablovske i bežične telekomunikacije i mobilnu telefoniju;
- Vojska Srbije nadležna po zakonu za sve objekte od značaja za odbranu zemlje;

- Republički zavod za zaštitu spomenika kulture nadležan za sve kulturo-istorijske objekte u zoni „Donjeg Podunavlja“;
- Republički zavod za zaštitu prirode Srbije nadležan za zaštitu prirode i zaštićena prirodna dobra u zoni „Donjeg Podunavlja“;
- Arheološki institut SANU – Centar za nove tehnologije „Viminacium“ – angažovan za istraživanje i prezentaciju arheoloških lokaliteta na prostoru Đerdapa; itd.

Kao što se vidi, postoji najmanje 15 subjekata Javnog sektora sa nivoa Republike.

#### ***Nivo opštine:***

Skupštine svih pet opština (Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin) sa stručnim službama i organima opštine i sa svojim javnim preduzećima (komunalna preduzeća, zatim preduzeća za vodovod i kanalizaciju, elektrodistributivna; telekomunikaciona; putarska i saobraćajna preduzeća; kao i fondovi za građevinsko zemljište; turističke organizacije opština itd.). Kao što se vidi, postoji najmanje 7 subjekata javnog sektora po opštini, što praktično čini oko 35 subjekata.

#### **2.4. Nosioi glavnih investicionih programa koji su u toku:**

- Glavni investicioni program čija je realizacija u toku je tematski dunavski resort „Srebrno jezero“ (Silver lake city), Veliko Gradište, kao rezultat privatno javnog partnerstva opštine Veliko Gradište i “Silver lake investment” d.o.o. Beograd, sa ukupno procenjenom investicijom od 50 miliona evra;
- U toku je i izgradnja hotela sa pet zvezdica “Aqua Star Danube” u Kladovu, sa planom završetka izgradnje do septembra 2007. godine. Investicija u izgradnju ovog hotela vrednosti od 2 miliona evra, realizuje se kapitalom osnivača HTP “Plaža”, Beograd; i
- U okviru Nacionalnog investicionog plana Republike Srbije, preko Ministarstva trgovine, turizma i usluga, finansirana je izrada Plana detaljne regulacije arheološkog lokaliteta Lepenski vir, Donji Milanovac i tehničke dokumentacije za izgradnju svih planiranih objekata: muzeja, vizitorskog centra, istraživačke stanice, dva etno naselja, pristaništa i priveza za laka plovila, ukupne vrednosti investicija od 5 miliona evra, za koje se očekuje realizacija sredstvima Nacionalnog investicionog plana Republike Srbije.

#### **2.5. Novi ključni programi otvoreni za tržište kapitala:**

U „Donjem Podunavlju“ izdvajaju se novi ključni investicioni programi, utvrđeni ovim Master planom, a koji mogu biti u veoma kratkom vremenskom periodu otvoreni za tržište kapitala. Posebno se izdvajaju:

- tematski kulturno istorijski centar „Golubački grad“;
- marina u Golupcu;
- tematski nautički centar „Porečki zaliv“;



- pristanište sa marinom u Donjem Milanovcu;
- ribarsko selo „Tekija“;
- omladinsko naselje „Karataš“;
- nautički centar sa pristaništem “Mihajlovac”;
- negotinski vinski rizort itd.

Navedene lokacije predstavljaju potencijal za uključivanje privatnog kapitala – domaćeg i inostranog, kao i za uspostavljanje kvalitetnih javno-privatnih partnerstava.

## 2.6. Ostali zainteresovani subjekti za razvoj:

Ovu kategoriju potencijalnih partnera u DMO čine stanovnici „Donjeg Podunavlja“: meštani sela i gradskih naselja zainteresovanih za učešće u turističkom biznisu, kroz seoski turizam, odnosno najam soba. Oba ova vida angažovanja uslovljena su ili kooperativnim organizovanjem građana ili formiranjem udruženja građana. Jedino ovako organizovani meštani se mogu uključiti u partnerstvo i učestvovati ravnopravno u svim fazama razvojnih procesa kroz učešće u upravljanju DMO.

Organizovani turizam znači da treba pomoći zainteresovanim seoskim domaćinstvima da formiraju svoju agro-turs kooperativu, odnosno preduzeće sela, čime će se ispuniti uslov ravnopravnog partnerstva u DMO.

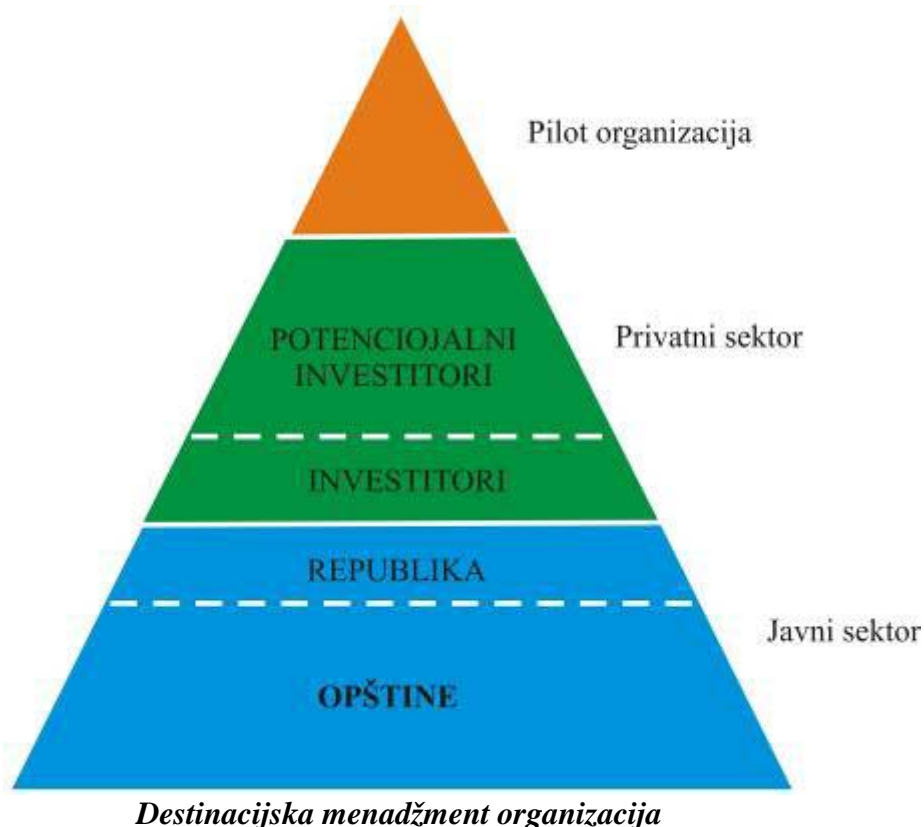
Zakon o seoskim zadrugama-kooperativama uslovljava 10 članova kao minimum za registraciju zadruge. Zakon o turizmu daje mogućnost jednom seoskom domaćinstvu da pruža usluge smeštaja i ishrane za oko 30 gostiju. Procenjuje se da bi 50 ležaja bio minimum kapaciteta sela kojim bi se moglo startovati na tržištu (1 autobus turista). To znači da bi minimum bio 10 domaćinstava sa po 5 ležaja, a maksimum koji po zakonu mogu dostići ovih 10 domaćinstava iznosi 300 ležaja, što je respektabilan kapacitet.

Predlaže se 12 sela u inicijalnoj fazi, sa minimalnim kapacitetom od oko 600 ležaja, a maksimalni, pri nepromenjenom broju domaćinstava sa oko 3.600 ležaja. Ovih 12 sela predstavljaju 12 partnera – organizovanih građana koji pristupaju partnerstvu u DMO sa svojim imanjem i znanjem. Najveći broj treba da bude u opštini Negotin, za koju je već istaknuto da ima najveći potencijal za razvoj ruralnog turizma. Pri tome treba istaći da je i za ostale opštine istaknuto da u svom dunavskom zaleđu imaju određene mogućnosti za razvoj ruralnog turizma.

## 3. SUMARNI PREGLED VELIKOG BROJA STEJKHOLDERA

Na osnovu izloženog i uvidom u nadležnosti, interese, potencijale i zainteresovane subjekte za partnerstvo u realizaciji vizije razvoja turizma, ocenjuje se da u javnom sektoru postoji čak preko 50 potencijalnih partnera i to na nivou Republike oko 15 i na nivou opština oko 35. U privatnom sektoru ocenjeno je da ima već respektabilan broj potencijalnih partnera, kao i potencijalnih seoskih kooperativa, uključujući i turističke informativne centre na nivou pojedinih turističkih mesta. Uz ovaj potencijal treba računati na nove investitore za programe namenjene tržištu.

Izloženi pregled postojećih i potencijalnih stejkholdera mogao bi se slikovito prikazati i na sledeći način:



Na kraju treba istaći da zainteresovane stručne, naučne i obrazovne institucije, udruženja građana i nevladine organizacije takođe predstavljaju značajan potencijal koji u profesionalnom smislu treba respektovati i uključiti na odgovarajući način u pratnerstvo DMO. Posebno mesto treba dati obrađivačima prostornih i regulacionih planova, kao i obrađivačima ovog master plana, kako bi se obezbedio sklad u planiranju i upotrebi prostora. Iz ovog sastava i eksperata po pozivu treba formirati konsultativan supervizorski tim, koji će preuzeti deo stručnih priprema na formiranju i početnom funkcionisanja DMO, kroz tzv. pilot organizaciju.

#### 4. KVALIFIKACIJA INTERESA U BUDUĆEM DMO

Iz izloženog jasno proizlazi da svi identifikovani subjekti imaju realnog interesa za razvoj turizma na posmatranoj destinaciji. Realno je pri svemu tome istaći da najveći interes logično imaju same opštine i njeno stanovništvo.

Postoji realan interes Republike Srbije da se ova područja putem integralnog turističkog sektora izvedu na put održivog privrednog razvoja. To treba da bude i jedan od prioritetnih zadataka i Ministarstva za ekonomiju i regionalni razvoj i ukupne Vlade Republike Srbije.

Ohrabruje činjenica da su već identifikovani interesi nekoliko lokalnih investitora. Oni već preduzimaju određene investicione aktivnosti u izgradnji određenih turističkih objekata. U isto vreme, zapaža se da lokalna uprava, uže interesne grupe i stanovništvo polako dolaze do svesti da im je turizam jedno od ključnih spasonosnih rešenja u budućem privrednom razvoju.

Bližim istraživanjem na terenu i pojedinačnom ocenom lokalnih interesnih subjekata uočava se ograničenost finansijskih i upravljačkih kapaciteta. Isto tako, evidentne su barijere u vezi sa ostvarivanjem potrebne brzine i kvaliteta regulacije prostora.

Imajući sve izloženo u vidu, samo po sebi se nameće potreba jedinstvenog sistema upravljanja turističkim sektorom na ovoj destinaciji. Novi model upravljanja treba da na platformi zajednički prihvaćene Vizije koja je data u ovom master planu obezbedi harmonizaciju i koordinaciju prethodno apostrofiranih interesa za razvoj turizma na ovoj destinaciji. I ne samo to, treba da na profesionalan način i uz podršku države uvuče nove investitore.

## **5. IZGRADNJA INTEGRISANOG PREDUZEĆA ZA UPRAVLJANJE POSLOVIMA DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE**

### **5.1. Nužnost višefaznog pristupa u procesu izgradnje DMO**

Na osnovu postojećeg Zakona o turizmu Srbije (Službeni glasnik RS broj 45/2005 ) gradovi i opštine mogu formirati Turističku organizaciju koja je uređena prema propisima javnih službi. Obim posla i odgovornosti Turističke organizacije uglavnom su usredsređeni na promociju turizma, informacije i statistiku, kao i na promociju manifestacija, zaštitu kulturne baštine i zaštitu okoline neke destinacije. Osim toga, TO je takođe odgovorna za koordinaciju zainteresovanih strana koje su uključene u poslovne aktivnosti u sektoru turizma unutar destinacije. Sistem TO u Srbiji se finansira od boravišne takse, budžeta opština/gradova i sponzorstva-donatorstva, kao i od sopstvenih prihoda koji se nedovoljno ostvaruju. .

Neophodno je, međutim, istaći da postojeći zakon omogućava TO da bude aktivnija i da ima više uticaja na izgradnju konkurentnosti destinacije, te da podržava njen razvoj. Međutim, s obzirom da su one osnovane kao državne, odnosno opštinske institucije, njihov efektivan uticaj na razvoj destinacije i konkurentnosti veoma je ograničen, s obzirom da one ne odražavaju interese privatnog sektora. Njihova uloga koordinatora vrši se putem koordinacionih sastanaka i akcionih planova za pripremu za turističku sezonu u pojedinim destinacijama.

Za davanje odgovarajućeg predloga formiranja organizacije za upravljanje poslovima destinacije "Donje Podunavlje" neophodno je da se pođe od postojećih institucionalnih rešenja u Republici Srbiji. Treba imati u vidu da postojeći pravni osnov za formiranje i delovanje turističkih organizacija u Srbiji daje dovoljno prostora da uključi bilo koji potreban novi oblik organizacije u okviru državnog (javnog) vlasništva i pravila igre javnih institucija. Međutim, on ne daje mogućnost uspostavljanja organizacije za upravljanje poslovima destinacije koja je zasnovana na javno-privatnom partnerstvu. Još uvek se prati tradicionalni model u kojem administrativna tela iniciraju, osnivaju i vode organizacije koje su uglavnom usredsređene na spoljne aktivnosti (marketing) i koje kod Vlade zagovaraju da ona preduzme određene projekte koji su orijentisani na razvoj destinacije i izgradnju konkurentnosti (potencijalne investicije u infrastrukturu, manifestacije i slično).

Pri davanju odgovarajućih predloga bitno je imati u vidu i činjenicu da za sada još uvek nema značajnih igrača unutar privatnog sektora koji bi se smatrali snažnim i konstruktivnim partnerima javnom sektoru u razvijanju turističkih projekata i destinacije „Donje Podunavlje”. Zbog svega toga u procesu izgradnje jedne nove i moderne Organizacije za upravljanje poslovima destinacije „Donje Podunavlje” treba raditi postupno. Posebno i iz razloga što se realno pretpostavlja da će se u novom zakonu o turizmu koji je u fazi pripreme stvoriti uslovi i za formiranje DMO na bazi javno-privatnog partnerstva.

Imajući izloženo u vidu i idući u susret novim zakonskim rešenjima, predlaže se da se proces formiranja DMO odvija u sledeće dve ključne faze:

- u prvoj fazi treba odmah da se formira jedinstvena TO za čitavo područje „Donje Podunavlje“; i
- druga, koja će nastupiti nakon dve do tri godine i izglasavanja novog zakona o turizmu, kao i konsolidovanja turističkog sektora i pojave novih privatnih igrača, u kojoj će se pristupiti formiranju pravog DMO na bazi javno-privatnog partnerstva.

## **5.2. Predlog formiranja jedinstvene regionalne TO za čitavo područje „Donje Podunavlje”**

Na osnovu postojećih institucionalnih rešenja neophodno je da skupštine svih opština Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin donesu odluku o formiranju jedinstvene regionalne Turističke organizacije. U svemu tome je bitno da se navedenoj organizaciji proširi sadržaj delatnosti kao što ga i danas mogu da imaju lokalne turističke organizacije i da se na taj način otvori prostor za uključivanje i privatnog sektora u čitav upravljački proces destinacijom. Radi se, naime, o tome da treba da se formira posebno Savetodavno telo za marketing i razvoj u okviru regionalne TO koje će u sadašnjoj fazi odmah okupiti sve privatne investitore. Ovo savetodavno telo (Odbor ili Komisija) koje će u suštini predstavljati pravi konkurentski klub, treba da ima ključnu ulogu u osmišljavanju i podsticanju aktivnosti u domenu marketinga i razvoja destinacije. Razume se, da bi regionalna TO trebala da ima i nezavisnog i profesionalnog generalnog direktora koji bi sa svojim saradnicima bio odgovoran za realizaciju dogovorenih aktivnosti.

Sa formiranjem jedinstvene regionalne organizacije TO mogli bi da se obavljaju sledeći zadaci i prvi početni koraci u izgradnji turističkog sektora destinacije:

- unapređenje i promocija turizma;
- podsticanje programa izgradnje turističke infrastrukture i uređenja prostora;
- koordiniranje aktivnosti i saradnje između privrednih i drugih subjekata u turizmu;
- formiranje turističko-informativnih centara po pojedinim opštinama;
- propaganda, (zajedničko učešće na sajmovima, izdavanje brošura, turistički vodiči i razglednice);
- organizacija manifestacija ; i dr.

Već je iz samog delokruga rada vidljivo da bi ova regionalna TO osim marketinga imala mogućnost da obavlja i izvesne poslove koji se odnose na podizanje konkurentnosti čitave destinacije. To praktično znači da bi se posebno bavila indirektno i investicijama i razvojem turističkih proizvoda. Bolje reći, bavila bi se organizacionim i koordinirajućim aktivnostima, a manje direktnim investiranjem jer za to teško da može da ima operativni, i finansijski kapacitet.

### **5.3. Formiranje i sadržaj rada destinacijske menadžment organizacije (DMO)**

Imajući u vidu da je partnerstvo dugotrajan proces i da se razvija i osnažuje tokom realizacije zajedničkih programa, nužno je postaviti osnove sistema upravljanja poslovima tretirane destinacije. Pri tome treba posebno istaći da nukleus DMO mora imati osnovu u partnerstvu javnog i privatnog sektora. To treba da čini polaznu osnovu za početak izgradnje prave profesionalne DMO.

Realizacijom Vizije razvoja turizma, kroz marketinško-propagandne aktivnosti prema tržištu kapitala, kao i izvršenjem pripremnih planskih, zemljišnih, poreskih, investicionih, regulativnih i drugih relevantnih politika, treba da se osnaži početno uspostavljeno partnerstvo novim planovima razvoja. U svemu tome, leadersku poziciju u izgradnji partnerstva treba da ima onaj subjekt (ili subjekti) koji preuzme vodeću ulogu u procesu realizacije zajednički utvrđene Vizije razvoja.

Kao što je već istaknuto, efikasan spoj javno-privatnog partnerstva jedino je moguće realizovati putem formiranja zajedničke menadžment organizacije za čitavu destinaciju „Donje Podunavlje“. Radi se o formiranju destinacijske menadžment organizacije (DMO) na akcionarskim osnovama. Ova organizacija treba da obavlja tri grupe veoma značajnih poslova koji se odnose na: upravljanje procesom investicija, izgradnju programa konkurentnosti i realizaciju plana marketinga.

Napominjemo da smo prilikom opredeljivanja za formiranje profesionalnog DMO razmatrali i druge mogućnosti realizacije predloženih zadataka u ovom projektu. Posebno su analizirane alternative prepuštanja spontanom delovanju tržišta i direktnim dogovorima lokalnih interesnih subjekata sa privatnim investitorima. Uzete su u obzir i alternative formiranja lokalnih razvojnih agencija ili prepuštanja čitavog projekta nacionalnoj razvojnoj agenciji koja tek treba da se formira. Analizirane alternative za posmatranu destinaciju nisu prihvatljive iz više razloga, a posebno što se radi o specifičnim zadacima koji su vezani za ovu destinaciju koja se nalazi na samom početku izgradnje lanca vrednosti. U prilog našim stavovima idu i inostrana iskustva u razvoju destinacija koje se nalaze u početnoj fazi pozicioniranja i izgradnje lanca vrednosti. Naš predlog respektuje i činjenicu da u postojećoj destinaciji već postoji veći broj interesnih subjekata koji treba da pokrenu formiranje profesionalne DMO institucije.

Izvesno je, dakle, da je formiranje destinacijske menadžment organizacije jedino pravo rešenje i jedini mogući model organizovanja koji treba da obezbedi dugoročan i održiv rast turizma na posmatranoj destinaciji. Osnov svih pristupa predstavlja, prema tome, sistem organizovanja na principima javno-privatnog partnerstva u skladu sa usvojenom definicijom WTO (Developing Business Opportunities Through Partnering, i Canadian Tourism Commission (2006).



Opšta je ocena da Destinacijska menadžment organizacija treba da ima pet primarnih funkcija i to:

- ekonomski pokretač izgradnje konkurentskog turističkog lanca vrednosti destinacije;
- marketinške, a posebno promocijske prodajne aktivnosti “paketa ponude” destinacije;
- koordinator uključenih javnih i privatnih interesnih subjekata;
- predstavnik uključenih interesnih subjekata prema eksternim javnim i privatnim institucijama; i
- graditelj lokalnog ponosa i lokalne svesti o potrebi održivog razvoja turizma destinacije.

Iz izloženog se javno vidi da predložena DMO se ne bi bavila samo poslovima marketinga ili samo poslovima promocije, kao što su to inače radile dosadašnje lokalne TO. Njena primarna uloga treba da se odnosi na izgradnju odgovarajućeg turističkog lanca vrednosti destinacije, a time i na izgradnju konkurentnosti destinacije na globalnom tržištu. Izvesno je, dakle, da je odgovornost DMO višefunkcionalna i da bi njen krajnji cilj na posmatranom području trebao da bude da obezbedi održiv razvoj turističkog sektora privrede.

Predložena DMO treba da se bavi strateškim i operativnim marketing aktivnostima. To znači da treba da bude odgovorna za organizaciju svih aktivnosti kako bi se destinacija Donje Podunavlje predstavila tržištu i kako bi se privukli posetioци u ovu destinaciju. Prioritetne strateške marketing aktivnosti odnose se na definisanje imidža, brendiranje i pozicioniranje. Ključna rešenja za navedene aktivnosti data su u ovom projektu. Nakon toga slede brojne operativne marketing aktivnosti DMO-a, kao što su:

- • Internet marketing
- • Manifestacije i festivali
- • Programi saradnje
- • Direktna pošta
- • Direktna prodaja
- • Blic prodaje
- • Sajmovi
- • Reklamiranje
- • Putovanja radi upoznavanja
- • Publikacije i brošure.

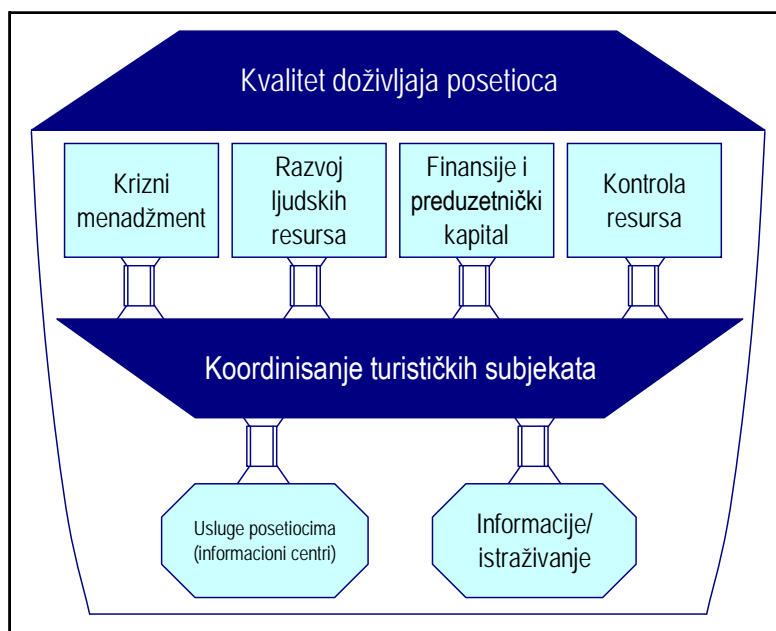
Nije slučajno Internet marketing stavljen na prvo mesto. Radi se o njegovoj primarnoj ulozi i važnosti u pogledu pružanja usluga i proizvoda online. Činjenica je da u savremenim uslovima klijenti dobijaju sve veći broj informacija o nekoj destinaciji i vrše rezervacije smeštaja putem Interneta. Iz tih razloga i navodimo pregled u kojem se daje osam glavnih funkcija internet stranice Organizacije za upravljanje poslovima destinacije (Horwath Consulting Zagreb, preuzeto od “Lu & Lu”, 2002:8):

<p><b>Opšti publicitet:</b> Obezbeđuje osnovno prisustvo na internetu, komunikaciju i prateće informacije.</p>	<p><b>Reklamiranje proizvoda/usluga:</b> Prezentacija domaćih turističkih proizvoda ili usluga bez cena.</p>	<p><b>Reklamiranje proizvoda/usluga sa podacima o cenama:</b> Pružuje informacije o cenama domaćih turističkih proizvoda i usluga.</p>	<p><b>Upit putem e-maila:</b> Daje e-mail adrese kako bi klijenti mogli da vrše upite o internet stranici, proizvodima, uslugama i tako dalje.</p>
<p><b>E-mail rezervacije:</b> Omogućava klijentima da vrše online rezervacije, ali se plaćanja i dalje vrše na konvencionalan način.</p>	<p><b>Online plaćanje:</b> Omogućava online kupovinu (prodaju) uz plaćanje putem kreditne kartice.</p>	<p><b>Registracija sa identifikacijom:</b> Svojim klijentima putem računa obezbeđuje identitet za direktnu kupovinu.</p>	<p><b>Drugo:</b> (pozivi radi dobijanja informacija, usluge turističkog vodiča, itd.).</p>

Brojne su aktivnosti koje DMO treba da obavlja u izgradnji celovitog turističkog lanca vrednosti destinacije. Radi se o delovanju unutar destinacije gde je DMO odgovorna za sve konkurentne aktivnosti koje se sprovode unutar same destinacije. Posebno izdvajamo sledeće prioritetne poslove razvoja: infrastrukture, proizvoda, usluga i sistema iskustava, odnosno, razvoja poželjnog turističkog profila destinacije. Uočava se da su ove aktivnosti usmerene prema subjektima unutar destinacije, iz čega proizlaze ključni poslovi koji se odnose na efikasnu koordinaciju interesa zainteresovanih aktera. Posebno izdvajamo sledeće unutrašnje aktivnosti DMO u razvoju destinacije:

- kordinacija zainteresovanih subjekata u turizmu destinacije;
- upravljanje nastalim krizama koje su moguće u destinaciji;
- razvoj ljudskih resursa za potrebe profesionalnog menadžmenta;
- finansije i kapitalna ulaganja;
- upravljanje resursima;
- informacije/istraživanje;
- upravljanje posetama;
- kvalitet doživljaja posetilaca; itd.

Kao što se vidi, na internom planu DMO je odgovoran za sve konkurentske aktivnosti unutar destinacije. Date aktivnosti se mogu slikovito prikazati i na sledeći način:



Izvor: Horwath Consulting Zagreb, prilagođeno iz Ritchie i Crouch, 2003.

Predložene spoljne aktivnosti na polju marketinga destinacije i unutrašnje aktivnosti u razvoju „paketa ponude” destinacije čine sadržaj odgovornosti jedne profesionalne DMO po ugledu na svetska iskustva. Sasvim je izvesno da je jedna ovakva institucija neophodna destinaciji „Donje Podunavlje“. Posebno iz razloga što se čitavo područje nalazi na samom početku izgradnje turističke ponude.

Teško je pretpostaviti da buduća DMO može podjednako da obavlja velik broj navedenih i njima sličnih eksternih i internih aktivnosti. Iako su one veoma značajne, neophodno je da se za destinaciju „Donje Podunavlje“ utvrdi fokus aktivnosti i rang prioriteta. Imajući u vidu da se čitava destinacija nalazi na samom početku razvoja turizma, izvesno je da u naredne dve do tri godine težište aktivnosti DMO treba da bude u razvoju proizvoda i integralnog lanca vrednosti turizma ove destinacije. Činjenica je da danas praktično imamo veoma mali broj proizvoda koji se mogu eksterno marketinški da plasiraju.

#### 5.4. Na koji način i kako formirati DMO?

Postavlja se pitanje kako doći do nivoa jedne profesionalne organizacije upravljanja destinacijom „Donje Podunavlje”. Buduća DMO treba da bude tako profesionalno struktuirana na način da može efikasno odgovoriti na prethodno izloženu poslovnu misiju.

Polazeći od činjenice da se praktično radi o novoj i u osnovi „praznoj” destinaciji kao što je Donje Podunavlje, potrebno je, kao što je već istaknuto, formirati DMO na bazi javno-privatnog partnerstva. Zbog još uvek malog broja privatnih investitora, predlaže se u prvoj fazi struktura interesa koji su pretežno javni. Konkretno, predlaže se da se ova DMO formira kao akcionarsko društvo i to posebno iz potrebe ubrzanog intenziviranja kako razvojnih tako i marketinških aktivnosti.

U prvih pet godina navedena javno-privatna partnerska kompanija bila bi sa 51% u minimalnom vlasništvu pet opština koje pokrivaju destinaciju „Donje Podunavlje”. Nakon toga stvarala bi se mogućnost da privatni vlasnici preuzmu majoritet, uz kontrolni paket pet opština (25 plus 1). Predlažemo takođe da ostali suvlasnici budu i predstavnici interesnih subjekata koji su prethodno navedeni. Isto tako, predlažemo da se kompanija formira odlukom Skupština pet opština ovog područja. Na kraju predlažemo sledeću organizacionu šemu:



Nakon prihvatanja ovog modela od strane svih pet opština treba pristupiti konkretnom strukturisanju operativno-radne strukture predloženog DMO-a, polazeći od definisanih prioriteta i plana aktivnosti koji je naveden u ovom Master planu.

## 6. U ČEMU SU POSEBNE SPECIFIČNOSTI ZA EFIKASNO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM DONJE PODUNAVLJE?

Specifičnost „Donjeg Podunavlja“ predstavlja međunarodni plovni put koji označava osnovno turističko tržište, odnosno permanentno međunarodno prisustvo u našim, ali i evropskim prostorima Dunava, sa potrošačima izgrađenih zahteva za višim standardima usluga, ali i sa standardima potrošnje koja višestruko premašuje naše uslove. Drugim rečima, to je šansa da se turistička ponuda „Donjeg Podunavlja“ direktno uključi u evropsko i svetsko turističko tržište.

Šta to znači? Na Euro koridoru VII osnovu čini međunarodni plovni put koji se koristi kao rečni transport, rečno morski transport, rečni putnički saobraćaj i redovan/linijski i „kruzing“ saobraćaj. Ali i za rekreativnu lovidbu – jahting, kanuing i sl., kao i tradicionalni ribarski čamci – „šiklje“; taxi na vodi; izletnički brodići razgledni i za ciljane ture itd. Zajednički imenitelj svih ovih funkcija je bezbednost plovidbe, što je regulisano zakonom o unutrašnjoj plovidbi i Dunavskom konvencijom. Evropska agencija za rekonstrukciju je 2005. godine izradila Master plan plovidbe Dunavom, dok je prethodno Ministarstvo trgovine, turizma i usluga poručilo od MNF Dunav-reka saradnje“ projekat osnovnog nautičkog puta Dunavom kroz Srbiju za period 2005/2015. godine. Ovo su dva fundamentalna materijala koja tretiraju kompleksna pitanja plovidbe i potreba rekreativnih plovila u vodama i priobalju Dunava.

Polazeći od činjenice da je režim saobraćaja na Euro koridoru VII pitanje od međunarodnog značaja i osnov ugleda naše zemlje, a time i turističke ponude, smatra se da ovaj segment turističke ponude treba posebno organizovati na bazi jedinstvenih standarda za celokupan plovni put sa priobaljem u celini za Republiku Srbiju, a time za „Donje Podunavlje“. Sve navedeno treba realizovati prema rešenjima koja su data u Strategiji turizma Republike Srbije i u kojoj se s pravom ističe da je neophodno uspostaviti jedinstveni regulacioni model plovidbe kao i plovidbenu infrastrukturu na Dunavu.

Imajući u vidu da je nautički turizam jedno od najinteresantnijih i najperspektivnijih tržišta koje se može internacionalno pozicionirati, smatra se da bi sistem organizovanja ovog sektora trebalo rešiti jedinstveno za čitavu Republiku Srbiju. To je jedini turistički proizvod koji je u isto vreme internacionalno atraktivan i nacionalno kohezivan. Otuda treba poći od rešenja koja su data u Strategiji turizma u kojoj se ističe da treba oblikovati i uvesti u funkciju "Projekat Dunav" koji treba da se izvede posredstvom posebne razvojne agencije, u formi akcionarskog društva Vlade Srbije i AP Vojvodine. Navedena posebna Agencija za nautiku (u formi akcionarskog društva) na Dunavu treba da deluje u okviru jedinstvene Republičke agencije za razvoj turizma koju Vlada Republike Srbije treba da formira u što je moguće kraćem roku i koja treba da ima značajnu međunarodnu finansijsku i tehničku pomoć. Jedna od posebnih javnih funkcija bila bi povratak Bele flote na Dunav i usmeravanje ulaganja domaćih i ino investitora u kruzing brodove za dunavske uslove koje bi mogla proizvoditi naša brodogradilišta. (Detaljnije na ovu temu može se videti u projektu "Dunav 2005-2015"). Putem izložene institucije treba da se uspostavi jedinstven razvojni i upravljački model na bazi javno-privatnog partnerstva kako bi se obezbedio optimalan razvoj i promocija nautičkog turizma na celom Dunavu kroz Srbiju.

Buduća Agencija za nautiku u formi akcionarskog društva obavljala bi sledeće poslove u službi rekreativne plovidbe Dunavom kroz Srbiju (Detaljnije na ovu temu može se videti u projektu "Dunav 2005-2015"):

- upravljanje rekreativnim plovnim vodama;
- interna turistička kontrola;
- upravljanje info-šoping razvojnim centrima;
- poslovi razvoja;
- poslovi pružanja brojnih usluga; i
- informisanje.



U isto vreme, organi nadležni za plovidbu međunarodnim plovnom putem i dalje bi obavljali funkcije u službi rekreativne plovidbe, kao što su: Republička direkcija za plovne puteve, lučka kapetanija, rečna policija, carina itd.

Posebno je značajno istaći da ukupno delovanje novoformirane menadžment organizacije za poslove destinacije „Donjeg Podunavlja“ treba u punoj meri da bude usaglašeno sa Razvojnoum agencijom za turizam Srbije i sa predloženim akcionarskim društvom za nautiku.

Treba takođe imati u vidu da su tokom izrade Master plana „Donje Podunavlje“ apostrofirane tri predeone celine, sa međusobno različitim ambijentima i sadržajima:

- Braničevo (Ram, Veliko Gradište, Golubac) – „Srpska Florida“;
- Đerdap (Golubačka tvrđava, Donji Milanovac, Kladovo) – najveća i najatraktivnija rečna klisura Evrope sa Nacionalnim parkom „Đerdap“; i
- Ključ / Krajina (Brza palanka – Prahovo-Negotin) ruralna i vinska zona timočke krajine.

Ove predeone celine imaju svoje specifičnosti i to u plovidbi Dunavom i u ponudi priobalja. To treba imati u vidu kod sistema organizovanja, specifičnosti pratnera i aktiviranja generatora razvoja. S druge strane, samo združene one mogu da predstavljaju značajan proizvod na evropskom turističkom tržištu.

## 7. KLJUČNI ZAKLJUČCI I PREDLOZI

U zaključku se može još jednom da apostrofira da je osnovni preduslov za razvoj turizma na području „Donje Podunavlje“ formiranje jedinstvene profesionalne organizacije za upravljanje poslovima destinacije u vidu DMO. Dato formiranje treba da se sprovede u dve faze. U prvoj prelaznoj fazi oformila bi se regionalna TO sa širim ovlašćenjima u domenu obavljanja ne samo poslova marketinga, već i razvoja konkurentnosti destinacije. Navedena regionalna TO imaće sve potencijalne funkcije DMO-a, sem neposrednog investiranja i razvoja. Ove funkcije u prvim godinama realno treba da obezbeđuje privatni sektor. Regionalna TO sa navedenim funkcijama javno treba da posreduje u animiranju i podsticanju privatnih investicija. U drugoj fazi, koja treba da nastupi nakon tri do četiri godine kada se realno mogu očekivati i značajnije privatne investicije, regionalna TO prerasla bi u pravu profesionalnu DMO. Ista treba da bude organizovana i strukturirana kao pravo akcionarsko preduzeće, sa efikasnim spojem javnih i privatnih interesa na dugoročnoj partnerskoj osnovi. Ukupno delovanje navedene DMO treba da je u punoj meri usaglašeno i umreženo sa Agencijom za razvoj turizma i unutar nje sa navedenim akcionarskim društvom za nautiku.

U susret realizaciji Master plana potrebno je obezbediti izradu sledećih baznih akata:

1. **Elaborat opravdanosti proglašenja turističkog prostora:** to je bitan Uslov za Akt Vlade Srbije o proglašenju kojim se vrši rezervacija, zaštita i imenuje staratelj do konstituisanja DMO;
2. **Razrađen projekat partnerstva za konkretnu DMO:** treba da se bliže definišu razlozi, motivi, tip i način upravljanja partnerstvom i preuzimanje starateljstva nad turističkim prostorom. Posebno treba da bude razrađena rešenja usaglašavanja interesa u javno-privatnom partnerstvu; i

**3. Planovi detaljne regulacije** konkretnih lokaliteta namenjenih za turističko uređenje, izgradnju i korišćenje. Planovi su osnov rešavanja zemljišnih i imovinsko pravnih, lokacijskih i investicionih pitanja. Sve to čini primarni uslov privlačenja novih partnera sa kapitalom, klijentelom i novim tehnologijama.

**Ključni elemetni razvoja i upravljanja održivim turizmom (2007-2012)** na posmatranom području treba da budu:

- zemljišna politika na turističkim prostorima, mestima, lokalitetima i lokacijama;
- Pribavljanje zemljišta/porez; uređenje zemljišta/doprinos; korišćenje zemljišta/doprinos itd. treba sprovoditi sa ključnim ciljem da se deo poreza i doprinosa usmerava i u korist fonda DMO za određene namene;
- tajm šering sistem u domaćinskom turizmu kao dopunski izvor finansijskih sredstava za realizaciju pojedinačnih „porodičnih programa“ uz procentualno učešće u finansiranju zajedničkih programa sela i atara sela; doprinos u fond MMO (menadžment mesne organizacije);
- uvođenje licence na nivou DMO (treba da je izdaje buduća Agencija za razvoj turizma) za organizovane učesnike u turističkoj ponudi destinacije;
- stimulaturna sredstva iz državnih fondova treba isključivo vezivati i vršiti preko novoformirane DMO;
- podržavati konkurse za sredstva kod fondova EU isključivo putem DMO, odnosno subjektima koji su organizovani u sistemu javno-privatnog partnerstva; i
- garancije kod banaka za kredite treba obezbeđivati putem DMO.

Ovim merama treba da se inicira i podrži proces javno-privatnog partnerstva u pripremi i realizaciji razvojnih programa. Posebno će se stvoriti mehanizam za prikupljanje podsticajnih sredstava od strane inostranih fondova. Isto tako, efikasno će se upravljati standardima usluga u turističkoj ponudi. U zakonu o eksproprijaciji treba dopuniti turističkim funkcijama uslove za predlog javnog zemljišta, kao što su priobalja, skijališta, vidikovci, vrela, izvori, pećine i drugi prirodni fenomeni u javnom korišćenju. Proglašenje turističkog prostora treba da predstavlja instrument peglanja „svojinskih odnosa“ gde su neposredno angažovani korisnici državnog/društvenog zemljišta.

## XI ZAKLJUČCI SA PREDLOGOM PRIORITETA I NEPOSREDNIH ZADATAKA

Rezultati istraživanja u ovom Master planu pokazali su da područje “Donjeg Podunavlja” raspolaže sa značajnim potencijalima za integralni razvoj turističkog sektora privrede. Dati potencijali opredelili su autore plana da predlože izgradnju lanca vrednosti visokog kvaliteta u turizmu posmatrane destinacije. Ocenjeno je da sa takvim “paketom ponude” ova destinacija ima realne šanse da se efikasno i efektivno plasira na globalnom turističkom tržištu, a posebno na tržištu Evropske unije. Pri tome treba imati u vidu da izgradnja konzistentnog lanca vrednosti zahteva relativno duži vremenski period i da je stoga bitno imati u vidu prioritete po sledećem rangu važnosti za destinaciju „Donje Podunavlje”:

- rešavanje pristupa regiji, pristupa reci, ekologija i infrastruktura prostora;
- rešavanje vodenih frontova naselja, kao i unapređenje urbanog i komunalnog standarda svih uključenih naselja;
- opremanje i interpretacija nasleđenih i formiranje novih atrakcija;
- revitalizacija i stavljanje u turističku funkciju objekata kulturno/istorijskog nasleđa;
- izgradnja i opremanje turističke infrastrukture i usluga, posebno za specijalne interese;
- restrukturiranje i tržišno repositioniranje nasleđenih smeštajnih objekata i izgradnja novih; i
- ofanzivan branding i internacionalni marketing regije.

Tako definisani ciljevi razvoja nameću ogromne zadatke za sve učesnike u kreiranju integralnog lanca vrednosti u turizmu destinacije “Donje Podunavlje”. U radu su precizno navedeni zadaci koji stoje pred predstavnicima javnog i privatnog sektora privrede. Istaknuto je da samo u javnom sektoru ima preko 50 potencijalnih partnera i to na nivou Republike oko 15 i na nivou svih pet opština oko 35 partnera. Posebno je značajno istaći da se došlo do zaključka da već postoji respektabilan broj postojećih i potencijalnih partnera u privatnom sektoru privrede.

Imajući sve izloženo u vidu jasno se nameće potreba uspostavljanja efikasnog i organizovanog partnerstva između učesnika javnog i privatnog sektora. To je prvi i najvažniji preduslov za realizaciju krupnih zadataka koji su definisani ovim Master planom. I ne samo to, neophodna je saradnja na horizontalnoj i vertikalnoj osnovi. A to praktično znači, saradnja i koordinacija aktivnosti između velikog broja učesnika na nivou Republike, između učesnika na nivou opština i između samih opština, zatim između učesnika privatnog sektora itd. Brojni stejkholderi treba da preuzmu konkretne odgovornosti u realizaciji zadataka koji su definisani u ovom Master planu. Za ključne subjekte u kreiranju lanca vrednosti u destinaciji “Donje Podunavlje” navodimo neke od prioriternih zadataka.

## I

Prva i osnovna preporuka Ministarstvu za ekonomiju i regionalni razvoj kao naručiocu ovog Master plana, upravo se odnosi na potrebu stvaranja institucionalnih pretpostavki (kroz Zakon o turizmu itd.) za uspostavljanjem javno privatnih partnerstava i afirmisanjem destinacijskih menadžment organizacija. Napominjemo da ni u jednom sektoru privrede ne postoji tolika potreba za partnerstvom između javnog i privatnog sektora kao što je to u turizmu. Diversifikovanost turističkog sektora dolazi do izražaja i u neophodnosti uspostavljanja efikasne međuministarske saradnje. Upravo na realizaciji zadataka iz ovog Master plana treba da se uspostavi efikasna međuministarska saradnja i koordinacija. U cilju efikasne realizacije administrativnih procedura i usaglašavanja interesa predlaže se formiranje većeg broja timova za tačno određene zadatke, kao što su izgradnja marina na Dunavu, rešavanje brojnih zadataka iz domena ukupne i turističke infrastrukture i slično, što je posebno navedeno u upravljačkom modelu. Vlada Republike Srbije, a posebno nadležno Ministarstvo za ekonomiju i regionalni razvoj, uz koordinaciju sa drugim ministarstvima, treba da na bazi ovog Master plana preuzme konkretne odgovornosti za stvaranje potrebnih infrastrukturnih i drugih preduslova za razvoj turizma na posmatranom području. To se posebno odnosi na sledeće prioritetne zadatke i aktivnosti:

- aktom Vlade Srbije treba proglasiti turistički prostor ove destinacije (član 8 i 9 Zakona o turizmu). Posebno je neophodna celovita zaštita prirodnih i kulturno-istorijskih vrednosti Nacionalnog parka „Đerdap“;
- prioritetan zadatak je da se tranzitni teretni saobraćaj preusmeri sa Đerdapske magistrale koja vodi desnom obalom Dunava kroz teritoriju Nacionalnog parka „Đerdap“ na putni pravac Požarevac, Kučevo, Majdanpek, Negotin, Vidin. Ovaj putni pravac treba da se dovede do nivoa poluautoputa za transportni saobraćaj sa Bugarskom;
- treba insistirati na rekonstrukciji kolovoznog zastora i sanaciji svih zaseka u zoni Đerdapske magistrale, uz izgradnju proširenja – odmorišta/vidikovaca na Dunav i klisuru;
- takođe treba obezbediti izmeštanje Đerdapske magistrale iz Golubačke tvrđave izgradnjom tunela pre ulaska u tvrđavu. Isto tako, treba podržati izmeštanje tranzita kroz naselje Golubac;
- treba obustaviti rad svih kamenoloma u zoni Nacionalnog parka „Đerdap“ i u turističkom području „Donje Podunavlje“, sa potrebnim sanacijama, rekultivacijama i mogućim prenamenama;
- treba pokrenuti inicijativu i prevazići otpore na rekonstrukciji i revitalizaciji starih utvrđenja u funkciji turizma „Donjeg Podunavlja“ (Vizitor centri, gledališta raznih događanja i sl.);
- treba pomoći inicijative za izlaz svih priobalnih naselja na Dunav sa formiranjem pristana, sidrišta, priveza, marina i „Riva“ u priobalju, sa rekonstrukcijom starih gradskih jezgara (čaršija na temeljima narodnog graditeljstva);
- neophodno je podržati i operativno pomoći program eliminacije komunalnog otpada sa ukidanjem sadašnjih prigradskih deponija, njihovih sanacija i rekultivacija i izgradnje posebne fabrike za reciklažu;

- posebno se apostrofira značaj zaštite prostora pivnica koje predstavljaju jedinstveni kompleks narodnog graditeljstva. Zbog svog velikog turističkog potencijala nadležne institucije (Zavod za zaštitu spomenika kulture i Ministarstvo kulture) moraju staviti pivnice pod najviši stepen zaštite i strogo kontrolisati procese njihove rekonstrukcije i građenja;
- treba podržati izgradnju i uređenje panoramskih puteva Nacionalnog parka „Đerdap“ (Miroč-Tekija; Miroč-Rogljevo; Šomrda-tumane);
- posebno je značajno da se podstiče i operativno podrži stvaranje „Bele flote“ na „Donjem Podunavlju“ za kruzing brodove, linijskih putničkih brodova, čarter izletničkih barži, do izletničkih brodića i taksi čamaca uz marine; i
- neophodne su odgovarajuće stimulatивne mere kojima bi se podsticale rekonstrukcije i podizanje nivoa predloženog standarda kvaliteta privatizovanih hotelskih objekata.

Predložene mere i podrške za područje „Donjeg Podunavlja“ podrazumevaju:

- izradu konkretnih regulacionih planova;
- otkup zemljišta na ključnim lokacijama;
- funkciju staraoca nad turističkim prostorom;
- za prostor Nacionalnog parka i ukupne destinacije predlaže se uvođenje GIS-a;
- finansijsku podršku parterstvu javnog i privatnog sektora kroz isključiva davanja stimulatивnih sredstava DMO, odnosno njenim članovima;
- poseban program i formiranje fonda za stimulatивno kreditiranje SME u turizmu;
- uvođenje sistema licenci u pružanju turističkih usluga na bazi međunarodnih standarda, pod nadležnošću DMO/ministarstvo; i
- aktivnu ulogu DMO/ministarstvo u davanju koncesija za korišćenje prirodnih resursa i delova turističkih prostora.

Predlažemo takođe da se u prvim godinama dok se ne ostvari adekvatan turistički promet uvedu i stimulatивne poreske olakšice za vlasnike koji sprovode intenzivno investiranje u rekonstrukciju i konverziju hotelskih i drugih ugostiteljsko-turističkih objekata. Neophodno je da se putem ciljane privatizacije preostale imovine, posebno kada je reč o atraktivnim lokacijama za izgradnju većih hotelskih i drugih turističkih sadržaja prednost dâ poznatim svetskim lancima sa preciznim razvojnim programima. Posebno naglašavamo da je neophodna urgentna zaštita, uređenje i rezervisanje prostora na čitavoj teritoriji destinacije „Donje Podunavlje“ jer bez toga se ne može realizovati definisana vizija koja se zasniva na prirodno čistom okruženju. Isto tako, bitno je da se turističkoj infrastrukturi obezbedi status analogan komunalnoj infrastrukturi i da se uvedu odgovarajući mehanizmi koji se primenjuju u finansiranju pribavljanja, uređenja, opremanja i korišćenja javnog građevinskog zemljišta. I na kraju, neophodno je obezbediti stimulatивne uslove za davanje zemljišta na korišćenje, u zakup ili pod koncesijom, sa garancijama i rokom pripremnog perioda, uz obavezan raskid ugovora, ako u planiranom roku ne dođe do planirane realizacije.



## II

Lokalna javnost i interesni subjekti na nivou svih pet opština treba da ovaj Master plan usvoje i da ga prihvate kao putokaz za definisanje konkretnih rešenja za njihovu operativnu realizaciju. Opštine treba da prihvate odgovornost za zajedničku izgradnju lanca vrednosti turizma na području posmatrane turističke destinacije. One nadalje moraju sprovesti regulaciju i zaštitu prostora da bi se bez ograničenja obezbedio predloženi lanac vrednosti i internacionalna pravila igre sa definisanom isporukom proizvoda, aktivnostima i sistemom kvaliteta. Potrebna je potpuna zaštita i unapređenje prirodnih i kulturnih dobara, krajolika i karakterističnih slika na području čitave destinacije. Posebno treba da se efikasno otklanjaju sve bespotrebne administrativne i druge prepreke za izgradnju ugostiteljskih i ostalih komplementarnih kapaciteta u turističkom sektoru regiona. Lokalna samouprava ima primarni zadatak da stvara atraktivne uslove za privlačenje novih partnera sa kapitalom, klijentelom i novim tehnologijama. Konačno, lokalna samouprava je odgovorna za formiranje adekvatnog upravljačkog mehanizma na nivou čitave destinacije.

## III

Najveća odgovornost za realizaciju definisanih zadataka u ovom Master planu leži na investitorima i čitavom privatnom sektoru koji se neposredno angažuje u integralnom lancu vrednosti turističkog sektora destinacije. Navedeni subjekti treba da se profesionalno odnose prema preuzetim obavezama iz procesa privatizacije i profesionalnog razvoja turističkog biznisa na ovom području. Bitno je takođe istaći da u prvoj fazi realizacije ovog Master plana treba pristupiti formiranju različitih obrazovno-edukacionih programa. Na taj način treba da se izgradi neophodan profesionalni kapacitet i osposobljenost lokalnih kadrova za efikasno preduzetništvo u turističkom sektoru privrede.

## IV

Integrisana regionalna menadžment organizacija treba da se oformi prema predloženom modelu. Izvesno je da ona treba da preuzme leadersku ulogu u realizaciji velikog broja zadataka koji su definisani u ovom Master planu.

## V

Na kraju ističemo da je konsultantski tim Ekonomskog fakulteta u Beogradu spreman da nastavi dalju saradnju sa navedenim stejkholdrima i da preuzme odgovornost za realizaciju predloženih zadataka.