UNIVERZITET SINGIDUNUM
Departman za poslediplomske studije i međunarodnu saradnju

Studijski program: Poslovni sistemi u turizmu i hotelijerstvu

MASTER RAD

ULOGA GEOGRAFSKIH INFORMACIONIH SISTEMA U KORIŠĆENJU TURISTIČKIH RESURSA I MARKETINGU DONJEG PODUNAVLJA

Mentor:
Prof. dr Verka Jovanović

Student:
Marija Drpa M9422/08

Beograd, 2012. godine

SADRŽAJ

UVOD I METODOLOGIJA RADA 4

I PROSTORNA I TRŽIŠNA ANALIZA TURISTIČKOG PODRUČJA DONJE PODUNAVLJE 7

1. POLOŽAJ I OSNOVNE DRUŠTVENO-EKONOMSKE KARAKTERISTIKE TURISTIČKOG PODRUČJA DONJE PODUNAVLJE 7
2. PROSTORNA I TRŽIŠNA ANALIZA OPŠTINE NEGOTIN 8
   2.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Negotin 8
   2.2. Pregled turističkih resursa opštine Negotin 13
   2.3. Tržišna analiza opštine Negotin 18
3. PROSTORNA I TRŽIŠNA ANALIZA OPŠTINE VELIKO GRADIŠTE 22
   3.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Veliko Gradište 22
   3.2. Pregled turističkih resursa opštine Veliko Gradište 24
   3.3. Tržišna analiza opštine Veliko Gradište 25
4. PROSTORNA I TRŽIŠNA ANALIZA OPŠTINE GOLUBAC 28
   4.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Golubac 28
   4.2. Pregled turističkih resursa opštine Golubac 30
   4.3. Tržišna analiza opštine Golubac 31
5. PROSTORNA I TRŽIŠNA ANALIZA OPŠTINE MAJDANPEK 34
   5.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Majdanpek 34
   5.2. Pregled turističkih resursa opštine Majdanpek 36
   5.3. Tržišna analiza opštine Majdanpek 38
6. PROSTORNA I TRŽIŠNA ANALIZA OPŠTINE KLADOVO 41
   6.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Kladovo 41
   6.2. Pregled turističkih resursa opštine Kladovo 43
   6.3. Tržišna analiza opštine Kladovo 44
7. NACIONALNI PARK "ĐERDAP" KAO RESURS OD POSEBNOG ZNAČAJA 47

II KARAKTERISTIKE MARKETING AKTIVNOSTI I PRIORITETI I MERE ZA STRATEŠKO TRŽIŠNO POZICIONIRANJE DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE 50

1. ANALIZA INTERNIH RESURSA KAO PODRŠKA MARKETING AKTIVNOSTIMA 50
   1.1. Elementi turističke destinacije 50
   1.2. SWOT analiza turističke destinacije Donje Podunavlje 51
2. KONCEPT MARKETING MIKSA NA NIVOU TURISTIČKE DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE 53
   2.1. Turistički proizvod Donjeg Podunavlja 54
   2.2. Cene usluga 57
   2.3. Promotivne aktivnosti 58
   2.4. Distributivne aktivnosti turističkog proizvoda 60
3. MISIJA, CILJEVI I SMERNICE ZA RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE 62
   3.1. Misija 62
   3.2. Ciljevi razvoja turističke destinacije Donje Podunavlje 62
   3.3. Smernice za razvoj turističke destinacije Donje Podunavlje 64
4. POZICIONIRANJE DESTINACIJE 65
5. KLJUČNE INTERESNE GRUPE U RAZVOJU TURIZMA DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE 66

III GEOGRAFSKI INFORMACIONI SISTEMI 68

1. GEOGRAFSKA INFORMACIONA NAUKA 68
2. POJAM GIS-A 70
3. GIS KOMPONENTE 72
4. GIS AKTIVNOSTI 76
5. PRIMENA GIS-A 77
6. GIS U TURIZMU 77

IV PRIMENA GIS TEHNOLOGIJE U MARKETINGU TURISTIČKE DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE 80

1. ANALIZA POSTOJEĆIH POKUŠAJA PRIMENE GIS-A NA NIVOU TURISTIČKE DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE 80

2. ARHITEKTURA NOVOG SISTEMA 81
3. KREIRANJE BAZE PODATAKA 82
4. HIJERARHIJSKI DIZAJN WEB SAJTA 83
5. VIRTUELNI TURIZAM 86
6. ULOGA LJUDSKOG FAKTORA U IMPLEMENTACIJI GIS-A 87
ZAKLJUČAK 89
LITERATURA 91

UVOD I METODOLOGIJA RADA

Bogato istorijsko i kulturno nasleđe turističkog područja Donjeg Podunavlja, uključujući arheološke nalaze iz neolita, ostatke Rimske kulture, srednjevekovne manastire i utvrđenja i spomenike iz novije istorije zajedno sa netaknutom prirodom, živopisnim seoskim domaćinstvima i ljudima u njima čine ovaj prostor jednim od turistički najatraktivnijih destinacija u Srbiji.

Turizam je jedan od ključnih faktora rasta i razvoja, ne samo pojedinih turističkih destinacija i zemalja, već i globalne ekonomije. Rast turističkog prometa i potrošnje uticao je da turizam postane jedna od vodećih grana privrede. Upravo zbog svojih potencijala, "Donje Podunavlje" bi trebalo da pronađe i iskoristi svoju šansu u turizmu i tako postane važan deo ukupne turističke ponude Srbije.

Savremene informacione tehnologije danas su prisutne i primenjuju se u skoro svakom domenu naučnog i praktičnog rada. Geografski informacioni sistemi, kao deo ovih tehnologija, sve više dobijaju na značaju i postaju jedan od glavnih oslonaca u oblastima poput marketinga i prodaje, transporta i distribucije, zdravstva i sl. I turizam danas sve češće koristi nove tehnologije u upravljanju i kontroli turističkih aktivnosti, kao i u podršci procesu odlučivanja i planiranja.

PREDMET I PROBLEM ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja ovog rada obuhvata analizu resursa turističkog područja Donjeg Podunavlja, koji predstavljaju osnovni preduslov za razvoj turizma jedne destinacije. Analizom će biti obuhvaćen i trenutno dostignuti stepen razvoja turizma kroz analizu turističkog prometa, postojećih vidova turizma i smeštajnih kapaciteta.

Predmet istraživanja biće i analiza dosadašnjih naučnih saznanja o mogućnostima primene geografskih informacionih sistema. Takođe, predmet rada vezan je i za uticaj ovih sistema na turističke tokove, zbog njihovog potencijala da olakšaju razmenu informacija i povećaju njihovu dostupnost.

Ovaj rad pozabaviće se i analizom postojećih marketing aktivnosti na području opština Donjeg Podunavlja, koji su polazna osnova za inicijativu da se geografski informacioni sistemi počnu koristiti u marketingu ove destinacije. Biće reči i o prioritetima i merama za tržišno pozicioniranje destinacije Donje Podunavlje, kako u opštem, tako i u smislu koji se odnosi na korišćenje GIS tehnologije.

Značaj ovog rada je krucijalan za sagledavanje potencijala i mogućnosti razvoja turizma Donjeg Podunavlja, kao i načina na koji se taj razvoj može postići. Kao veoma bitan faktor razvoja se nameće upotreba geografskih informacionih sistema u svim područjima planiranja i upravljanja, a naročito u marketingu ove buduće turističke destinacije.

CILJ ISTRAŽIVANJA

Cilj ovog rada se sastoji u tome da se istraže uslovi, odnosno mogućnosti razvoja turizma područja Donjeg Podunavlja na osnovu postojećih resursa i da se odrede pravci budućeg razvoja turizma na ovom prostoru. Cilj je i da se ukaže na obim postojećih i važnost budućih marketing aktivnosti kao najznačajnijih za razvoj ukupnog turističkog proizvoda Donjeg Podunavlja. Jedan od važnijih ciljeva je i ukazivanje na potrebu inicijative i učešća svih interesnih grupa u razvoju turizma

ovog područja, radi postizanja što boljih rezultata. Ovaj rad rađen je i sa ciljem da se, na osnovu sprovedenih istraživanja, ukaže na značaj primene geografskih informacionih sistema u svim oblastima savremenog poslovanja, a naročito u turizmu, i da se istraže uslovi primene ovih sistema na destinaciji Donje Podunavlje, imajući u vidu pre svega oblast marketinga.

STRUKTURA RADA I OSNOVNI POJMOVI

Pristupni rad sastoji se iz četiri poglavlja i uvoda i zaključka kao posebnih celina. Početno izlaganje sadrži uvodne napomene, postavku problema, kao i samu metodologiju izrade ovog rada. U prvom poglavlju sadržana je prostorna i društveno ekonomska analiza opština Donjeg Podunavlja, zatim je izvršena analiza turističkih resursa, kao i analiza trenutnog stepena razvijenosti turizma koji će biti iskazan kroz tržišnu analizu. U sklopu istog poglavlja izdvojen je Nacionalni park "Đerdap" kao resurs od posebnog značaja. U drugom poglavlju u fokusu pažnje su marketing aktivnosti posvećene strateškom pozicioniranju analiziranog područja, kao i predlozi za njihovo osavremenjavanje i poboljšanje. Analiziraće se interni resursi, turistički proizvod, cena, promotivne i distributivne aktivnosti. Zbog svoje važnosti za formulisanje globalne marketing strategije, bitan deo ovog poglavlja je i definisanje misije, ciljeva i smernica za razvoj destinacije, kao i identifikacija strategije pozicioniranja destinacije i ključnih interesnih grupa. Potom je naredno, treće poglavlje posvećeno objašnjenju osnovnih pojmova vezanih za geografske informacione sisteme, kao i njihovoj primeni i uticaju na turizam. To je posebno važno, jer primena GIS-a u oblasti turizma, kao jednoj od najbrže rastućih privrednih grana, donosi ogromne prednosti i olakšice prilikom upravljanja čitavom turističkom privredom. Četvrto poglavlje obuhvatiće primenu GIS-a u opštinama Donjeg Podunavlja koja je u početnoj fazi, a u većem delu ovog poglavlja biće reči o predlozima i koracima koji se mogu preduzeti kako bi se uspešno izgradio sistem oslonjen na GIS koji bi dao značajan doprinos marketingu destinacije Donje Podunavlje. Poslednji deo, zaključak, predstavlja rezime celokupnog rada.

Osnovni pojmovi koji će biti korišćeni u ovom pristupnom radu su turistički resursi, marketing u turizmu i geografski informacioni sistemi (GIS).

Turistički resursi podrazumevaju turistički atraktivne elemente prirodne i društvene sredine koji imaju podsticajno dejstvo na kretanja turista u cilju zadovoljenja kulturnih i rekreativnih potreba. [1]

Marketing u turizmu je sistematsko i koordinirano prilagođavanje poslovne politike turističkih preduzeća i turističke politike države na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou, da bi se dostiglo optimalno zadovoljavanje potreba određenih grupa potrošača i tako ostvario odgovarajući profit.(J. Kripendorf)[2]

Geografski informacioni sistem (GIS) je kompjuterski sistem za pakovanje, upravljanje, integrisanje, rukovanje, analizu i prikazivanje podataka koji su prostorno vezani za Zemlju.[3]

---

[1] Šećibović R., Maksin-Mićić M., Komlenović Đ., Manić E., *Uvod u geografiju turizma sa osnovama prostornog planiranja*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006., str. 41

[2] Bakić O., *Marketing u turizmu*, Čigoja Štampa, Beograd, 2005., str. 23

[3] Jovanović V., *Globalna geografija*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005., str. 134

POLAZNE HIPOTEZE

Ovim radom želimo da dokažemo sledeće hipoteze na osnovu podataka dobijenih iz sekundarnih izvora:

- Područje Donjeg Podunavlja ima velike potencijale za razvoj turizma koji najvećim delom nisu iskorišteni.
- Savremene informacione tehnologije će ući u sve pore društvenog života, pa samim tim neće zaobići ni oblast turizma.
- Mogućnosti koje nude savremene informacione tehnologije, a naročito GIS, kao podrška marketingu turističke destinacije Donje Podunavlje su neograničene i mogu se iskoristiti samo uz saradnju i zajednički napor turističkih subjekata i odgovarajućih državnih organa koji su nadležni za oblast turizma.

Da bi se ove hipoteze proverile i verifikovale, kroz rad će se analizirati svi resursi koje područje Donjeg Podunavlja poseduje, kao i njihovo trenutno stanje i iskorištenost. Pored toga, veliki deo rada biće posvećen geografskim informacionim sistemima i njihovoj potencijalnoj primeni u oblasti marketinga u turizmu.

METODE ISTRAŽIVANJA

Prilikom izrade ovog rada korišćeno je nekoliko različitih naučnih metoda. Metode su bazirane na dostupnoj stručnoj literaturi, kao i zakonskim i planskim aktima u oblasti turizma i savremenih informacionih tehnologija.

1. Deduktivna metoda je omogućila da od analize postignutih rezultata primenom savremenih informacionih tehnologija na svetskom nivou dodjemo do analize mogućnosti postizanja sličnih rezultata na području Donjeg Podunavlja.
2. Deskriptivna metoda je upotrebljena da bi se upoznali sa osnovnim karakteristikama opština Donjeg Podunavlja, njihovim turističkim resursima i trenutnim stanjem turizma u njima, kao i da bi saznali nešto više o pojmu geografskih informacionih sistema i prednostima njihove primene.
3. Analiza podataka prikupljenih korišćenjem raspoložive inostrane i domaće literature, kao i različitih članaka i elektronskih izvora omogućila je da se istraže i identifikuju mogućnosti primene geografskih informacionih sistema u oblasti upravljanja marketingom turističke destinacije Donje Podunavlje.
4. Kako bi se pokazao turistički potencijal područja Donjeg Podunavlja kroz podatke o turističkom prometu, korišćena je metoda statističke analize.
5. Metoda sinteze korišćena je da bi se doneo odgovarajući zaključak, na osnovu prethodno upotrebljenih deskripcija i izvršenih analiza.

Ovim radom, na osnovu korišćene literature i upotrebom gore pomenutih metoda istraživanja, dokazana je glavna hipoteza da primena geografskih informacionih sistema kao podrške marketingu može imati ogroman značaj za uspešan razvoj turizma područja Donjeg Podunavlja, ako se tome posveti posebna pažnja od strane nadležnih opštinskih organa zaduženih za oblast turizma, u saradnji sa svim turističkim subjektima ovog područja.

I PROSTORNA I TRŽIŠNA ANALIZA TURISTIČKOG PODRUČJA DONJE PODUNAVLJE

1. Položaj i osnovne društveno-ekonomske karakteristike turističkog područja Donje Podunavlje

Kroz Srbiju prolaze dva evropska saobraćajna koridora – kopneni koridor X i koridor VII koji povezuje 10 evropskih zemalja koje izlaze na plovni deo reke Dunav. Dunavski bazen je jedan od dinamičnijih delova Evrope, posebno posle puštanja u saobraćaj plovnog puta Dunav-Majna, početkom 90-tih godina prošlog veka. Dunav je, posle Volge, druga reka po dužini na evropskom kontinentu – od njegovih 2850 kilometara, plovno je 2411 km, od čega svih 588 km kroz Srbiju.[4]

Slika 1: *Koridori VII i X*



Izvor: www.emins.org/sr/aktivnosti/projekti/dunav/II_1_Goran_Petkovic.pdf (pregledano 25.07.2012)

Donje Podunavlje pripada području Srednjeg toka Dunava koji počinje kod naselja Genje a završava se kod Drobeta- Turnu Severin, mesta u krajnjem jugozapadnom delu Rumunije, na samoj granici sa Srbijom. Prostire se duž leve obale Dunava, na području između Velikog Gradišta i ušća Timoka. Udaljeno je 130 km od Beograda.

Donje Podunavlje ima neosporne turističke potencijale. Na ovom području se prožimaju prirodne atraktivnosti sa kulturom, istorijom i tradicijom ljudi koji su na ovim prostorima živeli i onih koji tu danas žive. Ono[5] ima veoma bogatu i raznovrsnu strukturu potencijalnih turističkih atrakcija. Posebno treba naglasiti reku Dunav, Nacionalni park „Đerdap" sa Đerdapskom klisurom, arheološko nalazište „Lepenski vir". Karakteristike reke Dunav (dubina, širina, suženja klisura Gvozdenih vrata, prirodno okruženje i sl.) koja prolazi kroz najatraktivniji deo svoga toka, pružaju pogodnost razvoja većeg broja turističkih proizvoda i aktivnosti (nautički turizam, odmori u prirodnoj i očuvanoj ekološkoj sredini, interesovanje za kulturno-istorijsko nasleđe i dr.). Pojačano je interesovanje inostranih putničkih brodova za pristajanje na ovom delu Dunava. Đerdapska klisura je najveća klisura Evrope dugačka 98 km. Nacionalni park

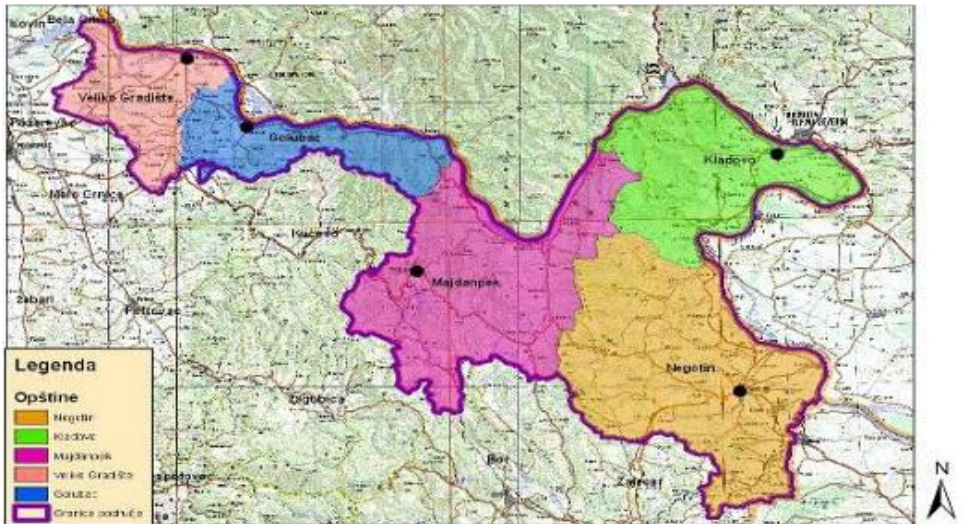
[4] www.dunavskastrategija.rs/sr/?p=27 (pregledano 25.7.2012)
[5] www.razvojturizma.rs/location.php?id=30 (pregledano 25.7.2012)

„Đerdap", predstavlja zaštićeni prostor sa visokom koncentracijom geomorfoloških, hidroloških i biogeografskih resursa, kao i značajnim spomenicima kulture. Lepenski vir predstavlja nepokretno kulturno dobro od izuzetnog značaja i datira iz perioda 6500-4500 godina pre nove ere. Pored navedenog, na području Donjeg Podunavlja postoje brojna lovišta, ribolovna područja, biciklističke i pešačke staze kao i veliki broj pećina, tvrđava i drugih kulturno-istorijskih spomenika. S obzirom na raznolikost ovog područja postoji veliki potencijal za razvoj gotovo svih vrsta turističkih proizvoda, a dobar deo njih je već i razvijen.

Posmatrano područje se može smatrati privredno nerazvijenim, pre svega zbog lošeg položaja preduzeća koja su nekada uspešno poslovala. Takođe, postoje i druge prepreke i otežavajući faktori koji koče privredni razvoj. To su loša saobraćajna povezanost sa glavnim kopnenim koridorima, nepovoljna starosna i obrazovna struktura stanovništva, visoka nezaposlenost i dr. Ulaganje u turistički sektor može da bude jedan od mehanizama privlačenja kapitala i pokretač razvoja opština koje pripadaju ovom području.

Turističko područje „Donje Podunavlje“ obuhvata pet opština u istočnoj Srbiji. To su Veliko Gradište, Golubac, Majdanpek, Kladovo i Negotin, pa su granice turističkog područja definisane upravo administrativnim granicama pomenutih opština. Zbog detaljnije analize, u nastavku su pojedinačno analizirane opštine koje pripadaju području Donjeg Podunavlja.

Slika 2: *Opštine turističkog područja Donje Podunavlje*



Izvor: *Master plan turističke destinacije ''Donje Podunavlje''*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007., str. 16

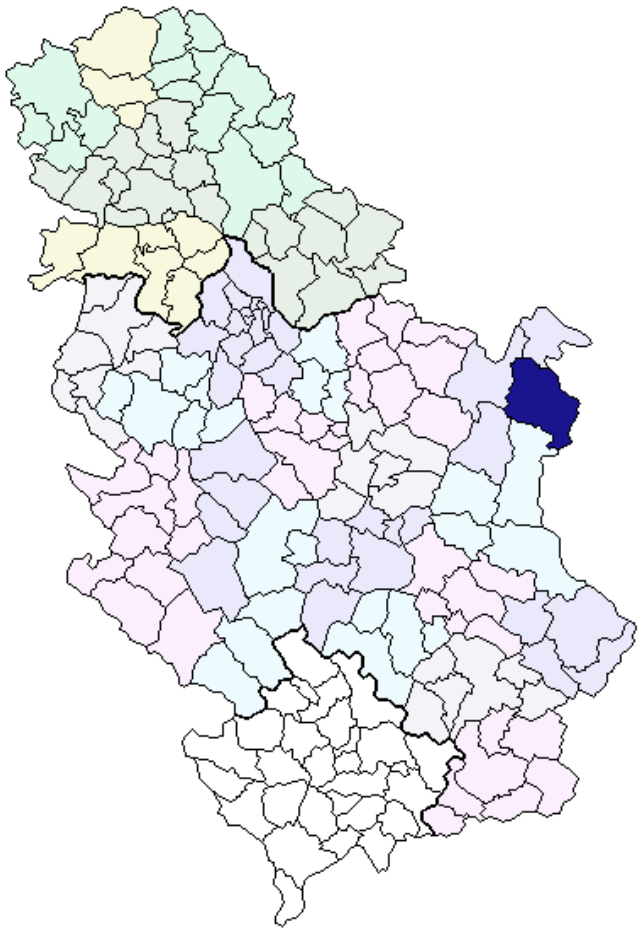
2. Prostorna i tržišna analiza opštine Negotin

2.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Negotin

Opština Negotin je smeštena u severoistočnom delu istočne Srbije i obuhvata najveći deo Negotinske Krajine, sa kojom se danas geografski uglavnom

poistovećuje. Prostire se između planina Deli Jovan i Veliki Greben na zapadu i tokova reka Dunav i Timok na severoistoku. Severna granica opštine nije izrazita i predstavlja potez između Grabovice i Brze Palanke, dok se na jugu od crnorečke oblasti odvaja grebenom Stola i kosama koje se od planine Deli Jovan spuštaju razvođem između Bele i Jelašničke reke prema Timoku.

Slika 3: *Položaj opštine Negotin u Republici Srbiji*



Izvor: http://sr.wikipedia.org/sr-el/Општина_Неготин *(pregledano 29.08.2010)*

U administrativnom smislu, opština Negotin se graniči sa opštinom Kladovo na severu, opštinama Majdanpek i Bor na zapadu i opštinom Zaječar na jugu. Na severoistoku reka Dunav deli ovu opštinu od Rumunije, dok se na jugoistoku opština graniči sa Bugarskom. Stoga se opština Neogtin nalazi na tromeđi tri države: Srbije, Rumunije i Bugarske.[6]

Opština Negotin ima pretežno brdsko – planinski **reljef**. Na njenoj teritoriji izdvajaju se tri reljefne celine: ravnice na istoku, blago zatalasano pobrđe (površ) u središnjem dijelu i planine na zapadu. Planinskoj celini pripadaju planine Deli Jovan i Veliki Greben, koje spadaju u niže planine. Veliki Greben predstavlja zaravan srednje visine i na njemu se ističe Veliki Crni Vrh sa visinom od 655m. Najviši vrh planine Deli Jovan je Crni Vrh koji se nalazi na visini od 1135m i gotovo je u sredini, a osim njega ističu se i Veliki Goli Vrh (1039m) na severu i Mali Deli Jovan (972m) na jugu. Najveću reljefnu celinu čini Krajinska površ. Ona je rečnom erozijom rasčlanjena u

[6] http://aurora.ekof.bg.ac.yu/~mmilic_ng/o_negotinu.htm (pregledano 16.4.2009)

prostrane zaravni, široke doline i brežuljke. Istočnom, ravničarskom delu opštine Negotin pripadaju negotinska depresija i aluvijalne ravni pored Dunava, Timoka i drugih tokova.

Najviša tačka na teritoriji opštine je na planini Deli Jovan na visini od 1135m, dok je najniža tačka u negotinskoj depresiji, sa 40m nadmorske visine.

Teritorijom opštine Negotin protiču dve velike reke – Dunav i Timok, kao i četiri manje reke, Sikolska, Jasenička, Slatinska reka i Zamna.

Klima opštine Negotin i Negotinske Krajine je kontinentalna, što je posledica velike udaljenosti ovog područja od mora i specifične reljefne strukture. Negotinska Krajina je sa zapada zatvorena planinama što sprečava prodiranje vlažnih okeanskih vazdušnih masa, ali je otvorena prema Vlaškoj niziji i zato je često pod uticajem hladnih vazdušnih struja iz istočne Evrope.

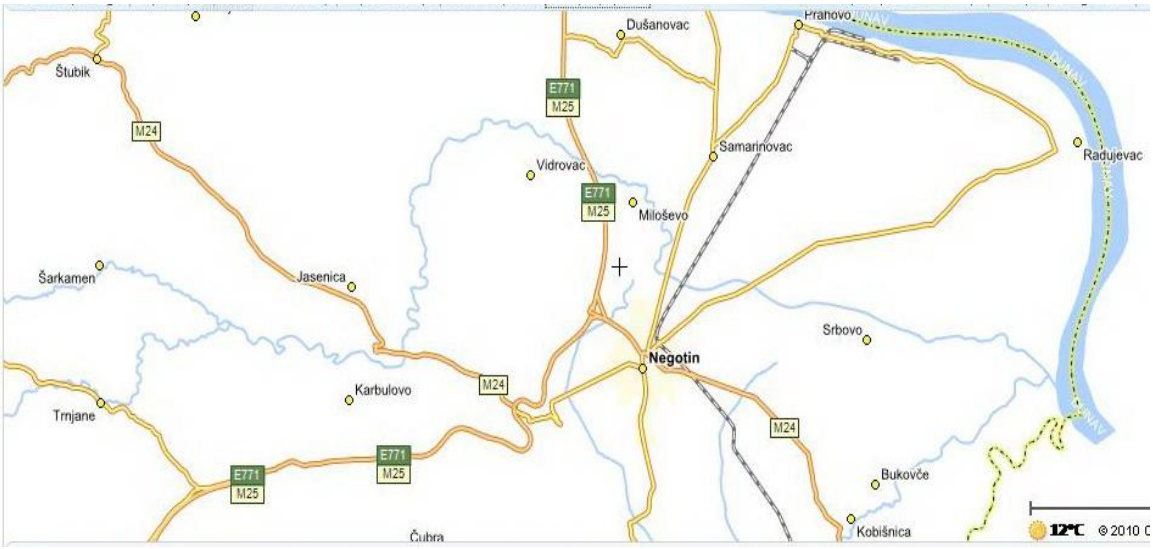
U poređenju sa drugim područjima u istočnoj Srbiji, zime u Negotinskoj Krajini su najhladnije a leta najtoplija. Apsolutna maksimalna temperatura u Negotinu je 41,6ºC, dok je apsolutna minimalna temperatura -26,5ºC.

Sneg se na ovom području zadržava prosečno 50 dana u nižim i 60 dana u višim oblastima. Pojavljuje se početkom decembra i zadržava se do početka marta. Ovo područje odlikuje se većim brojem vedrih i mraznih dana u toku zime nego druga područja istočne Srbije, što sa dugim periodom pod snežnim pokrivačem u planinskim predelima predstavlja odličan klimatski uslov za razvoj planinskog turizma. Maksimum padavina je krajem proleća, u junu, dok je minimum padavina u avgustu. Najčešći vetrovi na ovom području su oni iz pravca zapada i severozapada, a zatim vetrovi iz istočnog pravca. U toku zime u Negotinskoj Krajini preovlađuju košavski vetrovi.

Negotinska Krajina ima najveći broj vedrih dana u Srbiji. Preko 200 sunčanih dana godišnje, kao i veliki broj dana sa temperaturama iznad 15ºC pružaju povoljne klimatske uslove za obavljanje raznih turističkih aktivnosti, kao i za razvoj različitih vidova turizma.

Opština Negotin prostire se duž Dunava i udaljena je od Beograda 240 km, a od Niša 140 km. Tokovima Dunava i Timoka opština Negotin je povezana sa Podunavljem u evropskom smislu, kao i sa Pomoravljem i Ponišavljem. Ukupna dužina puteva na teritoriji opštine Negotin iznosi 444 km, od čega je pod savremenim kolovozom 343 km. Železničkom prugom (42km), Dunavskim plovnim putem (31km) i magistralnim putevima (89km) opština Negotin je dobro povezana sa susednim opštinama i zemljama, a regionalnim (134km) i lokalnim putevima (221km) ostvarena je dobra povezanost naselja i područja unutar teritorije opštine. Međutim, najveći broj jako atraktivnih turističkih motiva kao što su Manastir Vratna i Vratnjanske kapije, Vrelo Šarkamen, Rajačke i Rogljevačke pimnice, povezan je lokalnim putevima, tako da je pristup do njih otežan, naročito za turističke autobuse.

Slika 4*: Saobraćajni položaj opštine Negotin sa prikazom važnijih putnih pravaca*



Izvor*:* http://planplus.co.rs *(pregledano 10.09.2010)*

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. Magistralnim putem opština Negotin je povezana i sa Bugarskom (Negotin – Vidin), kao i sa Rumunijom, magistralnim putem prema Kladovu (Turn Severin).

Regionalna putna mreža je značajna sa stanovišta dopune magistralne mreže u pogledu prihvatanja saobraćajnih tokova, značajnih za opštinu i šire područje. Železnička pruga Beograd-Niš, sa ogrankom Niš – Bor – Majdanpek – Negotin - Prahovo, koja prati tok Timoka, čini okosnicu železničkog saobraćaja ovog dela zemlje.

Opština Negotin se svojim istočnim delovima oslanja na međunarodni plovni put - Koridor VII, reku Dunav, kojom je i na ovaj način povezan sa Beogradom, Rumunijom i Bugarskom, a 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 tenutno 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 – Svrljig - Niš.

Opština Negotin zauzima prostor površine 1089km². Prema popisu iz 2002. godine, na teritoriji opštine živi 43418 stanovnika, razmeštenih u 39 naselja. Gustina naseljenosti iznosi 39,9 st/km² što je oko 2,5 puta manja gustina naseljenosti u odnosu na centralnu Srbiju i što svrstava ovu opštinu u retko naseljeno područje. Prirodni priraštaj je negativan i ima vrednost –9,7‰.

***Slika* 5:** *Satelitski snimak opštine Negotin*



Izvor: http://sh.wikipedia.org/wiki/Negotin *(pregledano 22.4.2010)*

U pogledu obrazovne strukture, opština Negotin sledi trend čitavog područja. Nešto je veći procenat visokobrazovanih u odnosu na druge opštine u okruženju i iznosi 7,2% populacije iznad 15 godina strosti. Međutim, udeo stanovnika starijih od 15 godina bez školske spreme iznosi 8,2%, dok je onih bez završene osnovne škole 31,6%.

Broj gradskog stanovništva pokazuje tendenciju rasta, tako da prema popisu iz 2002. godine grad Negotin ima 17758 stanovnika.

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.

Tabela 1. Struktura zaposlenosti po sektorima delatnosti u 2009. godini	
Delatnost	**Učešće u odnosu na ukupni broj zaposlenih**
Poljop.lov, šumarstvo i vodoprivreda	1,70%
Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	0,14%
Preradjivačka industrija	11,74%

Proiz. el. energije, gasa i vode	12,45%
Gradjevinarstvo	4,13%
Trgovina na veliko i malo, opravka	11,46%
Hoteli i restorani	1,15%
Saobraćaj, skladištenje i veze	8,75%
Finansijsko posredovanje	1,06%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	5,21%
Državna uprava i socijalno osiguranje	8,41%
Obrazovanje	14,75%
Zdravstveni i socijalni rad	16,90%
Druge komunalne, durštvene i lične usluge	2,15%
Ukupno	100%

Izvor: *Opštine u Srbiji 2010,* Republički zavod za statistiku, Beograd, 2010.

Po podacima sa kraja 2009. godine, u opštini Negotin ukupno je zaposleno 6431 lice, dok broj nezaposlenih iznosi 2794. Od 6431 zaposlenih, 4887 je zaposleno u privrednim društvima, preduzećima, ustanovama, zadrugama i organizacijama, a 1545 njih su preduzetnici, lica koja samostalno obavljaju delatnost i zaposleni kod njih.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Negotin (tabela 1.), uzimajući u obzir lica zaposlena u privrednim društvima, preduzećima, ustanovama, zadrugama i organizacijama, dolazimo do zaključka da najveću zaposlenost generišu Zdravstveni i socijalni rad sa približnim učešćem od 17%, kao i Obrazovanje koje beleži približno učešće u ukupnoj zaposlenosti sa oko 15% na nivou opštine Negotin. Hoteli i restorani imaju učešće od samo 1,15% u ukupnoj zaposlenosti u Negotinu.

2.2. Pregled turističkih resursa opštine Negotin

Prirodne karakteristike i kulturno nasleđe opštine Negotin opredeljuju ovo područje kao jedno od perspektivnih za razvoj turizma.

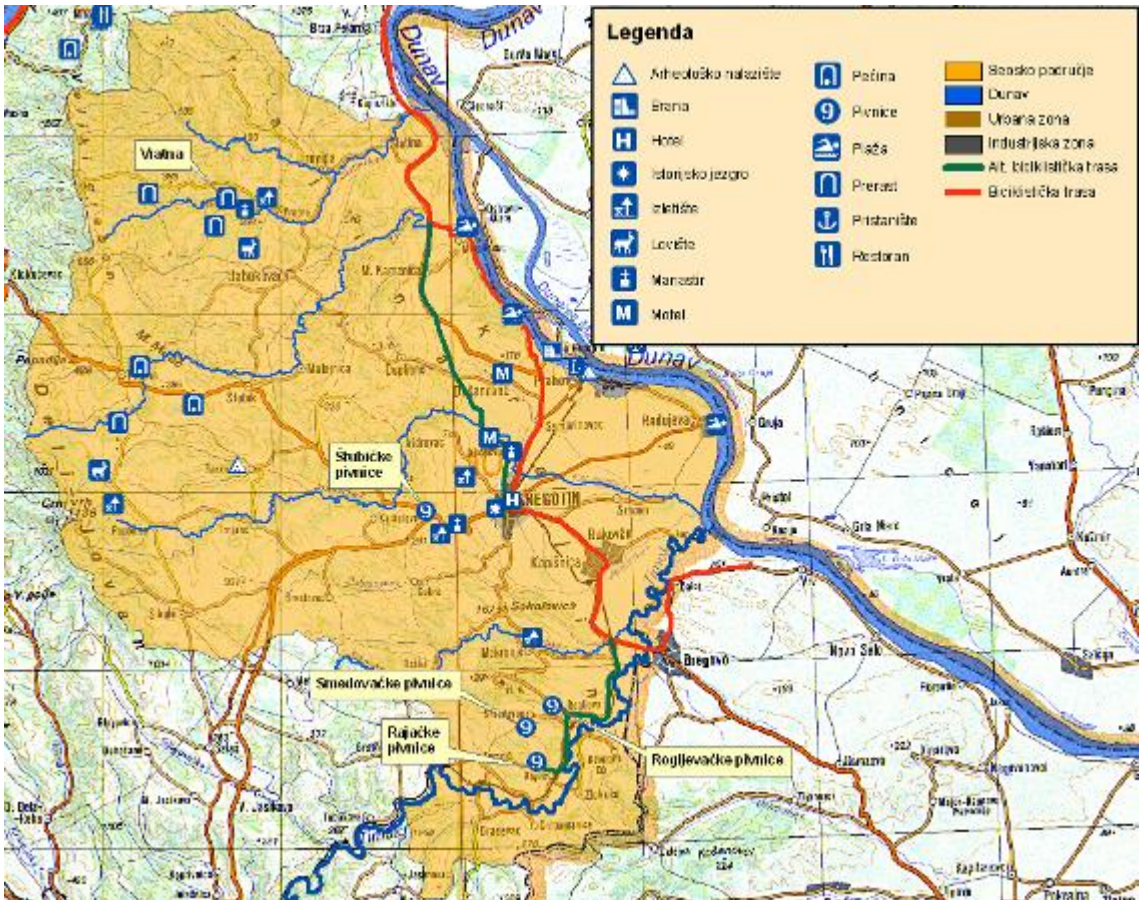
Seoski turizam je vid turizma koji postaje sve privlačniji za turiste iz Srbije, ali i iz Evrope. Na teritoriji opštine Negotin postoji veliki broj autentičnih sela koja se nalaze u atraktivnom prirodnom okruženju. Teritorija opštine Negotin može uslovno da se podeli na tri karakteristična, potencijalno turistička područja, kada je u pitanju razvoj seoskog turizma. [7] To su brdsko – planinsko, vinogradarsko i ravničarsko područje.

Brdsko – planinsko područje u čijem su zaleđu planine Deli Jovan i Veliki Greben obuhvata sledeća seoska naselja: Sikole, Brestovac, Trnjane, Karbulovo, Popovica, Šarkamen, Plavna, Štubik, Jabukovac, Vratna i Urovica. Područje obiluje čistom prirodom, bogatom florom i faunom, lovnom divljači i zanimljivim lokacijama. *Ravničarsko područje* u priobalju Dunava, Timoka i drugih tokova obuhvata sela Slatina, Mihajlovac, Dušanovac, Prahovo, Radujevac, Srbovo, Bukovče i Kobišnica. Na ovom području, osim izvanrednih uslova za razvoj poljoprivrede, postoje i dobri uslovi za ribolov i nautički turizam. Pored Dunava je izgrađen veliki

[7] Žikić R.V., Milenković S., Čomić Lj., Stojanović S.D., *Program razvoja seoskog turizma u opštini Negotin*, Prirodno-matematički fakultet, Kragujevac, 2005., str. 30

broj vikendica, hidroelektrana ''Đerdap 2'' i ugostiteljski objekti koji mogu da se uključe u turističku ponudu. *Vinogradarsko područje* koje se blago spušta prema rečnim ravnicama obuhvata Tamnič, Rajac, Rogljevo, Smedovac, Braćevac, Rečka, Veljkovo, Mokranje i Čubra. To je područje sa izuzetnim terenima za gajenje kvalitetnih sorti vinove loze.

Slika 5: *Razmeštaj turističkih resursa na teritoriji opštine Negotin*



Izvor: *Master plan turističke destinacije ''Donje Podunavlje''*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007., str. 82

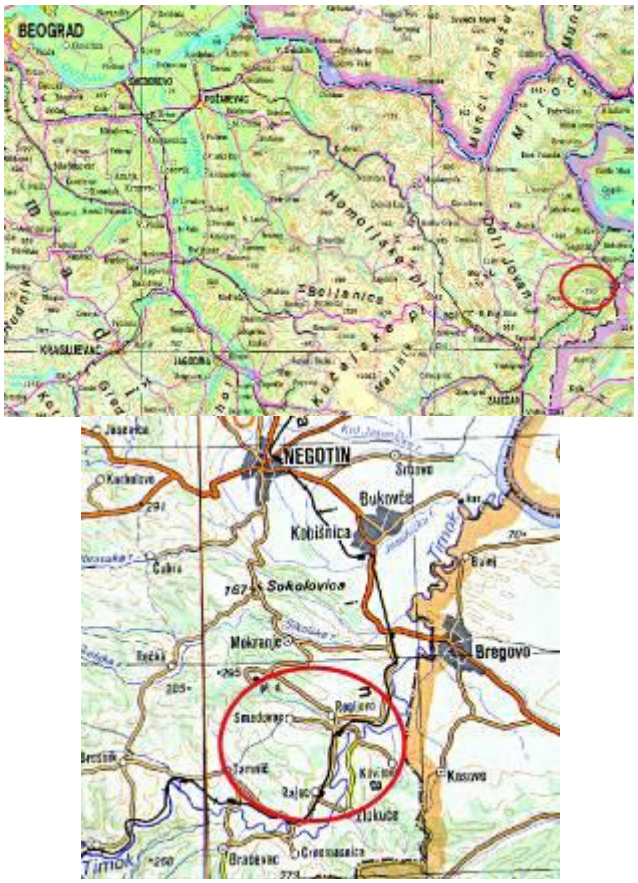
Negotinske pimnice predstavlaju kompleks vinarskih podruma građenih u toku XVIII i početkom XIX veka u nekoliko timočkih sela: Rajcu, Rogljevu, Smedovcu i Štubiku. One zajedno sa starim grobljima u Rajcu i Rogljevu predstavlaju zaštićeno kulturno dobro o kome brine Zavod za zaštitu spomenika kulture. Pimnice 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.[8] Tradicionalan način podizanja vinograda, rezidbe, obrade i pravljenja vina kao i tip zemljišta, nadmorske visine od 150m do 250 m, visoka insolacija i ekološki čista sredina, bili su idealno područje i receptura za najkvalitetnija vina.

Kompleksi pivnica udaljeni su oko 15 km od grada Negotina i dostupni su lokalnim putem od Negotina preko sela Mokranje do Rogljeva, Smedovca i Rajca,

[8] Turistička organizacija opštine Negotin, *Pivnice*, Negotin, Opština Negotin, 2009., 3. str

odnosno iz pravca Zaječara sa južne strane regionalnim putem Zaječar-Negotin i lokalnim putem preko sela Brusnik i Tamnič.

Slika 6: *Položaj kompleksa negotinskih pimnica*



Izvor: *Master plan turističke destinacije ''Donje Podunavlje''*,Ekonomski fakultet, Beograd, 2007., str. 352

Turizam na Dunavu se može izdvojiti kao poseban turistički resurs, kada je u pitanju opština Negotin. Dunav i njegovo priobalje sa nizom manjih sela predstavlja značajan turistički resurs i potencijalno razvojno turističko područje. Može se reći da opština Negotin ima ispunjene osnovne uslove za razvoj turizma na Dunavu. Programom turističke valorizacije priobalja Dunava predložene su mere unapređenja prostora u atarima sela Slatina, Stari i Novi Mihajlovac, Maloj Kamenici, selu Dušanovcu, kod Prahova, u selima Srbovo, Radujevac i Bukovče.

Imajući u vidu dužinu toka Dunava koji ide granicom opštine u dužini od oko 40km, može se reći da veličina ovog prostora pruža mogućnosti za izgradnju raznovrsnih turističkih sadržaja. Ako bi se izgradio određeni broj brodova – restorana, sportsko-rekreativnih objekata, kao i odgovarajuće pristanište sa objektima za nautički turizam, Negotin bi se mogao delom preseliti na obale ove za sada turistički potpuno neiskorišćene reke.

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, konak kneza Todorčeta - sada je to Muzej hajduk Veljka sa galerijom u prizemlju, muzej „Krajina“- spomenik kulture,

zgrada Pedagoške akademije iz XIX veka – spomenik culture i saborna crkva Sv.Trojice iz XIX veka.

U blizini manastira Vratna, na planinskoj rečici Jabuci, bistroj i pogodnoj za ribolov, nalaze se ogromna kamena vrata – **Vratnjanske kapije**. Njih je priroda načinila ''bez dleta i čekića''. Prva kapija nosi naziv Velika prerast, druga Mala prerast, a treća Suva prerast. Ceo kompleks Vratne, selo, manastir i kapije, okružen je rekama i šumama i predstavlja jednu od najinteresantnijih turističkih atrakcija Negotinske Krajine. Ovi dragoceni pokloni prirode su od Negotina udaljeni tridesetak kilometara. U neposrednoj blizini nalazi se ugostiteljski objekat HE ''Đerdap'' sa nekoliko soba, ali on trenutno nije u upotrebi.

Slika 7: *Turistička karta opštine Negotin*



Izvor: www.traveleastserbia.org/turisticke_karte.htm *(pregledano 20.4.2009)*

Zapadno od Negotina, na udaljenosti od 25km, nalazi se kasnoantički lokalitet **Vrelo Šarkamen.** Vrelo Šarkamen je rezidencijalno-memorijalni tetrarhijski carski kompleks koji potiče s kraja III i početka IV veka.[9] Arheološki radovi izvođeni su na jednom od pet vidljivih objekata, a to je mauzolej kraljice majke, u kome je 1996. godine otkriven set zlatnog carskog nakita koji se danas nalazi u Narodnom muzeju u Beogradu.

Značajan antički lokalitet je i rimski grad **Ad Aquas**, koji se nalazio na obali Dunava kod sela Prahova i u vremen svog procvata krajem II i početkom III veka

[9] Master plan kulturnoistorijske rute Put rimskih careva (''Felix Romuliana''), sažeta verzija, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007, str. 4

imao između 15 i 20 hiljada stanovnika. Pored Prahova je postojala velika luka u kojoj su pronađeni ostaci rimskih lađa i nekoliko nadgrobnih spomenika koji se nalaze u muzeju Krajine u Negotinu.

Iako se u starim spisima pominjalo pet manastira na teritoriji Negotinske Krajine, do danas su očuvani samo manastiri **Bukovo i Vratna**, kao i oštećeni, ali sačuvanih zidova i konzerviran manastir Koroglaš.

Osim pomenutih manastira, važan kulturno-istorijski spomenik je i **stara negotinska crkva** sagrađena 1803. godine.

Od kulturno – istorijskih spomenika treba još pomenuti zgradu Muzeja Krajina, zgradu Pedagoške akademije, zgradu Doma za decu i omladinu "Stanko Paunović", zgradu JNA, staru gradsku kuću u ulici Dobrile Radosavljević, kuću sa arkadama – konak Kneza Todorčeta, Đokine vodenice, Štubičke pimnice, Smedovačke pimnice, kompleks starih česama u centru sela Vidorvac i stara groblja u Rogljevu i Rajcu.

Kada je u pitanju **izletnički turizam**, postoji nekoliko popularnih lokalnih izletišta.

Desetak kilometara južno od Negotina, u blizini sela Mokranje, Sokolska reka je, krčeći put do Timoka kroz pitoma brda Negotinske Krajine, stvorila zanimljiv vodopad i podno njega živopisno jezero. Ovo mesto koje nosi ime **Mokranjske stene**, omiljeno je izletište i kupalište meštana okolnih sela i Negotinaca.

U podnožju Deli Jovana, na nadmorskoj visini od 480m, smeštene su **Stevanske livade**. Udaljene su oko 30km od Negotina i po prirodnim i klimatskim uslovima su u ravni sa najpoznatijim vazdušnim banjama u Srbiji.

Nedaleko od grada Negotina nalazi se **brdo Badnjevo.** Shvativši značaj ovog brežuljka, stanovnici Negotina su od zapuštenog brda sa nekoliko pimnica i kućeraka stvorili odlično izletište.

Još jedno zanimljivo mesto je **Bratujevački lipar** koji predstavlja rekreativno-šetnu stazu pored Negotina i koji u vreme cvetanja lipe postane jedna jako zanimljiva atrakcija, jedinstvena u ovom kraju Srbije.

Bogatstvo biljnog i životinjskog sveta, raznovrstan reljef, kao i veliki broj vodenih tokova predstavljaju prirodnu osnovu za razvoj **lovnog i ribolovnog turizma.**

Lovište ’’Negotinska Krajina’’ prostire se na površini od 96423ha. O turistima i lovcima brinu vodiči stručne službe koja broji deset profesionalaca i poseduje odgovarajuća terenska vozila za obilazak lovišta. U lovačkom domu ’’Bukovo’’ je moguć smeštaj sa pansionom sa šest lovaca istovremeno. Ovim lovištem gazduje Lovačko udruženje ’’Hajduk Veljko’’.

Na području opštine Negotin postoje i ograđena lovišta za krupnu divljač kojim upravlja javno preduzeće ’’Srbijašume’’ iz Beograda. Lovište ’’Vratna’’ se prostire od manastira Vratna prema kanjonu reke Vratne. U lovištu ’’Alija’’ koje obuhvata delove atara okolnih sela Tamnič, Rečka, Rogljevo, Smedovac i Mokranje postoji spomen dom Krajinskog partizanskog odreda koji služi kao lovački dom u kome postoje sobe za prenoćište. Lovište ’’Deli Jovan’’ se prostire na istoimenoj planini i obuhvata strogi rezervat prirode Deli Jovan.

Ribolovno područje na teritoriji opštine Negotin uglavnom je vezano za obalu Dunava, i to od Brze Palanke na severu, pa do ušća Timoka na jugu. Bogatsvom riba odlikuju se i druge čiste reke - Zamna, Jasenička reka i Slatinska reka.

Bogato kulturno-istorijsko nasleđe, uključujući arheološka nalazišta iz neolita, ostatke rimske kulture iz doba tetrarhije, srednjovekovne manastire i spomenike iz

novije istorije, zajedno sa netaknutom prirodom i razvijenim seoskim turizmom mogu da čine Negotin jednom od najatraktivnijih turističkih destinacija u Srbiji.[10]

2.3. Tržišna analiza opštine Negotin

Struktura smeštajnih kapaciteta u opštini Negotin je raspodeljena tako da u njoj dominiraju određene vrste smeštajnih kapaciteta, dok su pojedine vrste smeštajnih kapaciteta veoma malo, ili nisu uopšte zastupljene.

Opština Negotin raspolaže smeštajnim kapacitetima u hotelu ‘’Inex Krajina’’ u Negotinu, u motelima "Stojković" u Kusjaku, "Dimić" u Dušanovcu, "Takač" u Miloševu, u vilama "Tea" , ‘’Delux’’ i ‘’Kristina’’ u Negotinu, kao i u nekoliko prenoćišta i brojnom privatnom smeštaju.

Tabela 2. Struktura smeštajnih kapaciteta opštine Negotin za 2012. godinu.

Delovi opštine Negotin	Broj objekata za smeštaj				
	Hoteli	Moteli	Vile	Restoran sa prenoćištem	Privatni smeštaj
Grad	1	-	3	2	-
Sela	-	3	-	3	58
Ukupno	1	3	3	5	58

Izvor: Turistička organizacija opštine Negotin

U strukturi smeštajnih kapaciteta najviše je zastupljen privatni smeštaj i u tom segmentu postoji i najveći broj ležaja.

Tabela 3. Broj ležaja po vrstama smeštajnih kapaciteta u opštini Negotin

Delovi opštine Negotin	Broj ležaja				
	Hoteli	Moteli	Vile	Restoran sa prenoćištem	Privatni smeštaj
Grad	33	-	84	23	-
Sela	-	43	-	26	336
Ukupno	33	43	84	49	336

Izvor: Turistička organizacija opštine Negotin

Prema podacima iz tabele, može se videti da ukupan broj ležaja u funkciji u smeštajnim kapacitetima u gradu Negotinu iznosi 140, dok se u selima, uključujući i privatan smeštaj nalaze smeštajni objekti sa ukupnim kapacitetom od 405 ležaja. Dakle, za smeštaj turista na opštini Negotin ukupno je na raspolaganju 545 ležaja.

Kada su u pitanju kategorije smeštajnih kapaciteta, smeštajne jedinice su nižeg kvaliteta. Jedini hotel u opštini Negotin, Garni hotel “Beograd” je hotel kategorije 2 zvezdice, dok je privatni smeštaj uglavnom II i III kategorije. Za ostale vrste smeštaja ne postoje podaci o kategorijama.

Površina ležaja je uglavnom 6m² u svim smeštajnim objektima.

Po podacima iz 2008. godine najviše zaposlenih je bilo u hotelu ‘’Inex Krajina’’ i njihov broj je iznosio 60, dok ih je znatno manje bilo zaposleno u drugim vrstama objekata za smeštaj, ali je po informacijama dobijenim u Turističkoj

[10] *Negotin, destinacija za investiranje*, Opština Negotin, Negotin, 2008., str. 2

organizaciji opštine Negotin taj hotel sada u stečaju. Hotel "Inex Krajina" je prema podacima iz 2008. godine imao smeštajni kapacitet od 300 ležaja, od kojih je njih 190 bilo u funkciji.

Lovački domovi nisu uključeni u dosadašnji pregled jer se oni smatraju potencijalnim smeštajnim kapacitetima. Za njih postoji velika zainteresovanost domaćih i stranih turista, i to često onih koji pripadaju krugovima turista sa visokim platežnim mogućnostima, pa je neophodno da budu kvalitetno pripremljeni za turističko tržište. Lovački domovi u Bratujevcu i na Aliji su još uvek u izgradnji, dok je onima na Deli Jovanu i u rezervatu Vratna potrebno renoviranje, kao i regulisanje imovinskog statusa kako bi prešli u vlasništvo subjekata koji se bave turizmom i lovom.

U opštini Negotin po poslednjim statistikama postoji 148 prijavljenih ugostiteljskih radnji od kojih neke imaju više objekata.[11] Ovakvo stanje pokriva potrebe trenutnog turističkog prometa. Sa druge strane, kvalitet usluge u većini ovih objekata nije na neophodnom nivou.

Na području opštine Negotin je u 2010. godini ostvareno 3529 dolazaka turista, po osnovu čega je realizovano 11402 noćenja.[12] Prosečna dužina boravka turista bila je 3,2 dana. Veća dužina boravka se može realizovati većom afirmacijom Rajačkih pimnica, boljom ponudom lovnog turizma ili eventualnom organizacijom škola u prirodi i slično.[13]

Ukupno ostvaren turistički promet u periodu od 1997. do 2010. godine prikazan je u sledećim tabelama.

Tabela 4. Broj dolazaka stranih i domaćih turista u opštini Negotin u periodu 1997 – 2010. godine

Godina	Broj dolazaka domaćih turista	Broj dolazaka stranih turista	Ukupan broj dolazaka turista
1997.	4247	465	4712
1998.	4516	246	4762
1999.	3937	147	4136
2000.	3047	167	3214
2001.	2574	146	2720
2002.	4672	222	4894
2003.	4791	285	5076
2004.	5441	270	5711
2005.	5170	378	5548
2006.	5047	393	5440
2007.	5340	413	5753
2008.	2947	582	3529
2009.	4233	536	4769
2010.	3817	709	4526

Izvor: Republički zavod za statistiku

[11] Nikolić K., Program razvoja opštine Negotin za period 2005-2010. godine, Negotin, 2005., стр. 59
[12] Zvanični podatak Republičkog statističkog zavoda
[13] Čučulović R., Čučulović A., Turistička valorizacija opštine Negotin, Glasnik Srpskog geografskog društva, 2010., str. 97.

Relativno učešće ukupnog broja dolazaka turista u opštini Negotin u ukupnom broju dolazaka u Srbiju, u poslednje tri analizirane godine, iznosi prosečno svega 0,23 %, dok je relativno učešće u broju noćenja još manje i iznosi 0,16 %.

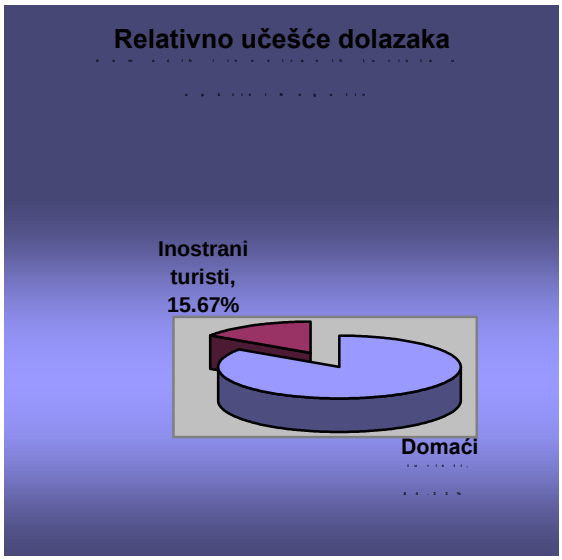
Tabela 5. Ostvarena noćenja domaćih i stranih turista u opštini Negotin u periodu 1997 – 2010. godine

Godina	Broj noćenja domaćih turista	Broj noćenja stranih turista	Ukupan broj noćenja turista	Prosečan broj noćenja domaćih turista	Prosečan broj noćenja stranih turista	Prosečan broj noćenja turista
1997.	19175	718	19893	4,5	1,5	4,2
1998.	14922	444	15366	3,3	1,8	3,2
1999.	10690	199	10889	2,7	1,4	2,6
2000.	14712	212	14924	4,8	1,3	4,6
2001.	12498	183	12681	4,9	1,3	4,7
2002.	13048	351	13399	2,8	1,6	2,7
2003.	10618	445	11063	2,2	1,6	2,2
2004.	8212	395	8607	1,5	1,5	1,5
2005.	8869	536	9405	1,7	1,4	1,7
2006.	11064	540	11604	2,2	1,4	2,1
2007.	9755	510	10265	1,8	1,2	1,8
2008.	10583	819	11402	3,6	1,4	3,2
2009.	8217	971	9188	1,9	1,8	1,9
2010.	9552	1297	10849	2,5	1,8	2,4

Izvor: Republički zavod za statistiku

Najveći deo turističkog prometa opštine se ostvaruje po osnovu domaćeg turizma. Učešće domaćih turista u ukupnom broju turista se kreće preko 80%. Relativno učešće inostranog turističkog prometa je još uvek skromno, mada se primećuje tendencija njegovog rasta. Ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2007. godini je bio 413, što predstavlja 7,18% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj noćenja bio 510, što predstavlja 4,97% od ukupnog broja noćenja. U 2010. godini stanje je bilo malo drugačije, pa je ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2010. godini bio 709, što predstavlja 15,67% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj njihovih noćenja bio 1297, što predstavlja 11,95% od ukupnog broja noćenja. Relativno učešće inostranog turizma, a naročito niske apsolutne vrednosti broja dolazaka i broja noćenja inostranih turista, ukazuju na nerazvijenost inostranog turizma u opštini Negotin. Na sledećim grafikonima su predstavljeni odnosi turističkih prometa ostvarenih po osnovi dolazaka domaćih i inostranih turista u 2010. godini.

Grafikon 1: Odnosi turističkog prometa ostvarenog po osnovu dolaska domaćih i inostranih turista u 2010. godini



Izvor*:* Republički zavod za statistiku

Apsolutno najveći broj stranih turista, 875, registrovan je 1991. godine. Najmanji broj stranih turista koji je iznosio 146 zabeležen je 2001. godine.

U prethodnih deset godina zapaža se tendencija smanjenja prosečnog broja noćenja domaćih turista, pa je tako prosečan broj noćenja domaćih turista 2000. godine bio 4,8, dok je 2010. on iznosio 2,5. Izuzetak je 2008. godina gde je prosečan broj noćenja domaćih turista bio 3,6. Rekordna godina po prosečnom broju noćenja turista bila je 1985. i tada je taj broj iznosio 5,9, dok je dve godine kasnije ostvaren rekord sa najvećim prosečnim brojem noćenja stranih turista od 2,9.

Ne postoje zvanični podaci o prosečnoj ni ukupnoj potrošnji turista koji su posetili opštinu Negotin. Ta podatke ne poseduju ni opština Negotin, ni Turistička organizacija opštine Negotin, kao ni druge nadležne organizacije ni ustanove poput Turističke organizacije Srbije i Republičkog zavoda za statistiku.

3. Prostorna i tržišna analiza opštine Veliko Gradište

3.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Veliko Gradište

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

U administrativnom smislu opština Veliko Gradište se graniči sa opštinom Požarevac na zapadu, opštinom Malo Crniće na jugozapadu i jugu, na istoku sa opštinama Kučevo i Golubac, a severnu granicu predstavlja državna granica sa Rumunijom i reka Dunav. Činjenica da se nalazi na samoj srpsko-rumunskoj granici povećava turističku vrednost Velikog Gradišta

U neposrednoj blizini ušća Peka u Dunav se nalazi peščani rt, jedino više zemljište na prostoru od Rama do Golupca, na kome je izgradjeno Veliko Gradište. 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 nadmorske visine). 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. **Reljef** Velikog Gradišta nema dovoljno atraktivnih motiva koji se mogu neposredno uključiti u turistički promet, odnosno nema samostalne turističke motive. Medjutim, nekoliko peščanih dina velikih dimenzija i zone lesa, mogu se smatrati komplementarnim turističkim motivima.

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.

Klima opštine je umereno-kontinentalna, sa veoma toplim letima (često je temperatura vazduha u julu mesecu preko 25ºC) i hladnim zimama. Srednja godišnja temperatura vazduha Velikog Gradišta iznosi 11,2ºC, a prosečna godišnja količina padavina je 672 mm. Najhladniji je mesec januar sa srednjomesečnom temperaturom vazduha od -0,57˚C. Najvišu prosečnu temperaturu ima juli sa 21,08˚C. Koliko zime mogu biti hladne, toliko leta mogu biti žarka jer se zabeleženi ekstremi kreću od -27,1˚C (17.1.1956.god.) do 40,6˚C (16.8.1952.god.). Ovako velika temperaturna

kolebanja potiču od termičkih osobina kopna i jakih vetrova. Jesenji meseci su topliji od prolećnih. Prosečna temperatura prolećnih meseci je 11,5˚C,a jesenjih 13,0˚C.

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

Opština zauzima površinu od 344 km², obuhvata 26 naselja i prosečna gustina naseljenosti opštine iznosi 26 st/km². Na teritoriji opštine Veliko Gradište, prema popisu stanovništva iz 2002. godine, živi 20.659 stanovnika. Sedište opštine je grad Veliko Gradište koji broji oko 6.500 stanovnika i predstavlja administrativni, privredni i kulturni centar opštine.

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).

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.

Tabela 6. Struktura zaposlenosti po sektorima delatnosti u 2009. godini

Delatnost	**Učešće u odnosu na ukupni broj zaposlenih**
Poljop.lov, šumarstvo i vodoprivreda	10,15%
Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	0,00%
Preradjivačka industrija	19,61%
Proiz. el. energije, gasa i vode	1,57%
Gradjevinarstvo	11,16%

Trgovina na veliko i malo, opravka	9,38%
Hoteli i restorani	2,27%
Saobraćaj, skladištenje i veze	5,06%
Finansijsko posredovanje	1,44%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,81%
Državna uprava i socijalno osiguranje	8,75%
Obrazovanje	16,69%
Zdravstveni i socijalni rad	12,62%
Druge komunalne, durštvene i lične usluge	0,49%
Ukupno	100%

Izvor: *Opštine u Srbiji 2010,* Republički zavod za statistiku, Beograd, 2010

U opštini Veliko Gradište, po podacima iz 2009. godine, ukupno je zaposleno 2.538 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 1025. Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Veliko Gradište, dolazimo do zaključka da najveću zaposlenost generiše prerađivačka industrija od oko 20%, zatim oblast obrazovanja približno 17%, kao i poljoprivreda, trgovina na veliko i malo, opravka, zdravstvena zaštita i socijalni rad, koji u protekle dve godine beleže približno istu stopu zaposlenosti i učešće u ukupnoj zaposlenosti sa oko 10% na nivou opštine Veliko Gradište. Hoteli i restorani učestvuju sa 2,27% u ukupnoj broju zaposlenih.

3.2. Pregled turističkih resursa opštine Veliko Gradište

Na teritoriji opštine Veliko Gradište najveća koncentracija turističkih resursa nalazi se u neposrednoj blizini Dunava.

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 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. Zahvaljujući snažnim pumpama, u jezeru je nivo vode stalno niži od Dunava i obezbedjuje dotok sveže vode. Na svom podzemnom putu voda se filtrira kroz brojne peščane dine što omogućuje da voda bude besprekorno čista i bistra. Da bi takva i ostala, iz nacionalnog investicionog plana, obezbedjeno je milion i 300 hiljada evra za čišćenje jezera od mulja. Srebrno jezero bogato je ribom i predstavlja pravi raj za pecaroše.

Turistička zona „Beli bagrem“ nadovezuje se na dunavsku obalu i prostire se sve do požarevačkog puta na jugu. Cela zona je obrasla mladom bagremovom šumom, a ispresecana je livadama i poljoprivrednim površinama, kao i većim brojem kanala.

Staro jezgro Velikog Gradišta obuhvata Staru Gradištansku čaršiju**,** gde 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.

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 u neposrednoj blizini okružena privatnim stambenim objektima.

Na području opštine nalaze se dva poznatija **izletišta.**

Brdo Gorica se nalazi nizvodno od sela Ram. Prekriveno je listopadnom i četinarskom šumom. Na severnoj i istočnoj strani brda postoji više neuređenih i neoznačenih vidikovaca, sa kojih se pruža pogled na Dunav, Vojvodinu i Rumuniju. Na jugoistočnoj strani brda postoji poletište za paraglajdere.

Izletište Jaz smešteno je 1km uzvodno od ušća Peka u Dunav. Uređeno je za potrebe kupača. 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 ostalih turističkih atrakcija treba pomenuti **Ostrvo** koje predstavlja veliku rečnu adu koja se nalazi između Dunava i Srebrnog jezera, i **Adu Čibukliju** – rečno ostrvo na Dunavu u neposrednoj blizini sela Ram. Ada Čibukljija je, zapravo, središte jedne šire zone zimujućih ptica koja se prostire od ušća Velike Morave u Dunav do Golupca. Trenutno, Ada Čibuklija predstavlja veliki potencijal za fotosafari, a 2006. godine je proglašena rezervatom prirode.

Najvažniji sakralni objekti su **Manastir Nimnik** (Marijanski manastir), koji se nalazi na 2km od sela Kurjače i posvećen je prazniku prenosa moštiju svetog oca Nikolaja, i **Crkva sv.Arhangela Gavrila**, koja je smeštena centru Velikog Gradišta i datira iz iz XIX veka.

Na području opštine veliko Gradište postoji **lovište** “Ramski rit“.Lovištem gazduje Lovačko udruženje „Golub“, koje poseduje lovački dom površine 200 m2 i lovački kuću od 50 m2 sa pola hektara zemlje.

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

3.3. Tržišna analiza opštine Veliko Gradište

Najveći deo smeštajnih kapaciteta opštine Veliko Gradište nalazi se u području oko Srebrnog jezera. Samo mali broj objekata za smeštaj turista je lociran u samom gradu. Na teritoriji opštine Veliko Gradište od smeštajnih kapaciteta postoje hotel “Srebrno jezero” sa 240 ležajeva, vila “Lago” sa 41 ležajem, motel “Kod Brke” sa 25 ležajeva, “Madera” sa 17 ležajeva, i kamp na Srebrnom jezeru.

Hotel "Srebrno jezero" je hotel koji je kategorisan sa 3 zvezdice i nalazi se na samoj obali jezera. U hotel dolaze sportisti na pripreme, školska deca na nastavu u prirodi, turisti na odmor i vikend. Održavaju se seminari i savetovanja.

Tabela 7. Ukupni smeštajni kapaciteti u Opštini Veliko Gradište za 2009. god.

Lokacija	Broj tur. objekata	Broj soba	Broj ležaja		
			Ukupno	Stalni	Pomoćni
Srebrno jezero	75	363	943	915	28
Veliko Gradište	3	22	58	50	8
Ukupno	**78**	**389**	**1001**	**965**	**36**

Izvor: Turistička organizacija opštine Veliko Gradište

Iz tabele se može videti da je ukupan broj ležaja za smeštaj turista u opštini Veliko Gradište u 2009. godini iznosio 1001. Novije podatke nije bilo moguće dobiti od nadležnih ustanova.

Na području opštine Veliko Gradište je u 2010. godini ostvareno 9236 dolazaka turista, po osnovu čega je realizovano 18819 noćenja. Prosečna dužina boravka turista bila je 1,8 dana. Ukupno ostvaren turistički promet u periodu od 1998. do 2010. godine prikazan je u sledećim tabelama.

Tabela 8. Broj dolazaka stranih i domaćih turista u opštini Veliko Gradište u periodu 1998 – 2008. godine

Godina	Broj dolazaka domaćih turista	Broj dolazaka stranih turista	Ukupan broj dolazaka turista
1998.	5187	75	5262
1999.	4729	25	4754
2000.	6096	84	6180
2001.	6082	50	6132
2002.	8663	184	8847
2003.	7818	111	7929
2004.	9662	155	9817
2005.	9683	236	9919
2006.	7818	111	7929
2007.	17053	330	17383
2008.[14]	20582	973	21555
2009.	14967	817	15784
2010.	8978	258	9236

Izvor: Republički zavod za statistiku

Relativno učešće ukupnog broja dolazaka turista u opštini Veliko Gradište u ukupnom broju dolazaka u Srbiju u 2010. godini iznosi svega 0,46 %, dok je relativno učešće u broju noćenja još manje i iznosi 0,29 %.

Tabela 9. Ostvarena noćenja domaćih i stranih turista u opštini Veliko Gradište u periodu 1998 – 2010. godine

Godina	Broj noćenja domaćih turista	Broj noćenja stranih turista	Ukupan broj noćenja turista	Prosečan broj noćenja domaćih turista	Prosečan broj noćenja stranih turista	Prosečan broj noćenja turista
1998.	31373	144	31517	6,0	1,9	6,0
1999.	21278	70	21348	4,5	2,8	4,5
2000.	27830	226	28056	4,6	2,7	4,5
2001.	27610	147	27757	4,5	2,9	4,5
2002.	26935	443	27378	3,1	2,4	3,1

[14] Podaci za 2008. godinu dobijeni su od odseka Republičkog zavoda za statistiku u Smederevu, čijoj nadležnosti pripada opština Veliko Gradište

2003.	25126	257	25383	3,2	2,3	3,2
2004.	30419	257	30676	3,1	1,7	3,1
2005.	32926	376	33302	3,4	1,6	3,4
2006.	25126	257	25383	3,2	2,3	3,2
2007.	31027	572	31599	1,8	1,7	1,8
2008.*	37849	1314	39163	1,8	1,4	1,8
2009.	29220	1162	30382	2,0	1,4	1,9
2010.	18360	459	18819	2,0	1,8	2,0

Izvor: Republički zavod za statistiku

Najveći deo turističkog prometa opštine se ostvaruje po osnovu domaćeg turizma. Učešće domaćih turista u ukupnom broju turista se kreće preko 90%. Relativno učešće inostranog turističkog prometa je skromno. Ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2010. godini je bio 258, što predstavlja 2,79% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj noćenja bio 459, što predstavlja 2,44% od ukupnog broja noćenja.

Ne postoje zvanični podaci o prosečnoj ni ukupnoj potrošnji turista koji su posetili opštinu Veliko Gradište. Ta podatke ne poseduju ni opština Veliko Gradište, ni Turistička organizacija opštine Veliko Gradište, kao ni druge nadležne organizacije ni ustanove poput Turističke organizacije Srbije i Republičkog zavoda za statistiku.

4. Prostorna i tržišna analiza opštine Golubac

4.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Golubac

Opština Golubac nalazi se u severoističnom delu Srbije i Braničevskog okruga. Važna karakteristika geografskog položaja ove opštine jeste da se nalazi u kontaktnoj zoni jugoistočnog obodnog dela Panonskog basena i Karpatskog planinskog sistema, odnosno na obali reke Dunav kod ulaska u Đerdapsku klisuru. Istočni delovi opštine predstavljeni su 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 nadmorske visine i Šomrda 735 m nadmorske visine).

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.

Zapadni deo opštine predstavlja prostor vrlo složeneog **reljefa** - dolina Peka, delovi Požeženske peščare i blago zatalsano pobrđe. U istočnom delu opštine preovladavaju brdsko-planinski tereni.

Najprepoznatljiviji 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 klisura Gosođin vir, prepuna podvodnih stena i džinovskih lonaca u kojima su izmerene najveće dubine Dunava.

Teritoriju opštine Golubac zapljuskuje velik broj rečnih tokova. Golupcu pripada i 40 km desne obale Dunava u koji se na ovom prostoru ulivaju Tumanska reka, Brnjica, Čezava, Dobra i Kozica. Drugi po veličini tok na teritoriji opštine je reka Pek, ali ona kroz opštinu protiče samo jednim manjim, zapadnim delom njene teritorije.

Klima opštine Golubac je umereno-kontinentalna, sa srednjom godišnjom temperaturom vazduha od oko 11°C. Januar je 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.

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. Za drumski saobraćaj u opštini značajana su još tri regionalna pravca: R108 Braničevo – Lješnica dolinom Peka, R256 Golubac - Turija i R108a Golubac – Maleševo - Zelenik.

Rečni saobraćaj na teritoriji opštine ima veliki potencijal zahvaljujući plovnom putu Dunava. Komparativne analize velikih rečnih plovnih sistema Evrope (Dunava, Volge, Rajne i Elbe) pokazale su da je Dunav potencijalno najisplativiji saobraćajni pravac.

Železnički saobraćaj na teritoriji opštine Golubac nije razvijen.

Kad je u pitanju vazdušni saobraćaj, najbliži aerodrom je „Nikola Tesla“ u Beogradu.

Opština Golubac prostire se na površini od 368 km2 sa prosečnom gustinom naseljenosti od 24 st/km2 i obuhvata 24 naselja. Prirodni priraštaj je negativan i iznosi čak -11,2% o.

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.

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.

Tabela 10. Struktura zaposlenosti po sektorima delatnosti u 2009. godini

Delatnost	**Učešće u odnosu na ukupni broj zaposlenih**
Poljop.lov, šumarstvo i vodoprivreda	13,10%
Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	12,77%
Preradjivačka industrija	10,01%
Proiz. el. energije, gasa i vode	7,38%
Gradjevinarstvo	0,00%
Trgovina na veliko i malo, opravka	10,32%
Hoteli i restorani	4,14%
Saobraćaj, skladištenje i veze	2,91%
Finansijsko posredovanje	0,00%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	1,21%
Državna uprava i socijalno osiguranje	7,84%
Obrazovanje	17,26%
Zdravstveni i socijalni rad	10,92%
Druge komunalne, durštvene i lične usluge	2,14%
Ukupno	100%

Izvor: *Opštine u Srbiji 2010,* Republički zavod za statistiku, Beograd, 2010.

Po podacima sa kraja 2009. godine, u opštini Golubac ukupno je zaposleno 1024 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 533.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Golubac za 2009. godinu (tabela 3.), dolazi se do zaključka da najveću zaposlenost generiše obrazovanje, oko 17%, a zatim oblast poljoprivrede, lova, šumarstva i vodoprivrede i vadjenje ruda i kamena koje protekle godine beleže približno istu stopu zaposlenosti i

učešće u ukupnoj zaposlenosti od oko 13% na nivou opštine Golubac. Hoteli i restorani imaju učešće od 4,14% u ukupnoj zaposlenosti u Golupcu.

4.2. Pregled turističkih resursa opštine Golubac

Na teritoriji opštine Golubac najveća koncentracija turističkih resursa je uz priobalje Dunava.

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 velelepna Golubačka klisura dužine 13,5 km sa strmim stenovitim stranama i do 300 m visine iznad nivoa reke.

Golubačka 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. Golubačka tvrđava zaštićena je i proglašena za nepokretno kulturno dobro od izuzetnog značaja.

Od Golubačke tvrđave počinje Nacionalni park „Đerdap“ i strogi rezervat prirode „Golubački grad“.

Golubac je 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. 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 su 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). 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.

Turistička atrakcija koju takođe treba pomenuti je **Čezava.** To je lokalitet potopljenog kulturnog dobra koji se nalazi 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.

Važan turistički resurs su i **pešačke staze – „Staze zdravlja“.**

Kanjon Brnjičke reke je staza dugačka 21 km. Njenu atraktivnost ističe kanjon Brnjičke reke, čije se strane uzdižu i do 300 m visine. Brojni su slapovi i virovi pored kojih se prolazi. Naselje Rakovica kroz koje prolazi staza 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 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.

Od sakralnih objekata treba pomenuti **manastir Tuman** koji se nalazi 10 km južno od Golupca i posvećen je Sv. Arhangelu Gavrilu, i **crkvu Svetog Stefana Prvovenčanog** u selu Dobra.

Na području opštine Golubac postoje dva **lovišta**. To su lovište "Tumanska reka'' kojim upravlja Lovačko udruženje „Golubac" i lovište ''Lipovača''.

Ribolovna područja prostiru se celom dužinom obale Dunava, mada sama opština Golubac nema ribolovački klub.

4.3. Tržišna analiza opštine Golubac

Struktura smeštajnih kapaciteta u opštini Golubac je raspodeljena tako da u njoj dominiraju određene vrste smeštajnih kapaciteta, dok su pojedine vrste smeštajnih kapaciteta veoma malo, ili nisu uopšte zastupljene.

Opština Golubac raspolaže smeštajnim kapacitetima u hotelu ''Golubački grad'' u Golupcu, kao i privatnim smeštajem na području grada Golupca i u naseljima Dobra, Vinci i Ridan.

Tabela 11. Struktura smeštajnih kapaciteta opštine Golubac za 2012. godinu.

Delovi opštine Golubac	Broj ležajeva	
	Hoteli	Privatni smeštaj
Grad	130	40
Sela	0	109
Ukupno	130	149

Izvor: Turistička organizacija opštine Golubac

Hotel "Golubački grad" je kategorisan sa dve zvezdice. Hotel raspolaže jednokrevetnim, dvokrevetnim sobama i apartmanima. Pored hotela se nalazi uređeni kej dužine 2 km sa koga se pruža pogled na golubačko jezero širine 8km i na golubačku tvrđavu.

Tabela 12. Kategorizacija smeštajnih kapaciteta opštine Golubac za 2012. godinu.

Kategorija	Broj objekata	Broj ležaja
4.(*)	4	43
3.(**)	2	18
2.(***)	3	20
1.(****)	6	68

Izvor: Turistička organizacija opštine Golubac

Na osnovu tabele 12. može se videti da je kvalitet smeštajnih kapaciteta u privatnom smeštaju relativno dobar, s obzirom da se 45% ležajeva nalazi u objektima najviše kategorije.

Po podacima Turističke organizacije opštine Golubac za 2012. godinu, povećao se broj kategorisanih objekata u domaćoj radinosti i sada njihov broj iznosi 21. Njihov ukupni kapacitet sada iznosi 177 ležaja. Iz ovoga se može zaključiti da ukupan broj ležaja za smeštaj turista u Golupcu po poslednjim podacima iznosi 307.

Na području opštine Golubac je u 2010. godini ostvareno 5323 dolazaka turista, po osnovu čega je realizovano 8061 noćenja. Prosečna dužina boravka turista

bila je 1,5 dana. Ukupno ostvaren turistički promet u periodu od 1998. do 2010. godine prikazan je u sledećim tabelama.

Tabela 13. Broj dolazaka stranih i domaćih turista u opštini Golubac u periodu 1998 – 2010. godine

Godina	Broj dolazaka domaćih turista	Broj dolazaka stranih turista	Ukupan broj dolazaka turista
1998.	6116	161	6277
1999.	4909	37	4946
2000.	5915	118	6033
2001.	6990	80	7070
2002.	5356	244	5600
2003.	4320	210	4530
2004.	3721	284	4005
2005.	5145	241	5386
2006.	4320	210	4530
2007.	4305	295	4600
2008.[15]	7489	747	8236
2009.	4119	699	4818
2010.	4879	444	5323

Izvor: Republički zavod za statistiku

Relativno učešće ukupnog broja dolazaka turista u opštini Golubac u ukupnom broju dolazaka u Srbiju u 2010. godini iznosi svega 0,24%, dok je relativno učešće u broju noćenja još manje i iznosi 0,13 %.

Tabela 14. Ostvarena noćenja domaćih i stranih turista u opštini Golubac u periodu 1998 – 2010. godine

Godina	Broj noćenja domaćih turista	Broj noćenja stranih turista	Ukupan broj noćenja turista	Prosečan broj noćenja domaćih turista	Prosečan broj noćenja stranih turista	Prosečan broj noćenja turista
1998.	9117	260	9377	1,5	1,6	1,5
1999.	8082	94	8176	1,6	2,5	1,7
2000.	9946	134	10080	1,7	1,1	1,7
2001.	11939	159	12098	1,7	2,0	1,7
2002.	8794	550	9344	1,6	2,3	1,7
2003.	7589	314	7903	1,8	1,5	1,7
2004.	5740	347	6087	1,5	1,2	1,5
2005.	6836	715	7551	1,3	3,0	1,4
2006.	7589	314	7903	1,8	1,5	1,7
2007.	7296	375	7671	1,7	1,3	1,7
2008.*	12225	1126	13351	1,6	1,5	1,6
2009.	6711	979	7690	1,6	1,4	1,6
2010.	7513	548	8061	1,5	1,2	1,5

Izvor: Republički zavod za statistiku

[15] Podaci za 2008. godinu dobijeni su od odseka Republičkog zavoda za statistiku u Smederevu, čijoj nadležnosti pripada opština Veliko Gradište

Najveći deo turističkog prometa opštine se ostvaruje po osnovu domaćeg turizma. Učešće domaćih turista u ukupnom broju turista se kreće preko 90%. Relativno učešće inostranog turističkog prometa je skromno. Ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2010. godini je bio 444, što predstavlja 3,34% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj noćenja bio 548, što predstavlja 6,8% od ukupnog broja noćenja.

Ne postoje zvanični podaci o prosečnoj ni ukupnoj potrošnji turista koji su posetili opštinu Golubac. Ta podatke ne poseduju ni opština Golubac, ni Turistička organizacija opštine Golubac, kao ni druge nadležne organizacije ni ustanove poput Turističke organizacije Srbije i Republičkog zavoda za statistiku.

5. Prostorna i tržišna analiza opštine Majdanpek

5.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Majdanpek

Opština Majdanpek nalazi se u severoistočnom delu centralne Srbije, u vodotoku tri reke: Dunava, Peka i Porečke reke, 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.

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.

Teritorija opštine Majdanpek je pretežno brdsko-planinska, gde su najupečatljiviji 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 Gospođin vir, Donjomilanovačkom kotlinom (dužine 19 km, gde širina jezera dostiže 2 km) i zapadnim delom klisure Veliki Kazan, kanjon Boljetinske reke i kanjon reke Gradašnice.

Krečnjački sastav planina stvorio je predispozicije za formiranje površinskih i podzemnih oblika kraškog reljefa: Rajkova pećina 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.

Dunav je najznačajniji tok na području opštine Majdanpek i teče severnom granicom u dužini od 54 km. Od drugih hidroloških resursa vredno je pomenuti Porečku reku, Zlaticu, Boljetinsku reku, Pek, manja jezera Balta Alušontu (ili Zlatno jezero), jezero Kazanskog potoka, jezero Veliki zaton i brojne izvore na teritoriji Nacionalnog parka.

Računajući i zaštitinu zonu Nacionalnog parka, ukupna površina zaštićenih oblasti na teritoriji opštine Majdanpek iznosi 636km2.

Klima opštine Majdanpek je umereno-kontinentalna sa naznakama mikroklime 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. 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. Padavine su obilnije nego u susednim oblastima i prosečno iznose 786 mm godišnje.

Opština Majdanpek je povezana 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.

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.

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, a najbliži aerodrom je „Konstantin“ u Nišu na 180km udaljenosti.

Opština Majdanpek prostire se na površini od 932 km2 i ima gustinu naseljenosti od svega 24 st/km2. Obuhvata 14 naselja. Na teritoriji opštine Majdanpek živi 23.703 stanovnika. Prirodni priraštaj je negativan i iznosi -6,7%.

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.

Privreda Majdanpeka ostvaruje rezultate ispod proseka Republike. 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.

Tabela 15. Struktura zaposlenosti po sektorima delatnosti u 2009. godini

Delatnost	**Učešće u odnosu na ukupni broj zaposlenih**
Poljop.lov, šumarstvo i vodoprivreda	1,92%

Ribarstvo	0,00%
Vadjenje ruda i kamena	26,73%
Preradjivačka industrija	27,65%
Proiz. el. energije, gasa i vode	5,08%
Gradjevinarstvo	1,07%
Trgovina na veliko i malo, opravka	2,13%
Hoteli i restorani	2,52%
Saobraćaj, skladištenje i veze	2,68%
Finansijsko posredovanje	0,52%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,62%
Državna uprava i socijalno osiguranje	5,35%
Obrazovanje	9,76%
Zdravstveni i socijalni rad	9,75%
Druge komunalne, durštvene i lične usluge	4,22%
Ukupno	100%

Izvor: *Opštine u Srbiji 2010,* Republički zavod za statistiku, Beograd, 2010.

U opštini Majdanpek ukupno je zaposleno 5355 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 2103.

Na osnovu analize zaposlenosti po sektorima delatnosti u opštini Majdanpek (tabela 4.) dolazi se do zaključka da najveću zaposlenost generiše prerađivačka industrija sa oko 28%, zatim oblast vađenje ruda i kamena koja u ukupnoj zaposlenosti zauzima oko 27%, dok su ostale delatnosti ispod 10% učešća u zaposlenosti na nivou opštine Majdanpek. Hoteli i restorani imaju učešće od 2,52% u ukupnoj zaposlenosti prema zvaničnoj statistici, ali je navedeni pokazatelj potcenjen s obzirom na prisustvo sive ekonomije.

5.2. Pregled turističkih resursa opštine Majdanpek

Turistički resursi opštine Majdanpek su najviše skoncentrisani u zoni dunavskog priobalja i Nacinalnog parka „Đerdap“ i u zoni grada Majdanpeka i njegove šire okoline.

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, tako da postoje povoljni uslovi za jednostavno pristajne brodova, ali i aktivnosti na vodi.

Donji Milanovac – nalazi se na samoj obali Dunava i nastao je nakon izgradnje HE „Đerdap I“.Danas je Donji Milanovac atraktivan grad i potencijalni turistički centar, smešten u „srcu“ Nacionalnog parka i Đerdapske klisure.

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. 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.

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.). Smešten je na plovnom putu, odnosno delu Koridora 7, Rajna – Majna – Dunav – Crno More, a celo područje bogato je prirodnim i kulturno-

istorijskim znamenitostima. „Lepenski vir“ predstavlja jedno od najznačajnijih arheoloških lokaliteta u Evropi. To je jedinstvena spomenička celina koja se sastoji od dislociranih stambenih i
kulturnih objekata-naselja praistorijskih ljudi. Nad arheološkim nalazištem podignuta je zaštitna konstrukcija, a izgrađeni su centar za posetioce, etnoselo, pešačke staze i parking.
Lepenski Vir je kulturno dobro od izuzetnog značaja, pa pored dosadašnjih radova zaslužuje i izgradnju planiranih novih objekata – naučno-istraživačkog centra sa smeštajnim kapacitetima, pristaništa za brodove, jahte i čamce, kao i plaže, bazena, restorana i uređenog parka.

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. 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.

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.

Na **arheološkom lokalitetu “Okno”** kod sela Rudna Glava, stručnjaci Muzeja rudarstva i metalurgije iz Bora i Arheološkog instituta SANU u Beogradu, otkrili su 1968. godine tragove praistorijskog rudnika starog oko 6000 godina. Po brojnosti i očuvanju arheoloških nalaza, ovaj lokalitet je jedinstven u svetu. Zbog svoje velike naučne vrednosti proglašen je za kulturno dobro od izuzetnog značaja.
U području Miroč planine nalazi se **selo Miroč** koje predstavlja predeonu i etno ambijentalnu celinu. 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).

Rajkova pećina, izuzetno značajna speleološka, geomorfološka i turistička retkost i atrakcija, nalazi se na samo tri kilometara od Majdanpeka, na izvorištu reke Mali Pek. Po svojim speleološkim karakteristikama, posebno po vrsti i kvalitetu i izgledu pećinskog nakita (snežno beli, iskričavi, koralni), po hidrološkim i klimatskim osobinama, Rajkova pećina je najveće otkriće i jedinstvena pojava u krasu Balkana. U pećini je konstantna temperatura 8°C i vlažnost vazduha je 100%.

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. Ovoj mreži pripadaju staze **Bosman – Sokolovac , Košo brdo - Čoka Njalta, Ciganski potok - Šomrdski kamen, Kanjon Boljetinske reke – Greben, Jezero Baltu Alušontu – Glavica, Pećina Gradašnica, Buronov ponor i Veliki i Mali Štrbac.**

Lokalna **izletišta** Majdanpeka su planina Starica (705 m nv) u neposrednoj okolini grada Majdanpeka (na udaljenosti od 2km) koja je 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, i jezero Veliki zaton**,** akumulaciono jezero izgrađeno 1973. godine radi vodosnabdevanja grada Majdanpeka, koje se nalazi u samom podnožju planine Starice.

Lovišta na području opštine Majdanpek su lovište "Đerdap" kojim gazduje JP Nacionalni park „Đerdap" sa sedištem u Donjem Milanovcu i lovište LU "SRNA" Majdanpek koje se zove još i "Todorova reka".

Ribolovno područje na teritoriji opštine Majdanpek je sastavni deo velikog ribolovnog područja u okviru Nacionalnog parka „Đerdap".

5.3. Tržišna analiza opštine Majdanpek

Struktura smeštajnih kapaciteta u opštini Majdanpek je raspodjeljena tako da u njoj dominira hotelski smeštaj. Ostale vrste smeštajnih kapaciteta, poput one u domaćoj radinosti, su manje zastupljene.

Tabela 16. Promene u strukturi smeštajnih kapaciteta opštine Majdanpek u periodu 2006 – 2012. godine.

Godina	Broj hotela	Broj kategorisanih objekata u domaćoj radinosti	Broj ležajeva u hotelima	Broj ležajeva u objektima domaće radinosti
2006.	2	0	570	0
2007.	2	10	570	49
2008.	2	27	570	109
2012.	2	42	520	213

Izvor: Turistički info centar opštine Donji Milanovac

Postoje dva hotela na opštini Majdanpek. To su hoteli "Lepenski Vir" koji je kategorisan sa tri zvezdice i koji raspolaže sa 500 ležajeva i hotel "Golden Inn" koji takođe ima tri zvezdice i raspolaže sa 70 ležajeva.

Hotel "Lepenski Vir" je najveći smeštajni objekat na području Donjeg Podunavlja. U hotelu je renovirano 28 soba i 2 apartmana koji sada pružaju potpuni komfor. Preuređena su kupatila i renoviran je nameštaj. Sve sobe imaju TV sa satelitskim programom, mini bar, WC i balkon. U sklopu hotela je bazen sa pratećim sadržajima kao što su teretana, sauna, stoni tenis itd. Hotel okružuju sportski tereni za: fudbal (četri travnata terena), mali fudbal, tenis, košarku i odbojku.

Hotel "Golden Inn" je obnovljeni, nekadašnji hotel Kasina. Strukturu smeštaja čini sedam apartmana, sedam luksuzno opremljenih soba sa satelitskom televizijom, mini barom, klima-uređajem, dvanaest dvokrevetnih soba, deset trokrevetnih i dve četvorokrevetne sobe, sve sa kupatilom, terasom ili balkonom. U sastavu hotela su restoran sa 300 mesta, sale "banket" i "prezident", konferencijska sala, kafe-bar i kasino-klub.

Smeštaj u domaćoj radinosti je veoma raznovrstan (sobe, apartmani, kuće za izdavanje i seoska domaćinstva). Na teritoriji opštine postoje 42 aktivna domaćinstva sa 177 osnovnih ležajeva i 36 pomoćnih, ukupno 213.

Iz sledeće tabele može se videti struktura ugostiteljskih objekata u opštini Majdanpek.

Tabela 17. Struktura ugostiteljskih kapaciteta opštine Majdanpek u periodu 2006 -2008. godine

Godina	Broj restorana	Broj mesta u restoranima	Broj kafe barova	Broj mesta u kafe barovima
2006.	15	580+340	16	480+240
2007.	17	660+390	16	480+240
2008.	17	660+390	16	480+240

Izvor: Turistički info centar opštine Donji Milanovac

Na području opštine Majdanpek je u 2010. godini ostvareno 25980 dolazaka turista, po osnovu čega je realizovano 61140 noćenja. Prosečna dužina boravka turista bila je 2,4 dana. Ukupno ostvaren turistički promet u periodu od 1998. do 2010. godine prikazan je u sledećim tabelama.

Tabela 18. Broj dolazaka stranih i domaćih turista u opštini Majdanpek u periodu 1998 – 2010. godine

Godina	Broj dolazaka domaćih turista	Broj dolazaka stranih turista	Ukupan broj dolazaka turista
1998.	32619	905	33524
1999.	16114	535	16649
2000.	29398	522	29920
2001.	24552	502	25054
2002.	29094	1677	30771
2003.	29961	1147	31108
2004.	28516	1415	29931
2005.	28026	2069	30095
2006.	29961	1147	31108
2007.	34124	2246	36370
2008.	29673	2883	32556
2009.	23216	2666	25882
2010.	22373	3607	25980

Izvor: Republički zavod za statistiku

Relativno učešće ukupnog broja dolazaka turista u opštini Majdanpek u ukupnom broju dolazaka u Srbiju u 2010. godini iznosi svega 1,3 %, dok je relativno učešće u broju noćenja još manje i iznosi 0,95%.

Tabela 19. Ostvarena noćenja domaćih i stranih turista u opštini Negotin u periodu 1998 – 2010. godine

Godina	Broj noćenja domaćih turista	Broj noćenja stranih turista	Ukupan broj noćenja turista	Prosečan broj noćenja domaćih turista	Prosečan broj noćenja stranih turista	Prosečan broj noćenja turista
1998.	85160	2297	82863	2,5	2,5	2,5
1999.	54823	1754	56577	3,4	3,3	3,4
2000.	99395	2471	101866	3,4	4,7	3,4

2001.	60767	868	61635	2,5	1,7	2,5
2002.	56002	4874	60876	1,9	2,9	2,0
2003.	57552	2799	60351	1,9	2,4	1,9
2004.	58708	3188	61896	2,1	2,3	2,1
2005.	66778	4065	70843	2,4	2,0	2,4
2006.	57552	2799	60351	1,9	2,4	1,9
2007.	62144	4852	66996	1,8	2,2	1,8
2008.	72550	5375	77925	2,4	1,9	2,4
2009.	51836	6599	58435	2,2	2,5	2,3
2010.	52055	9085	61140	2,3	2,5	2,4

Izvor: Republički zavod za statistiku

Najveći deo turističkog prometa opštine se ostvaruje po osnovu domaćeg turizma. Učešće domaćih turista u ukupnom broju turista se kreće preko 80%. Relativno učešće inostranog turističkog prometa je skromno, ali pokazuje tendenciju rasta. Ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2010. godini je bio 3607, što predstavlja 13,88% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj noćenja bio 9085, što predstavlja 14,86% od ukupnog broja noćenja.

Ne postoje zvanični podaci o prosečnoj ni ukupnoj potrošnji turista koji su posetili opštinu Majdanpek. Ta podatke ne poseduju ni opština Majdanpek, ni Turistička organizacija opštine Majdanpek, kao ni druge nadležne organizacije ni ustanove poput Turističke organizacije Srbije i Republičkog zavoda za statistiku.

6. Prostorna i tržišna analiza opštine Kladovo

6.1. Prostorni i društveno-ekonomski položaj opštine Kladovo

Opština Kladovo se nalazi na krajnjem severoistoku Srbije i površinom od 63000 hektara zahvata oblast Ključ, koji se naziva po velikom dunavskom meandru. Osim područja Ključa, odnosno dela Vlaškopontijske 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.

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.

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 **reljef**ne celine: Donji Ključ (obuhvata 50,3% ukupne površine opštine) koga predstavljaju: nizija Ključa, dunavske terase i aluvijalna ravan Dunava, i Gornji Ključ (obuhvata 324 km2, odnosno 49,7% teritorije opštine), koji obuhvata brdsko-planinski teren planine Miroč.

Najznačajnij hidrološki resurs opštine je reka Dunav, koja kroz opštinu Kladovo protiče u dužini od 91km. 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, izvor Banjica u dolini Rečke reke i izvor Beledreje. Njihova temperatura kreće se od 17,5-19,5oC.

Klima opštine Klaovo je umereno-kontinentalana sa jasno izraženim godišnjim dobima i velikim temperaturnim amplitudama u toku godine (maksimalne temperature mogu se popeti i perko +35ºC, a minimalne mogu pasti i ispod -15ºC). 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.

Opština Kladovo ima izrazito periferan saobraćajni položaj u odnosu na glavne kopnene koridore u Republici. 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. 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, 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 i regionalni put R 104 (Kupusište – Slatina –

Donji Milanovac). Jedan od problema izgradnje saobraćajnica na teritoriji opštine Kladovo jesu pojave i klizišta.

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 Sipskog kanala, i dalje je domaći rečni saobraćaj skromnih razmera. Opština Kladovo ima pristine za putnički saobraćaj u Tekiji, Kladovu i Brzoj 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. Najbliži aerodrom je aerodrom „Konstantin“ u Nišu na 200 km udaljenosti.

Opština Kladovo prostire se na površini od 629 km2 sa srednjom gustinom naseljenosti od 23 st/km2 i obuhvata 23 naselja, od kojih je Kladovo kao administrativni i privredni centar opštine najveće sa 9.142 stanovnika. Stopa prirodnog priraštaja iznosi – 6.2%o. 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%.

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.

Tabela 20. Struktura zaposlenosti po sektorima delatnosti u 2009. godini

Delatnost	**Učešće u odnosu na ukupni broj zaposlenih**
Poljop.lov, šumarstvo i vodoprivreda	2,17%
Ribarstvo	0,31%
Vadjenje ruda i kamena	0,08%
Preradjivačka industrija	30,87%
Proiz. el. energije, gasa i vode	16,58%
Gradjevinarstvo	0,23%
Trgovina na veliko i malo, opravka	11,22%
Hoteli i restorani	1,71%
Saobraćaj, skladištenje i veze	2,66%
Finansijsko posredovanje	0,34%
Poslovi sa nekretninama, iznajmljivanje	0,66%
Državna uprava i socijalno osiguranje	6,16%
Obrazovanje	8,88%
Zdravstveni i socijalni rad	15,31%
Druge komunalne, durštvene i lične usluge	2,82%
Ukupno	100%

Izvor: *Opštine u Srbiji 2010,* Republički zavod za statistiku, Beograd, 2010.

U opštini Kladovo, po podacima sa kraja 2009. godine, ukupno je zaposleno 4027 lica, dok broj nezaposlenih iznosi 2203.

Najveću zaposlenost u opštini (tabela 5.) generiše preradjivačka industrija sa oko 31%, zatim prozvodnja električne energije i gasa sa učešćem od oko 17%, Zdravstveni i socijalni rad sa oko15%, dok su ostale delatnosti uzimaju ispod 10% učešća u zaposlenosti na nivou opštine Kladova, osim trgovine koja ima oko 11% učešća u ukupnoj zaposlenosti opštine. Hoteli i restorani učestvuju sa 1,78% u ukupnom broju zaposlenih.

6.2. Pregled turističkih resursa opštine Kladovo

Turistički resursi na teritoriji opštine Kladovo skoncentrisani su u dosta uskoj zoni dunavskog priobalja i prate tok Dunava.

Dunav i Đerdapska klisura predstavljaju najznačjaniji resurs opštine Kladovo. Đerdapska klisura se završava na teritoriji ove opštine (deo Velikog Kazana, klisura Mali
kazan, Oršavska kotlina i Sipska klisura). 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. Strmestrane ove klisure mestimično se uzdižu i preko 300 m iznad reke, a širina reke na tim sektorima dostiže 150-200 m. 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 pejsažu. Sapotapanjem Stare Tekije, potopljeni su i brojni antički lokaliteti koji su govorili o burnoj prošlosti ovog naselja (rimska tvrđava Transdierna). 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 bućka" – „ lov soma na bućku".

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.

Diana-Zaves predstavlja rimsko i ranovizantijsko utvrđenje 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. Utvrđenje Diana opasuju bedemi četvorougaonog 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 izgradnjiom HE „Đerdap I").

Fetislam je kladovska tvrđava (srednjovekovna otomanska tvrđava) koja datira iz XII veka, a obnovljena je od strane Turaka u XIV veku. 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.

Starogradska arhitektura ambijentalne celine **starog gradskog jezgra Kladova** naslanja se 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. 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. Šetalištem pored Dunava, od starog gradskog jezgra može se doći do hotela „Đerdap" i novijeg elegantnog hotela Aquastar Danube, 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. 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.

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.

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 opšine Kladovo iz pravca zapada. Oba objekta se koriste: jedan kao likovna i vajarska Galerija zatvorenog tipa (akademskog slikara Radisava Trkulje), a drugi, kao restoran-vidikovac sa koga se može krenuti u razgledanje Trajanove table.

Turističke atrakcije opštine Kladovo su i tvrđave **Fort Elizabet–Đevrin** - srednjovekovna tvrđava koja datira iz XVIII veka i nalazi se 5km nizvodno od Tekije (naspram ostrva Adakale), i **Rtkovo** - kasnoantička tvrđava – burgus koja datira iz IV veka i nalazi se 2km od sela Rtkovo.

Od sakralnih objekata treba pomenuti **manastir sv.Trojice** u selu Manastirica, **crkvu sv.Đorđa** iz XVIII veka u Kladovu i **crkvu u Korbovu** (zadužbina porodice Karađorđević).

6.3. Tržišna analiza opštine Kladovo

Najvažniji smeštajni kapaciteti u Kladovu su hoteli. Ostale vrste smeštaja su vrlo malo ili nisu uopšte zastupljene. Kada je u pitanju privatni smeštaj, njegova kategorizacija, kao i registracija i prebrojavanje kapaciteta su u toku.[16]

Hotel "Aquastar Danube", koji je otvoren u septembru 2008. godine kategorisan je sa 4 zvezdice. Gostima su na raspolaganju dva restorana, dva kafe bara, koktel terasa sa pogledom na plažu i Dunav, zatvoreni bazen sa slanom vodom, saune, đakuzi, aroma terapija, fitness centar, masažeri, fizikalna terapija i još mnogo toga.[17] Hotel poseduje 14 jednokrevetnih soba, 31 dvokrevetnu sobu, 6 studio apartmana i 4 lux apartmana.[18] Ovo je hotel najviše kategorije na području Donjeg Podunavlja.

[16] Zvanični podatak Turističke organizacije Opštine Kladovo
[17] www.ekapija.com/website/sr/page/274608 (pregledano 23.12.2009.)
[18] www.odmornadunavu.rs/index-1.html (pregledano 23.12.2009.)

Hotel „Đerdap'' je lociran na samoj obali Dunava, u centru Kladova. Sa svojih osam spratova dominira gradom, pružajući gostima pogled na reku i susednu Rumuniju. Nedavno je kompletno renoviran sedmi i osmi sprat hotela.

Tabela 21. Broj ležaja i kategorizacija hotela opštine Kladovo

Hotel	Broj ležaja	Kategorija
''Đerdap''	330	3*
''Aquastar Danube''	106	4*

Izvor: Turistička organizacija opštine Kladovo

Kao što se može videti iz tabele 21, ukupan broj ležaja za smeštaj turista u Kladovu u hotelima iznosi 436.

Na području opštine Kladovo je u 2010. godini ostvareno 30542 dolazaka turista, po osnovu čega je realizovano 85855 noćenja. Prosečna dužina boravka turista bila je 2,8 dana. Ukupno ostvaren turistički promet u periodu od 1998. do 2010. godine prikazan je u sledećim tabelama.

Tabela 22. Broj dolazaka stranih i domaćih turista u opštini Kladovo u periodu 1998 – 2010. godine

Godina	Broj dolazaka domaćih turista	Broj dolazaka stranih turista	Ukupan broj dolazaka turista
1998.	20761	472	21233
1999.	7782	122	7904
2000.	24588	237	24825
2001.	28047	363	28410
2002.	30439	458	30897
2003.	24332	711	25043
2004.	23114	948	24062
2005.	21849	1334	23183
2006.	24332	711	25043
2007.	20411	2106	22517
2008.	21592	1528	23120
2009.	24741	2458	27119
2010.	28158	2384	30542

Izvor: Republički zavod za statistiku

Relativno učešće ukupnog broja dolazaka turista u opštini Kladovo u ukupnom broju dolazaka u Srbiju u 2010. godini iznosi svega 1,53 %, dok je relativno učešće u broju noćenja još manje i iznosi 1,34 %.

Tabela 23. Ostvarena noćenja domaćih i stranih turista u opštini Negotin u periodu 1997 – 2010. godine

Godina	Broj noćenja domaćih turista	Broj noćenja stranih turista	Ukupan broj noćenja turista	Prosečan broj noćenja domaćih turista	Prosečan broj noćenja stranih turista	Prosečan broj noćenja turista
1998.	38003	1064	39067	1,8	2,3	1,8
1999.	21832	418	22250	2,8	3,4	2,8
2000.	67823	600	68423	2,8	2,5	2,8
2001.	71316	958	72274	2,5	2,6	2,5
2002.	60402	1095	61497	2,0	2,4	2,0
2003.	56335	2043	58378	2,3	2,9	2,3
2004.	58970	2788	61758	2,6	2,9	2,6
2005.	51626	4201	55827	2,4	3,1	2,4
2006.	56335	2043	58378	2,3	2,9	2,3
2007.	51357	5945	57302	2,5	2,8	2,5
2008.	42717	3196	45913	2,0	2,1	2,0
2009.	64596	4531	69127	2,6	1,8	2,5
2010.	80310	5545	85855	2,9	2,3	2,8

Izvor: Republički zavod za statistiku

Najveći deo turističkog prometa opštine se ostvaruje po osnovu domaćeg turizma. Učešće domaćih turista u ukupnom broju turista se kreće preko 90%. Relativno učešće inostranog turističkog prometa je skromno. Ukupan broj dolazaka inostranih turista u 2010. godini je bio 2384, što predstavlja 7,8% od ukupnog broja dolazaka, dok je broj noćenja bio 5545, što predstavlja 6,46% od ukupnog broja noćenja.

Ne postoje zvanični podaci o prosečnoj ni ukupnoj potrošnji turista koji su posetili opštinu Kladovo. Ta podatke ne poseduju ni opština Kladovo, ni Turistička organizacija opštine Kladovo, kao ni druge nadležne organizacije ni ustanove poput Turističke organizacije Srbije i Republičkog zavoda za statistiku.

7. Nacionalni park "Đerdap" kao resurs od posebnog značaja

Zbog svog velikog značaja, kako za područje Donjeg Podunavlja, tako i za čitavu Srbiju, nacionalni park “Đerdap” je posebno izdvojen, da bi se o njemu, kao o celini, reklo još par reči i dopunilo ono što nije pomenuto prilikom analiza turističkih resursa opština čijim područjima ovaj nacionalni park pripada.

Nacionalni park “Đerdap” se nalazi u jugoistočnom delu Evrope, u severoistočnoj Srbiji, na samoj granici sa Rumunijom. Smešten je uz desnu obalu Dunava. Ovo područje proglašeno je za nacionalni park 1974. godine.Dužina parka je preko 100 km, a najveća širina dostiže do 6 km. 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 obuhvata delove tri opštine: Golubac, Majdanpek i Kladovo, pri čemu predstavlja najveći nacionalni park u Srbiji. Ukupna površina nacionalnog parka je 63.608 hektara, dok je zaštićenom zonom obuhvaćeno 93.968 hektara. Na području opštine Golubac nalazi se 18116,55 ha, opštine Majdanpek 29467,15 ha i opštine Kladovo 16024,75 ha nacionalnog parka.. Zaštitna zona se prostire u već navedenim opštinama (Golubac, Majdanpek i Kladova), ali i na teritoriji opština Kučevo i Negotin.

Slika 8: Geografski položaj Nacionalnog parka „Đerdap“



Izvor: http://blogoye.net/tdsrbije/24205/Nacionalni+park+%D0erdap.html (pregledano 12.09.2010.)

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.

Osnovni prirodni fenomen ovog područja je grandiozna Đerdapska klisura kroz koju protiče reka Dunav.

Nacionalni park "Đerdap" osim Đerdapske klisure i Golubačke tvrđave, obuhvata i planinske predele bogate retkim biljnim vrstama (od kojih mnoge izuzetno retke), brojnim vrstama divljači (orlovi, sokolovi, medvedi, vukovi, šakali,

divokoze...), brojne kulturno-istorijske spomenike i 11 vidikovaca visine preko 500 metara.

U sklopu parka postoje tri kanjonsko-klisurske doline: Golubačka (duga 14,4 km i na najužim delovima široka 230 metara), Gospođin vir (dužine 15 km i najmanje širine 220 metara) i Kanjon Velikog i Malog kazana (dug 19 km, najmanje širok 150 metara). Veliki i Mali kazan su najuži, najviši i, samim tim, najatraktivniji delovi Đerdapske klisure. Na nekim mestima stene se dižu na 300 metara iznad Dunava, a sve to na širini od 150 do 200 metara.

Na osnovu nacionalnih propisa iz oblasti zaštite prirode, međunarodnih konvencija i programa i drugih dokumenta, prirodne vrednosti na području Prostornog plana područja posebne namene Nacionalnog "Parka Đerdap" stekle su status zaštićenih prirodnih dobara, kao zaštićena područja i zaštićene vrste divlje flore i faune, i/ili status područja i vrsta od međunarodnog značaja za zaštitu prirode.

Zaštićena područja su:[19]

1) Nacionalni park „Đerdap", površine oko 63.608 ha, na teritoriji opština Golubac, Majdapek i Kladovo, proglašen prvi put posebnim zakonom 1974. godine, zatim novim zakonom 1983. godine kada su utvrđene njegove granice, i Zakonom o nacionalnim parkovima 1993. godine, kojim su potvrđene i detaljno opisane ranije granice i zasnovan sadašnji sistem upravljanja tim područjem;
2) Spomenik prirode „Vratna", okvirne površine 3 ha, opština Negotin, obuhvata tri prerasti odnosno prirodne krečnjačke mostove u klisuri reke Vratne, ustanovljen rešenjem Zavoda za zaštitu prirode 1957. godine, (van Nacionalnog parka);
3) Spomenik prirode „Šuplja stena", okvirne površine 8 ha, opština Majdanpek, obuhvata
istoimenu prerast na rečici Valja Prerast, pritoci Šaške, u slivu Porečke reke, ustanovljen
rešenjem Zavoda za zaštitu prirode 1959. godine (van Nacionalnog parka)

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.

Sa aspekta turizma, područje Nacionalnog parka sastoji se iz dve predeone celine: površine Dunava/akumulacije sa priobaljem, koja se pruža od ulaza u Nacionalni park kod Golupca, preko Đerdapske klisure, do brane hidroelektrene Đerdap I gde se ambijent u potpunosti menja (nestaje klisura i otvara se široki brežuljkasti prostor sa urbanim elementima) i brdsko-planinske ruralne zone severnog Kučaja i Miroča, presečene dolinom Porečke reke (izvorište na Deli Jovanu) na zapadnu i istočnu celinu. Razvoj turizma je započet na Đerdapskom jezeru, Nacionalnom parku, arheološkom nalazištu Lepenski vir i opštinskim centrima sa više kulturno-umetničkih i sportskih manifestacija, prirodnim i kulturno-istorijskim znamenitostima, lovištima i u jednom broju sela u kojima su vidljivi počeci seoskog turizma zasnovani uglavnom na lokalnoj inicijativi. Postojeća turistička i rekreativna ponuda, s obzirom na potencijale, nije dovoljno razvijena i afirmisana. Na Dunavu, najvažnijem nautičkom koridoru, nisu dovoljno zastupljeni marine, pristani, receptivno- informativni punktovi i dr. Prirodni i stvoreni potencijali nisu dovoljnoj

[19] *Prostorni plan područja posebne namene Nacionalnog parka "Đerdap"*, Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, Beograd, 2012., str. 20

meri komercijalizovani, što zahteva bolji marketing ponude, promociju imidža Đerdapske klisure i Nacionalnog parka, razvoj celogodišnje turističke ponude uz integraciju više vidova turizma kako na planskom području tako i sa neposrednim okruženjem. Neophodan uslov je i razvoj komunalne i turističke infrastrukture, rekonstrukcija postojećih smeštajnih kapaciteta ali i realizacija novih. Na području je prisutan trend smanjivanja broja turista i broj noćenja, kao i vremena zadržavanja turista. Ukupan turistički promet na planskom području je za oko 50% manji od prometa koji je bio zabeležen 80-tih godina prošlog veka. Domaća turistička tražnja je zastupljenija od inostrane, i usmerena je manje ka nautičkom i jezerskom a više ka izletničkom, manifestacionom, seoskom turizmu ali i ka poslovnim putovanjima. Inostrani turisti su najčešće individualni gosti. Da bi inostrana turistička tražnja bila masovnija, neophodno je poboljšanje pratećih sadržaja vodno-nautičkog puta uz prezentaciju i interpretaciju ključnih prirodnih i kulturnih vrednosti, kao i kvaliteta smeštaja i različitih vidova turističko-rekreativne ponude. Nosilac promocije turizma, koordinacije ponude i potražnje i kulturno-edukativne delatnosti u turizmu je Turistička organizacija opštine Majdanpek u Donjem Milanovcu.[20]

[20] *Prostorni plan područja posebne namene Nacionalnog parka "Đerdap"*, Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, Beograd, 2012., str. 23

II KARAKTERISTIKE MARKETING AKTIVNOSTI I PRIORITETI I MERE ZA STRATEŠKO TRŽIŠNO POZICIONIRANJE DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE

1. Analiza internih resursa kao podrška marketing aktivnostima

Upravljanje turizmom na nivou mesta, regije ili šire geografske celine podrazumeva fokus na veći broj faktora, određenu sistematičnost u redosledu poteza, a sve sa ciljem utvrđivanja odgovarajuće marketing strategije i taktike, te strukture koje će doprineti ostvarenju postavljenih marketing ciljeva svake turističke destinacije.

Analiza internih resursa, između ostalog, predstavlja pregled slabih i jakih tačaka turističkog proizvoda destinacije. Prilikom ove analize najpraktičnije je napraviti listu komparativnih prednosti i nedostataka na osnovu elemenata turističke destinacije.

Da bi se sagledalo postojeće stanje turizma na području destinacije Donje Podunavlje i utvrdili pravci poboljšanja, sprovedena je SWOT analiza. Reč je o vrlo poznatom sredstvu za analizu situacije, koje prikazuje snage, slabosti, šanse i opasnosti određene pojave ili situacije. Sam naziv analize dolazi od reči Strenghts, Weaknesses, Oppotunities i Threats koje grade akronim SWOT, a označavaju redom: snage, slabosti, šanse i opasnosti. Na osnovu SWOT analize, moguće je bolje razumeti okolinu delovanja, lične snage i slabosti, te spoznati koji je najbolji način da se ostvari željeni cilj.

1.1. Elementi turističke destinacije

Iako se stručnjaci slažu da polazna tačka za razmatranje elemenata turističke destinacije treba da budu potrebe turista koje treba zadovoljiti u destinaciji i stvaranje odgovarajućeg seta materijalnih i nematerijalnih komponenata kojim se može obezbediti odgovarajuće zadovoljavanje potreba turista u destinaciji, ne postoji jedinstveno shvatanje o osnovnim elementima koji čine turističku destinaciju.

Polazeći od marketing pristupa poslovanja u turističkoj destinaciji, kao osnovni elementi mogu se izdvojiti: [21]

- Osnovne atraktivnosti – glavne atraktivnosti koje privlače posetioce i razlikuju jednu destinaciju od druge;
- Izgrađeno okruženje – prostorni izgled destinacije sa osnovnim elementima infrastrukture;
- Potpomažuće usluge – usluge smeštaja, saobraćaj, ugostiteljstvo, zabava
- Sociokulturna dimenzija – kultura, atmosfera, odnos između lokalnog stanovništva i posetilaca.

Sa aspekta primene marketing koncepcije u turizmu, mogu se navesti sledeća tri elementa turističke destinacije:[22]

[21] Bakić O., *Marketing menadžment turističke destinacije*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002., str. 12
[22] Bakić O., *Marketing menadžment turističke destinacije*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002., str. 165

- atraktivnost – podrazumeva miks elemenata prirodne atraktivnosti (klima, flora, fauna, geografski položaj itd.) i društvene atraktivnosti (kulturno-istorijsko nasleđe, antropogeni faktori – folklor, melos, gastronomija i sl.). Ovo je element koji privlači turiste na destinaciju, on je vodeći motiv dolaska turista.
- pristupačnost – podrazumeva geografsku (udaljenost merena brojem kilometara ili dužinom putovanja) i ekonomsku distancu (troškovi potrebni za dolazak do destinacije). Pristupačnost podrazumeva i razvijenost saobraćajne infrastrukture između emitivnog tržišta i destinacije, kao i kvalitet i kvantitet saobraćaja u samoj destinaciji.
- uslovi za boravak – predstavljaju sve ostale elemente turističke ponude u koje spadaju usluge smeštaja, ishrane, zabave, rekreacije itd.

Dok od celokupnog razvoja svih elemenata destinacije zavisi njen uspeh na turističkom tržištu, kombinacija prirodnih i društvenih atraktivnosti turističke destinacije Donje Podunavlje predstavlja osnovu za oblikovanje dugoročnih jedinstvenih prodajnih predloga koji bi kroz turističku politiku bili isporučeni tržištu. Ovim bi se prokrčio put za izgradnju novog imidža, a destinacija bi formirala odgovarajuću turističku ponudu. Stvaranjem percepcije kod potrošača koja se iskustva mogu doživeti u području Donjeg
Podunavlja, destinacija se lakše tržišno pozicionira i gradi dugoročno svoju konkurentsku prednost.

Proizvodi i usluge se kreiraju da zadovolje potrebe i želje posetilaca, a samim tim i da se ostvari određena korist. S obzirom da potrošači donose odluku o kupovini turističkog proizvoda pre nego što su u mogućnosti da ga dožive, potrebno je razvijanje percepcije o određenom proizvodu kako bi se stimulisala/olakšala odluka o kupovini. 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.

1.2. SWOT analiza turističke destinacije Donje Podunavlje[23]

Analiza je temeljena na analizi postojeće dokumentacije koja je od značaja za turizam Donjeg Podunavlja, te na ranije stečenim znanjima vezanim za problematiku turizma. Rezultati SWOT analize su osnova za strateško delovanje.

SNAGE

- Bogato kulturno-istorijsko nasleđe (Pimnice, Lepenski vir, Golubačka tvrđava i dr.)
- Prirodne lepote područja, posebno NP „Đerdap“, koje imaju svetsku vrednost
- Dunav kao međunarodna atrakcija
- Gradovi koji imaju svoju specifičnu priču
- Bogatstvo biljnog i životinjskog sveta
- Gostoljubivost i ljubaznost domicilnog stanovništva
- Pogodne lokacije za sportove na vodi

[23] *Master plan turističke destinacije Donje Podunavlje*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007.,str. 163

- Postojanje kulturnih manifestacija
- 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
- Urbanistički planovi koji su u toku
- 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
- Postojanje turističkih organizacija u svim opštinama
- Urađene studije o razvoju turizma u Donjem Podunavlju
- Veliki broj ljudi koji rade u inostranstvu

SLABOSTI

- Nizak nivo privredne razvijenosti opština
- Nerazvijen uslužni sektor
- Demografska struktura
- Neadekvatna zakonska regulativa i njena primena koja destimuliše investitore
- 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
- Nepostojanje adekvatne rečne infrastrukture
- Nizak kvalitet drumske saobraćajne infrastrukture
- Postojanje divljih deponija u nacionalnom parku
- Nepostojanje adekvatne turističke signalizacije i infocentara u većem delu područja
- Saobraćajna signalizacija
- Nepostojanje destinacijske menadžment organizacije za celo područje
- Nedovoljno stručnih kadrova
- Nedovoljno čvrsta saradnja privatnog i javnog sektora
- Nepostojanje promocije celog turističkog područja, već samo parcijalno i bez jasne strategije pozicioniranja
- Nepostojanje smeštajnih kapaciteta visokog nivoa i loše održavanje postojećih kapaciteta
- Nedovoljna razvijenost turističkih proizvoda
- Nedovoljna povezanost privatnog i javnog sektora
- Nedovoljna ulaganja u turizam

ŠANSE

- Opredeljenje Vlade Republike Srbije za razvoj turizma
- Jačanje prekogranične saradnje sa Rumunijom i Bugarskom
- Korišćenje sredstava nacionalnog investicionog fonda
- Privlačenje investicija iz dijaspore

- Eksploatacija prirodnih i kulturnih resursa u turističke svrhe po najboljem modelu
- Iskorišćavanje velikog broja prolazaka inostranih brodova Dunavom i prinudnog zaustavljanja zbog revizije i prevođenja preko brana
- Unapređenje rečne infrastrukture izgradnjom marina i pristaništa i prateće infrastrukture i povećanje
- iskorišćenja koridora VII
- Unapređenje drumske putne mreže
- Izrada master plana razvoja turizma
- Uspostavljanje čvrstih veza sa prekograničnim stakeholderima i kreiranje zajedničke ponude
- Privlačenje novih investitora
- Kreiranje atraktivnih turističkih proizvoda
- Rekonstrukcija postojećih i izgradnja novih smeštajnih kapaciteta

OPASNOSTI

- Politička nestabilnost
- Nekontrolisana izgradnja nekretnina
- Nedovoljna zaštita i devastacija prostora
- Divlja gradnja na području NP „Đerdap“
- Nedovoljna zaštita kulturnih dobara
- Nedostatak finansijskih sredstava za realizaciju infrastrukturnih projekata
- Stvaranje lošeg imidža usled lošeg iskustva gostiju sa infrastrukturom
- Zaobilaženje Donjeg Podunavlja u državnim planovima za velike infrastrukturne projekte
- Neuspostavljanje javno-privatnog partnerstva
- 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

Iz prethodne analize se može zaključiti da je mnogo slabosti i opasnosti, ali takođe i mnogo prednosti i šansi. Problemi koji su izraženi, pre svega, na lokalnom nivou mogu da se lako reše uz koordinaciju, saradnju i međusobno poverenje. Obavezno bi trebalo uskladiti interese svih subjekata koji čine turističku ponudu destinacije Donje Podunavlje, iz čega će proizići poboljšanje kvaliteta u poslovanju, a samim tim i ekonomskog prosperiteta lokalnih zajednica, privatnih preduzeća i pojedinaca. Značajnu ulogu u ovome imaju turisti;ke organizacije opština na ovom području, koje trenutno zauzimaju centralno mesto u koordinaciji i povezivanju subjekata turističke ponude.

2. Koncept marketing miksa na nivou turističke destinacije Donje Podunavlje

Marketing miks je jedno od ključnih područja u savremenoj poslovnoj koncepciji. Predstavlja kombinaciju instrumenata marketinga kojima se koristi preduzeće da bi postiglo očekivani nivo prodaje na ciljnom tržištu.

Mnoge savremene definicije marketinga proširuju klasifikaciju instrumenata marketing miksa ali i dalje najčešću podelu čine sledeći elementi:

- Proizvod
- Cena
- Promocija
- Kanali prodaje

Jedna od osnovnih funkcija marketing miksa na nivou turističke destinacije može se sagledati u njegovom uticaju na oblikovanje predstave kod potrošača (u ovom slučaju turiste) o samoj turističkoj destinaciji. Veštim upravljanjem elementima marketing miksa u odnosu na ciljna tržišta turistička destinacija ostvaruje cilj: prisustvo u svesti potrošača i profit.

2.1. Turistički proizvod Donjeg Podunavlja

Turistički proizvod predstavlja najvažniji dio turističkog sistema, jer predstavlja vezu, glavnu sponu između turističke ponude i turističke tražnje. Moguće ga je definisati kao ukupna iskustva turiste koja zadovoljavaju njegova očekivanja, uključujući iskustva sa smeštajem, prirodnim i kulturnim atraktivnostima, zabavom, saobraćajem, ugostiteljstvom, domaćinima, itd. Reč je o složenom i povezanom sklopu pojedinačnih proizvoda i usluga iz različitih komercijalnih i nekomercijalnih domena koje posetilac „konzumira“ za vreme turističkog putovanja.

Integrisani turistički proizvod podrazumeva uspostavljanje proizvoda na nivou konkretne turističke destinacije i proističe iz potreba, zahteva i želja turista tj. potrošača. [24] Formiranje odnosno uspostavljanje objedinjenog turističkog proizvoda od strane kupaca tj. potrošača , zavisi od raspoloživih elemenata turističke ponude.

Na osnovu analize stanja turističkog tržišta „Donjeg Podunavlja“, identifikovano je osam turističkih proizvoda. Ti turistički proizvodi su: odmori, nautika, kružne ture, MICE + poslovna putovanja, turizam specijalnih interesovanja, sport, ruralni turizam i manifestacije. Uzimajući u obzir da je skoro svaki od ovih turističkih proizvoda prepoznat na svakoj od opština područja Donjeg Podunavlja u većoj ili manjoj meri, ovde će se izvršiti zajednička analiza za čitavo područje, pri čemu će biti naglašeno u kojoj meri je turistički promet po osnovu pojedinog proizvoda ostvaren na pojedinačnim opštinama.

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.

Kada govorimo o **sportu**, 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.

[24] Popesku J., *Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 46

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.

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).

Kružne ture su trenutno jedan od dva najznačajnija turistička proizvoda 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 najviše se obilaze kulturno-istorijske znamenitosti.

Korisnici kružnih tura u „Donjem Podunavlju“ su orgnizovane grupe turista i individualni turisti. *Grupne ture* su najznačajniji oblik proizvoda kružnih tura u području. Grupne koje su posetile „Donje Podunavlje“ u 2006. godini su bile: đačke ekskurzije
(20 000 dolazaka), organizovane grupe penzionera (1 000 dolazaka) i inostrani turisti koji plove Dunavom brodovima (1 000 dolazaka). Broj *individualnih posetilac*a 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 i poslovna putovanja. Manji je broj individualnihh posetilaca koji su posetili područje zbog obilaska kulturno-istorijskih spomenika i njihov broj se procenjuje na oko 300 uglavnom domaćih turista.

Lokaliteti 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.

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). Procenjuje se da je broj turista koji dolaze sa motivom odmora veći, s obzirom da postoji neevidentirani turistički promet 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.

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%. to je zato što turisti tamo dolaze u letnjim mesecima zbog odmora na jezeru.

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. Najveći deo prometa po osnovu MICE - a (preko 95%) se ostvaruje u Donjem Milanovcu (hotel «Lepenski Vir») i Kladovu (hotel «Đerdap»).

Turizam specijalnih interesovanja u „Donjem Podunavlju“ obuhvata sportski ribolov, aktivnosti u Nacionalnom parku Đerdap, sportove 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.

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). 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 uređene staze rekreativnog, planinskog i lovnog karaktera (ukupno 7), uređeni vidikovci za posmatranje i 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.

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 „Golubački kotlić“, Etno –festival, Državno prvenstvo u jedrenju, Kup Djerdapa u jedrenju* u Donjem Milanovcu, *Festival dečije i zabavne muzike za mlade "TIN" Donji Milanovac, Seoska olimpijada u Rudnoj Glavi, Zlatna bućka Đerdapa, Etno festival istočne Srbije, Kladovsko leto, Proslava Sv.Trifuna,*

„Mokranjčevi dani“ u Negotinu, *„Čučuk Stanini dani“* u selu Sikole, *„Krajinski običaji“* u selu Štubik, *„Stvaralački dani“ , Majske večeri* u Negotinu, *Berba grožđa u Rajcu i Rogljevu.*

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.

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. 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).

Očuvana prirodna sredina, autentičnost 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.

2.2. Cene usluga

Kada se govori o marketingu usluga, nigde ne postoji veća potreba za menadžerskom kreativnošću i stručnošću nego u oblasti formiranja cena. Na cenu određenog proizvoda tj. usluge treba da utiče elastičnost tražnje. Zbog toga, svi učesnici u realizaciji turističkih usluga na prostoru Donjeg Podunavlja, zbog još neostvarene odgovarajuće elastičnosti tražnje, treba da prihvate niže cene koje bi sa porastom kvaliteta usluga i rastom tražnje mogle da se postepeno povećavaju kako se budu ujednačavale tražnja i ponuda.

Većina usluga, posebno ako se one zasnivaju na ljudskom faktoru, su radno intenzivne i formirana cena mora da pokrije troškove rada. Ona takođe mora da pokrije troškove kapitala i da obezbedi neophodan dodatak za zadovoljavajuću dobit. Sa povećanjem troškova mora da se poveća i cena usluga. Na formiranje cene takođe utiču i ponuda i tražnja. Očekivanja kupaca i cene koje su formirali konkurenti za slične usluge utvrđuju gornju i donju granicu cena usluga.

Formiranje cena je važno sredstvo za upravljanje kapacitetom usluga, procesom usklađivanja ponude usluga sa tražnjom na tržištu.[25] Pošto se usluge ne mogu skladištiti, za rentabilno poslovanje je od kritičnog značaja predviđanje tražnje i reagovanje na kolebanja tražnje. Davalac usluge često prilagođava cenu da bi ujednačio tražnju. Drugi davaoci usluga kapacitet prodaju unapred, pre potrošnje. Hoteli koji posluju po principu rane rezervacije zaštićuju se od nedolaska gostiju određenim otkaznim troškovima u slučaju da se korisnik ne pojavi ili ne uspe da otkaže rezervaciju pre određenog roka. Podrazumeva se da jedan od faktora zbog kojeg se turisti odlučuju za princip rane rezervacije taj što u tom slučaju hoteli nude niže cene nego što će one biti kasnije.

Po svemu navedenom se može zaključiti da formiranje cena usluga u turističkoj ponudi područja Donjeg Podunavlja mora da bude u skladu sa željama

[25] Žikić R.V., Milenković S., Čomić Lj., Stojanović S.D., Program razvoja seoskog turizma u opštini Negotin, Prirodno-matematički fakultet, Kragujevac, 2005., str. 84

potencijalnih kupaca i cenama na konkurentskom tržištu. U ovom slučaju to se pre svega odnosi na mesta u Srbiji sa sličnom turističkom ponudom kakvu se očekuje da će imati destinacija Donje Podunavlje.

Određivanje vrednosti turističkog proizvoda perspektivne turističke destinacije Donje Podunavlje mora da prati realne standarde ostalih turističkih destinacija bez čestih, skokovitih promena i nerealnih vrednosnih procena.

Jedna od politika cena koja bi bila korisna u slučaju ovog područja jeste formiranje paket aranžmana i atraktivnih promotivnih ponuda po vrlo povoljnim cenama. Najvažnija stvar u formiranju ovih aranžmana bila bi stavljanje akcenta na povoljnost ponude koja bi obuhvatala atraktivno upakovan proizvod ove destinacije.

2.3. Promotivne aktivnosti

Turistička propaganda je delatnost koja specifičnim metodama i sredstvima privlači pažnju interesenata (potencijalnih turista) u cilju izazivanja želja i odluke da posjete određeni kraj ili lokalitet, odnosno da koriste ponuđenu turističku uslugu.[26] Da bi se to postiglo, potrebno je izabrati cilj pažnje potencijalnih turista, odrediti ciljeve koji se žele ostvariti, razviti odgovarajuću poruku koja će biti jasna i prepoznatljiva kod potencijalnih turista i odrediti budžet tj. ukupna finansijska sredstva koja će se iskoristiti za promotivne aktivnosti, jer je za uspešnu promociju turističkog proizvoda potrebno utvrditi vrednost celokupne akcije, odnosno kampanje.

Postoji veliki broj načina na koje se promocija može realizovati.

Novine kao sredstvo promocije nude geografsku selektivnost i visoku frekventnost, jer u najvećem broju slučajeva izlaze svaki dan. Pokrivenost tržišta je dobra, zahtevano vreme koje je neophodno da se oblikuje jedna dodatna rubrika je malo, a najviše novina već imaju specifične rubrike o turizmu jednom nedeljno. Časopisi imaju viši ukupni trošak nego novine. Oni imaju duže vreme potrebno za reklamiranje. Međutim, zbog njihove specijalizovane prirode, časopisi su visoko tržišno selektivni. Primer takvog časopisa Negotin je ''Razvitak'', koji se objavljuje na opštini, a naročito ''Mokranjac'' koji se bavi programskim sadržajem festivala „Mokranjčevi dani“, kao i drugim bitnim dešavanjima van njega.

Radio i televizija nude prednosti niskog troška i visoke vremenske prilagodljivosti. Radio informacija je visoko selektivna i nudi iznad prosečnu tržišnu selektivnost. Televizija predstavlja skuplji medij, ali je značajnija jer može da pruži kompletniju predstavu o turističkoj destinaciji i njeni efekti mogu da budu znatno povoljniji usled širokog kruga potencijalnih korisnika. Dobri primeri ovog vida promocije su reportaže o turističkim područjima, kao i tematske emisije o potencijalima određenih područja koji se mogu upotrebiti u svrhu turističke promocije i razvoja (npr. vinska područja, prednosti Dunava za regione kroz koje protiče, ispiranje zlata na reci Pek itd..)

Monografije, knjige, brošure, turistički informatori, kao i **katalozi** turističke ponude mogu da budu vrlo zanimljiv i visoko koristan promotivni materijal. Oni treba da predstave određenu turističku destinaciju, da sadrže uputstva kako doći do nje, mapu, adrese i telefonske brojeve, privlačnosti i artikle interesantne posetiocima, informacije o transportu itd. Vrlo je važno da ova vrsta promotivnog materijala bude atraktivna i privlačna za turiste, a da u isto vreme sadrži jasne i

[26] Unković S., Zečević B., Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet, Beograd, 2004., str. 199, prema Čulić D., Turistička propaganda, str. 27. i 28.

precizne podatke i smernice koje mogu protumačiti i posetioci koji prvi put dolaze na određenu destinaciju.

Odnosi sa javnošću predstavljaju skup napora uključenih u stvaranje pozitivne slike o destinaciji. Ovaj segment obuhvata širok spektar aktivnosti kao što su sajmovi, berze, stručni i naučni skupovi, forumi, specijalizovane izložbe, namenski sastanci, kontakt emisije, konferencije za štampu, pojavljivanja na radio i televizijskim programima, organizovanja promotivnih putovanja za zastupnike prodaje i novinare koji se bave turističkim temama. Od posebnog značaja je uspostavljanje odnosa sa novinarima i drugim predstavnicima medija. Korišćenje ovog oblika marketing komunikacije se pokazalo kao veoma značajan marketing instrument u „lansiranju" novih turističkih destinacija i afirmaciji već razvijenih. U budućnosti treba organizovati višednevne posete predstavnika organizatora putovanja i agencija i drugih bitnih stejkholdera kako bi se neposredno upoznali sa karakteristikama ponude (atrakcijama, sadržajima boravka, smeštajnim kapacitetima, restoranskom ponudom, karakteristikama tura itd.) i turističkim potencijalom područja.

Elektronska promocija obuhvata internet, izradu sajtova i drugih promotivnih materijala, kao i uključivanje u svetske informacione i rezervacione sisteme poput Galilea, Mocarta, Amadeusa. Poseban oblik elektronskog reklamiranja su tzv. „baneri" na web stranicama koje koriste identifikovana ciljna tržišta i linkovi na raznim turističkim pretraživačima prema web stranici destinacije . 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.

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, kao i udruženja potrošača (planinari, sportski ribolovci, udruženje paraglajdera i sl.). 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. Direktni marketing prema finalnim potrošačima može se realizovati i poštom koja u poslednje vreme ima sve manju ulogu na turističkom tržištu.

Suveniri u turističkoj industriji predstavljaju 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 ovog područja, 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.).

Za uspešnu promociju turističkog proizvoda Donjeg Podunavlja u sistem treba uklopiti raznovrsne parametre, međusobno dopunjujuće i stalno koordinirajuće. Pošto promotivni sistem ovog turizma još uvek nije formiran na savremenim osnovama, u budućim aktivnostima treba ispraviti dosadašnje negativne efekte.

Potrebna je konstantna edukacija učesnika u realizaciji turističkih usluga, osnivanje turističkih smerova u srednjim školama, saradnja sa fakultetima i drugim institucijama koje se bave turizmom.

Nedovoljan protok informacija iz regiona formiranja turističke tražnje zahteva stalno prikupljanje informacija na terenu o potencijalnim gostima, kretanju dohotka, raspoloživom slobodnom vremenu, promeni motiva putovanja, promeni kvaliteta turističke ponude, ostvarenim finansijskim rezultatima, daljim razvojnim programima, mogućim investitorima i dr.

Nedovoljna finansijska sredstva za promotivne aktivnosti i neusklađenost izvora finansiranja na području turističke destinacije Donje Podunavlje iziskuju aktiviranje raznovrsnih izvora finansiranja kako iz privatnih, tako i iz javnih fondova po principu prioriteta razvoja.

Akteri u turizmu moraju u edukativnom smislu da učestvuju na regionalnim, nacionalnim i međunarodnim naučno-stručnim manifestacijama i konferencijama koje se bave razvojem turističkih područja. Da bi se sve to ostvarilo, potrebno je izraditi detaljan promocioni plan koji će da odražava želje svih učesnika u razvoju turizma, dobro osmišljenu ponudu, finansijska sredstva i načine prezentacije. Kada govorimo o višem nivou promocije turističkog proizvoda, treba izdati naučne knjige o tom prostoru i njegovom turizmu, kako bi bile stalna promotivna literatura u svim regionima formiranja turističke tražnje.U početnom razvojnom periodu, treba usmeriti pažnju na potrošače iz područja sa najrazvijenijom turističkom tražnjom na nacionalnom nivou. To su područja Beograda, Niša, Kragujevca, Novog Sada, Subotice i drugih gradova. Nakon toga, treba se posvetiti tranzicionim zemljama i Rusiji, a zatim postepeno napredovati ka tržištu Zapadne Evrope. Period van sezone treba popunjavati turistima niže platežne moći.

2.4. Distributivne aktivnosti turističkog proizvoda

Uspostavljanje veze između ponuđača i potrošača turističkog proizvoda poznata je pod nazivom distribucija. Uloga distribucije je dvostrana. Prva uloga je da turistima pruži željene informacije koje će im pomoći da odluče gde će ići na odmor, a druga da im omogući da izvrše rezervaciju za odmor za koji su se odlučili. Ako je turistički proizvod pravilno definisan, adekvatno promovisan i prihvaćen od strane turista, sledeći korak je organizovanje doborog i efikasnog sistema distribucije od mesta formiranja turističke tražnje do mesta njene potpune realizacije.

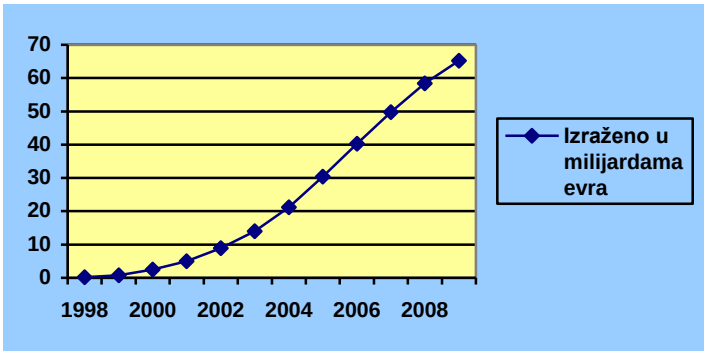
Postoje dva načina distribucije. Prvi je direktni, koji predstavlja takve odnose u kojima ponuđač direktno komunicira sa potrošačem. Potencijalni korisnik direktno traži određeni turistički proizvod, i transakcija koja se obavlja između korisnika usluga i ponuđača je direktna. Drugi vid distribucije ostvaruje se putem posrednika, tj. specijalizovanih institucija, koje imaju zadatak da uspostave komunikaciju i realizaciju turističkog proizvoda.

Posrednici u distribuciji turističkog proizvoda su raznovrsni. Najznačajniji su organizatori putovanja ili turoperatori. Oni samostalno formiraju paket koji može da sadrži mnoštvo proizvoda turizma kao što su transport, smeštaj, ishrana, razgledanje značajnih turističkih atraktivnosti.Drugog važnog posrednika u distribuciji turističkog proizvoda predstavljaju turističke agencije. Na turističkom tržištu one se javljaju kao specijalizovani privredni subjekti koji savetuju, informišu, posreduju kod obezbeđenja

pojedinačnih usluga potrebnih tokom putovanja.[27] Turističke agencije kao maloprodajni segment zarađuju proviziju u zavisnosti od vrednosti zaključenih ugovora.

Sve veće učešće novih tehnologija i pojava internet rezervacionih sistema smanjuje ulogu klasičnih distributera turističkog proizvoda. S obzirom na činjenicu da internet dobija sve značajniju ulogu kako u promociji tako i u distribuciji na turističkom tržištu, neophodno je da turistička destinacija Donje Podunavlje koristi ovo sredstvo u cilju unapređenja svog poslovanja. Poseban značaj interneta u marketingu ove opštine 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.[28]

Grafikon 2: Obim ostvarene prodaje turističkih usluga preko interneta u poslednjih jedanaest godina sa predviđanjem za 2009. godinu



Izvor: www.crt.dk/trends

Da bi se uspešno realizovala prodaja turističkog proizvoda ove destinacije, akteri sa ovog područja trebaju da učestvuju na što većem broju sajmova i turističkih berzi lokalnog, regionalnog i nacionalnog karaktera, a u sklopu ponude Turističke organizacije Srbije i na međunarodnim manifestacijama. 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 i uspostavljanje kontakata sa novim partnerima.

Kada se formira zadovoljavajuća distributivna mreža za integralni, kao i parcijalne turističke proizvode Donjeg Podunavlja, potrebno je osmisliti i prodaju na samom mestu pružanja turističkih usluga. U ovom slučaju troškovi prodaje su najniži jer se izbegavaju posrednici, transport, visoke takse skladištenja i sl. Samim tim, prodaja postaje sastavni deo angažovanja lokalne zajednice.

Uključivanjem u informacione sisteme i primenom svih oblika savremene distribucione mreže, naročito elektronskih medija i interneta, i sama distribucija turističkog proizvoda Donjeg Podunavlja će se brže menjati i napredovati, kako u kvanititativnom, tako i u kvalitativnom smislu.

[27] Spasić V., *Menadžment turističkih agencija i organizatora putovanja*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2006., str. 39 - 40
[28] *Master plan turističke destinacije Donje Podunavlje*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007., str. 369

3. Misija, ciljevi i smernice za razvoj turističke destinacije Donje Podunavlje

Misija, ciljevi i smernice su osnova za formulisanje globalne marketing strategije turističke destinacije. Bez jasno definisane misije, realnih i elastičnih ciljeva i bez konkretno utvrđenih smernica nije moguće postići očekivane rezultate u strategiji razvoja turističke destinacije. Uspešnost menadžmenta destinacije ogleda se u njegovoj sposobnosti da jasno definiše misiju, ciljeve i smernice, a od toga zavisi i razvoj, tržišna pozicija i budućnost turističke destinacije.

3.1. Misija

Misija se definiše kao svrha turističke destinacije. Pod svrhom se može smatrati sve što se želi postići razvojem određene turističke destinacije. Misija mora počivati na onim potencijalima i resursima koji čine atraktivnu osnovu i njima se izdvojiti kao konkurentskom prednošću u odnosu na druge turističke destinacije.

Značajan aspekt posmatranja misije destinacije odnosi se na potrebu da se definišu potrebe, interesi, zahtevi i želje kako sadašnje, tako i buduće tražnje, odnosno turista. Misija destinacije treba da bude povezujući faktor koji će olakšati koordinaciju različitih interesa, dovesti ih u sklad i tako omogućiti ostvarivanje zajedničke koristi za sve.

Misija razvoja turističke destinacije Donje Podunavlje treba biti usmerena na unapređenje ekonomskog i društvenog razvoja podsticanjem onih vidova turizma koji donose najviše koristi destinaciji, ali i izražavaju ravnotežu između turističkog razvoja i očuvanja životne sredine. Takođe je bitno raditi na promociji destinacije, što bi doprinelo još kvalitetnijem razvoju, a u isto vreme očuvanjem prirodnih vrednosti i izgradnjom novih atraktivnih objekata konstantno poboljšavati kvalitet postojeće ponude. Kroz podsticanje investiranja u nosioce turističke ponude u destinaciji moguće je povećanje profitabilnosti u narednim godinama. Usmerenošću na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, kao i podsticanjem novih razvojnih strategija koje se temelje na principima održivog razvoja, sistematski će se unapređivati kvalitet života lokalnog stanovništva, turistima će se pružati ukupno zadovoljstvo kroz kvalitet i kvantitet ponude, a imidž destinacije će se razvijati do optimalnog korišćenja postojećih komparativnih prednosti.

3.2. Ciljevi razvoja turističke destinacije Donje Podunavlje

Ciljevi predstavljaju ključne činioce koje turistička destinacija ističe u svojoj razvojnoj orijentaciji. Oni opredeljuju gde destinacija želi bude u perspektivnom razvoju, a njihovo ostvarivanje je moguće kroz veći broj smernica razvoja. Ciljevi moraju da odražavaju konkurentske prednosti destinacije, njene resurse i mogućnosti (karakterističnu geografsku prepoznatljivost, bogatstvo prirodnih i antropogenih resursa itd.)

Opšti cilj razvoja turističke destinacije Donje Podunavlje može se definisati kao povećanje konkurentnosti turističke ponude uz korišćenje resursa koje će maksimalno uvažavati potrebu očuvanja i unapređenja prirodne i društvene

sredine. Svakako, treba naglasiti da je osnovni interes destinacije da u potpunosti zadovolji potrebe turista i da tako kroz optimalnu ponudu i potrošnju ostvari svoj primarni ekonomski cilj.

Značajnu karakteristiku savremenog razvoja predstavlja jedinstvo ekonomskih, društvenih i ekoloških ciljeva. Ovi ciljevi se neće odvojeno posmatrati, već ćemo ih rasporediti u četiri osnovne grupe koje se odnose na različite oblasti važne za ukupan rast i razvoj turističke destinacije Donje Podunavlje. U tim okvirima pristupićemo razradi ciljeva.

1. Uspostavljanje turističke infrastrukture i suprastrukture koja će moći zadovoljiti zahteve tražnje izazvane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja područja Donjeg Podunavlja

Iako postojeći resursi već omogućavaju različita turistička iskustva, raspoloživost postojećih objekata turističke ponude vrlo je skromna. U cilju uspešne tržišne komercijalizacije novih turističkih proizvoda i postupnog privlačenja većeg broja posetilaca na ovo područje pažnju treba usmeriti na:

- rešavanje pristupa regiji i pristupa reci; ekologija i infrastruktura prostora
- restrukturiranje i tržišno repoziciniranje nasleđenih smeštajnih objekata i izgradnja novih
- rešavanje vodenih frontova naselja, kao i unapređenje urbanog i komunalnog standarda svih uključenih naselja
- opremanje i interpretaciju nasleđenih i formiranje novih atrakcija
- revitalizaciju i stavljanje u turističku funkciju objekata kulturno-istorijskog nasleđa
- izgradnju i opremanje turističke infrastrukture i usluga, kao i razvoj manjeg broja izletničkih lokaliteta namenjenih pre svega ljubiteljima prirode i tržišnim nišama turizma specijalnih interesa.

2. Diverzifikacija turističkih iskustava

Glavna poruka razvojne vizije odnosi se na pružanje jedinstvenih turističkih doživljaja baziranih na raznolikosti turističkih resursa na osnovu čega turistička destinacija Donje Podunavlje može da stvori konkurentsku prednost u odnosu na ponudu drugih destinacija. U cilju intenziviranja turističkog prometa i postupnog tržišnog repozicioniranja područja, trebalo bi:

- kreirati određen broj novih, tržištu interesantnih turističkih doživljaja proizišlih iz učinkovite valorizacije još uvijek nedovoljno aktiviranih resursa
- međusobnim povezivanjem i kreativnim kombinovanjem različitih parcijalnih proizvoda (smeštaj, ishrana, aktivnosti, izleti, kulturni programi) podstaći razvoj celog spektra tematskih turističkih doživljaja
- kroz postepeno uključivanje sve većeg broja preduzeća turističke privrede, kontinuirano raditi na ideji uspostavljanja i unapređenja tzv. integralnog turističkog lanca vrednosti na celom području

3. Postizanje tržišne prepoznatljivosti

Ukupan prostor Donjeg Podunavlja trebalo bi učiniti ne samo tržišno prepoznatljivijim, već i sposobnim da obezbedi ponovni dolazak turista na ovu destinaciju. U skladu s takvom razvojnom orijentacijom, aktivnosti treba usmeriti na:

- ofanzivan brending i internacionalni marketing regije
- stvaranje kreativnog partnerstva između nosilaca javnog sektora, turističkih organizacija i privatnog sektora u cilju sprovođenja strategije uspešnog tržišnog predstavljanja integralnog destinacijskog proizvoda
- uspostavljanje delotvornog i koordiniranog pristupa marketingu

4. Stvaranje socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na celom prostoru

Relativno malen broj stanovnika područja Donjeg Podunavlja ima dovoljno saznanja o svim dobrim i potencijalno lošim učincima turističkog razvoja. Većina lokalnog stanovništva ne zna ni koja će biti njihova uloga u budućem turističkom razvoju, niti da li se u taj proces treba aktivno uključiti.

Nizak nivo svesti o određenom pitanju najčešće rezultira nepoverenjem, a ponekad i svojevrsnim odbijanjem učešća. U tom kontekstu, učinkovit i od strane lokalne zajednice podržavan turistički razvoj u najvećoj je meri povezan sa stvaranjem podsticajnog socijalnog okruženja. U cilju stvaranja takvog okruženja, potrebno je sprovesti sledeće aktivnosti:

- aktivna edukacija lokalne populacije o tome što je njihova uloga u razvojnom procesu, naglašavajući ne samo pozitivne učinke turizma, već i aktivnosti koje je neophodno preduzeti kako bi se smanjili njegovi negativni učinci
- povećanje nivoa osposobljenosti turističkih radnika u cilju osiguranja trajno kvalitetene usluge
- rast kvaliteta života lokalnog stanovništva i blagostanje kroz povećanje životnog standarda

Ovako definisani ciljevi razvoja nameću važne zadatke za sve učesnike u kreiranju integralnog lanca vrednosti u turizmu destinacije Donje Podunavlje.

3.3. Smernice za razvoj turističke destinacije Donje Podunavlje

Smernice se često nazivaju operativnim ili taktičkim ciljevima. One su merljiviji elementi od ciljeva i daju se kao veličine, određene vremenom ali i odgovornošću. Ovako konkretizovane smernice traže odgovore na pitanja kao što su koje će se strategijske i operativne mere preduzeti, koje su dodatne aktivnosti potrebne, da li je određena smernica u skladu sa ostalim smernicama i ciljevima itd.

Smernice za budući razvoj turističkog proizvoda Donjeg Podunavlja mogle bi se formulisati u sledećem obliku:[29]

• oslonac na ukupnu turističku infrastrukturu i atrakcije područja „Donjeg Podunavlja";
• zaštita kulturno-istorijskih spomenika i kreiranje programa poseta u skladu sa održivim konceptom razvoja;
• ponuda autentičnih suvenira za svaku atrakciju koja se obilazi i pisanih brošura o atrakciji

[29] *Master plan turističke destinacije Donje Podunavlje*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007.

na engleskom i srpskom jeziku;
• kreiranje integralnih programa obilaska svih atrakcija u području, kao i programa tematskih
tura (rimske tvrđave, srednjevekovne tvrđave, prirodne lepote, muzeji);
• postavljanje turističke signalizacije prema atrakcijama;
• organizovanje događaja (Mokranjčevi dani, događaji na Lepenskom viru, dani kulture, dani vina u Negotinu i sl.) koji su povezani sa atrakcijama područja sa unapred određenim datumom održavanja.
• autentična ponuda koja omogućava jedinstveno iskustvo prostora, odmaranja, rekreacije i uživanja;
• baziranje proizvoda na ponudi autentičnih domaćih vina visokog kvaliteta i uživanje u vinskim
gostionama u ruralnom području;
• oslonac na registrovana domaćinstva za bavljenje ruralnim turizmom, pre svega u opštini Negotin uz povećanje kvaliteta smeštaja i standardizacije usluga;
• organizovanje sportskih i kulturnih takmičenja;
• projekat uređenja centralnih gradskih jezgara;
• projekat uređenja šetališta pored Dunava sa noćnim osvetljenjem;
• podizanje kvaliteta usluga u postojećim gradskim hotelima, renoviranje, adaptacija i podizanje nivoa kategorizacije;
• povezivanje sa proizvodom kružnih tura – kreiranje programa obilaska kulturno – istorijskog nasleđa i prirodnih atraktivnosti u području koristeći drumski i vodeni saobraćaj;
• izgradnja ekskluzivnog vinskog resorta u Negotinskim pimnicama sa smeštajnim kapacitetima
• razvoj Srebrnog Jezera u savremen turistički centar.
• projekat adaptacije/izgradnje minimalno 3 marine (marine moraju biti osposobljene za prihvat velikih kruzera što podrazumeva postojanje velikih izlaznih platformi i sl.);
• projekat izgradnje/adaptacije minimalno 6 pristana na atraktivnim lokacijama;
• razvoj eko turizma i turizma specijalnih aktivnosti u okviru Nacionalnog parka Đerdap.
• jedinstveni sistem informisanja u parku: označavanje mesta za bacanje otpada, pružanja informacija o zaštiti od požara, informacije o kućnom redu rezervata i dr.;
• projekat izgradnje dva vodena sportska centra u širem prostoru Donjeg Podunavlja;
• adaptacija sportskih terena i druge sportske infrastrukture u okviru sportskog kampa Karataš i izvan kampa u širem gradskom području Kladova;
• kreiranje celovite ponude područja za razvoj sportskog ribolova;
• projekat izgradnje i revitalizacije ribarskih sela koja imaju ribarsku tradiciju i delimično razvijenu infrastrukturu;
• prilagođavanje ponude postojećih hotela aktuelnoj tražnji za MICE-om (adekvatni konferencijski centri, opremljenost sala potrebnom tehnologijom i sl.);
• izgradnja modernog konferencijskog centara u okviru vinskog resort centra;
• adekvatna osposobljenost kadrova za pružanje usluga MICE-a.

4. Pozicioniranje destinacije

Pozicija destinacije na tržištu podrazumeva način opažanja destinacije od strane potencijalnih i aktuelnih posetilaca/turista u odnosu na iskustva (i povezane

koristi) koje obezbeđuje destinacija u odnosu na konkurentske destinacije.[30] Pozicija proizvoda/usluge određena je skupom tehnoloških i psiholoških vrednosti koje su ugrađene u predmetni
proizvod/uslugu.[31] U današnje vreme turisti imaju bogat izbor prilikom donošenja odluke o putovanju, pa se destinacija mora adekvatno pozicionirati u odnosu na konkurente, ukoliko želi da bude prepoznata kao privlačna za boravak turista. Jedan od glavnih faktora koji utiču na konkurentnost destinacije jeste svest o destinaciji i imidž destinacije u odnosu na potencijalne posetioce.
Različiti ljudi ne očekuju isto od svog putovanja, pa je zbog toga važno izvršiti segmentaciju proizvoda na destinaciji za određene ciljne grupe. Imidž treba da šalje različite poruke različitim segmentima jednog tržišta.

Strategija pozicioniranja je usmerena ka usklađivanju pozicije destinacije sa potrebama ciljnog tržišta. Potrebno je sve elemente marketing miksa – proizvod, cene, distribuciju i promociju – povezati na takav način da odabrana kombinacija najviše odgovara ciljnom tržištu.

Krajnji cilj pozicioniranja je postizanje održive konkurentske prednosti, koju karakteriše ponuda koja je atraktivna ciljnim grupama potrošača, koja je u prednosti u odnosu na konkurenciju i koja može biti zadržana u dužem vremenskom razdoblju. Komparativna prednost turističke destinacije počiva na bogatstvu faktorima proizvodnje, koji se u slučaju destinacije grupišu u sedam osnovnih grupa: ljudski resursi, prirodni resursi, istorijski i kulturni resursi, znanje, kapital, infrastruktura i suprastruktura. Osnovna razlika između komparativne prednosti i konkurentske prednosti turističke destinacije je u tome što se komparativna prednost odnosi na raspoložive resurse u destinaciji, a konkurentska prednost izražava sposobnost desinacije da tokom dužeg razdoblja efikasno koristi svoje resurse radi privlačenja turista u cilju povećanja prosperiteta i opšteg blagostanja destinacije.[32]

Neophodno je identifikovati pozitivne vrednosti destinacije kroz rezultate istraživanja i uzimajući u obzir utiske i opažanja bivših i potencijalnih turista. Uz to, najvažnije je istaći ono što jednu destinaciju izdvaja u odnosu na druge: prirodne i kulturne vrednosti, običaji, istorija, ljudi. U skladu sa tim, turističko područje Donjeg Podunavlja treba da izgradi svoju poziciju na tržištu prateći aktuelne trendove u ponašanju turista i vodeći računa o njihovim životnim stilovima. Ukoliko ova destinacija bude uspešna u misiji da odgovori na segmentaciju u razvoju proizvoda prema životnim stilovima i specijalnim interesima, moći će da stvori lojalnost zahtevnih novih turista i da se uspešno pozicionira.

5. Ključne interesne grupe u razvoju turizma destinacije Donje Podunavlje

Opštine Donjeg Podunavlja kao lokalne samouprave u mogućnosti su i u obavezi da iniciraju izradu i učestvuju u realizaciji projekata koji bitno mogu da doprinesu unapređenju kvaliteta života lokalnih zajednica. Potrebno je da se oformi stručni, multidisciplinarni tim koji bi utvrdio prioritetne projekte iz svake oblasti privrednog razvoja i bio nadležan za njihovu realizaciju.

[30] Popesku J. , *Menadžment turističke destinacije, Univerzitet* Singidunum, Beograd, 2008., str. 65
[31] J. Trout, A.Reis, *"The Positioning Era Cometh",* Advertising Age, 1972, str.35-38
[32] Popesku J. , *Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008., str. 32

Postoji realan interes Republike Srbije da se ovo područje izvede 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. Ministarstvo je načinilo korake koji su korisni za budući razvoj turizma na području Donjeg Podunavlja u sklopu šire turističke ponude kako na regionalnom, tako i na nacionalnom nivou. Ti koraci obuhvatili su inicijativu i donošenje Strategije razvoja turizma Srbije, kao i inicijativu, ugovaranje i finansiranje Master plana „Donje Podunavlje".

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. Činjenica je da na ovom području tek treba razviti prave proizvode za međunarodno tržište za koje postoje potencijali. Nerealno je očekivati da internacionalni lanci sami preuzimaju rizik tog procesa. U tom pogledu je neophodna aktivna uloga države. Ona treba da u značajnoj meri i sama preuzima rizik pripreme razvojnih projekata.

Uspeh destinacije je uslovljen nivoom i intenzitetom saradnje svih aktera javnog i privatnog sektora koji treba da budu uključeni u izgradnji turističkog lanca vrednosti. Osnovni motivi za partnerstvo su razvoj infrastrukture, istraživanja i nove tehnologije, razvoj ljudskih resursa, razvoj turističkih proizvoda, investicije, marketing i prodaja. Javno-privatna saradnja nameće se u svim segmentima izgradnje odgovarajuće konkurentnosti turističkog sektora, a posebno u domenu obezbeđivanja odgovarajućih uslova investiranja i prostornog planiranja.

Istraživanja pokazuju da mnogi subjekti iz javnog i privatnog sektora ne uviđaju potrebu integrisanog delovanja u pravcu izgradnje odgovarajućeg lanca vrednosti u turizmu. Ne postoji dugoročna vizija razvoja turizma, već su svi oni usmereni na sopstvene probleme, kao što su finansije, akvizicije i sl. Javne vlasti najčešće deluju preterano birokratski i administrativno putem brojnih dozvola, regulativa, planova itd. U takvim uslovima nije dovoljan samo dogovor predstavnika javnog i privatnog sektora. 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.

Iz gore navedenog može da se zaključi da je radi bržeg i uspešnijeg razvoja turizma destinacije Donje Podunavlje potrebno da se razviju partnerski odnosi između lokalne samouprave, javnih preduzeća, privatnog sektora i nevladinih organizacija i to na lokalnom, regionalnom i međunarodnom nivou. Pri tome treba da se postigne dogovor o razumnim očekivanjima jedne zajednice i da se ta očekivanja predoče organima vlasti. Svi identifikovani subjekti imaju interes za razvoj turizma na posmatranoj destinaciji. Realno je pri svemu tome istaći da najveći interes logično imaju same opštine i njeno stanovništvo.

III GEOGRAFSKI INFORMACIONI SISTEMI

1. Geografska informaciona nauka

Geografska informaciona nauka je nauka koja istražuje osobine i ponašanje geografskih informacija i optimalne načine njihovog transfera u prirodnim i veštačkim sistemima. Ona ispituje uticaj geografskih informacionih sistema na pojedince i društvo, i obrnuto. Prema GIS rečniku "informacija" znači "obaveštenje koje je rezultat sakupljanja, analize, ili sumiranja podataka u smislenom obliku", dok termin "geografska informacija" označava fenomen direktno ili indirektno vezan za lokaciju na Zemljinoj površi.[33]

Nauka donosi sudove na nivou zakona. Koncept geografskog prostora i rezultat geografske informacione nauke se primenjuje na nivou nauke.

Principi geografske informacione nauke su integracija prostornih i neprostornih podataka, dostupnost, tačnost, jezička i terminološka određenost i vizuelizacija.

Osnovni sadržaj geografske informacione nauke čini

1. prikupljanje i merenje podataka
2. dobijanje podataka
3. prostorna statistika
4. modelovanje
5. struktura podataka (algoritmi i procesi)
6. ekranski prikaz
7. analitički alati
8. institucioanlni, upravljački i etički aspekti

Prioriteti koji su postavljeni u ovoj nauci su prikupljanje prostornih podataka i njihova integracija**,** proračuni**,** obrada, geografske prezentacije, saznanja o geografskim informacijama i operacije sa njima, razmera, prostorna analiza u GIS okruženju, budućnost prostorne informacione infrastrukture, povezivanje prostornih podataka i GIS analize.

Geografska informaciona nauka razmatra osnovna pitanja koja su proistekla iz upotrebe sistema i tehnologije. To je nauka koja je neophodna da bi održala tehnologiju na nivou stalnog napredovanja i razvoja.

Ona ima multidisciplinarno polje izučavanja. Mnoge naučne discipline doprinose rešavanju pitanja kojim se ona bavi. Neke od njih su kartografija, geodezija, fotogrametrija itd. Danas se ta lista čak može proširiti i uključiti discipline poput kognitivne psihologije i prostorne statistike.

Pojmovi “prostorni” i “geografski” često se poistovećuju. Međutim, pojam “geografski” se odnosi na samu planetu Zemlju, na njenu dvodimenzionalnu površinu, trodimenzionalnu atmosferu, okeane i unutrašnje slojeve. Sa druge strane, pojam “prostorni” ima multidimenzionalni okvir, npr. medicinske slike se odnose na ljudsko telo, crteži u inženjerstvu na mehaničke objekte, a arhitektonski crteži na građevine.

[33] Jovanović V., *Geografska informaciona nauka*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005., str. 17

Prema tome, može se reći da je pojam "geografsko" podskup ili podvrsta u odnosu na "prostorno".

Geografska informaciona nauka oživljava mnoga pitanja. Jedno od njih je pitanje prezentovanja. Površina Zemlje je beskonačno kompleksna. Potrebno je doneti odluke o tome kako je snimiti i prezentovati u digitalnom sistemu, kako i gde uzeti uzorak, koje opcije za format podataka koristiti i sl. Kriterijumi koje treba koristiti pri izboru prikaza su tačnost prikaza, tačnost predviđanja i odluka baziranih na prezentovanom, smanjenje obima podataka, maksimiziranje brzine računanja, usklađenost sa drugim projektima, korisnicima i softverima, kao i usklađenost sa saznanjima koja ljudi imaju o svetu.

Još neka od pitanja koja se tiču prikaza su kako meriti njihovu tačnost, kako otkriti šta nedostaje i kako čitav taj sistem prikazati na način da bude jasan svim korisnicima.

Takođe, važno pitanje su i modeli i strukture podataka. Potrebno je naći najbolji način za efikasno čuvanje datih prikaza, za brzo preuzimanje informacija kroz odgovarajuće indeksiranje i postizanje interoperativnosti između sistema.

Pitanja vezana za prikazivanje geografskih podataka su kako metode prikazivanja geografskih podataka utiču na njihovu interpretaciju, na koji način kartografska nauka moze biti proširena kako bi se iskoristila moć digitalnog okruženja i koje osnovne osobine prikaza određuju njegov uspeh.

I poslednje, ali ne manje važno je pitanje analitičkih alata koje se odnosi na prirodu ljudske prostorne intuicije i na to kako ona može biti poboljšana GIS alatima, na to koje analitičke metode su potrebne da podrže specifične tipove odluka donesene korišćenjem GIS-a i kako te metode mogu biti predstavljene tako da ih korisnici efikasno mogu izabrati prema svojim potrebama.

Polje istraživanja geografske informacione nauke je traganje za redefinisanjem geografskog koncepta koji se koristi u kontekstu geografskih informacionih sistema. Takođe, ona ispituje uticaj GIS-a na pojedinca i društvo, i obratno. Ova nauka preispituje neke od fundamentalnih tema tradicionalno prostorno orijentisanih nauka, dok im se u novije vreme priključuju mnoga specijalizovanija istraživačka polja rada kao što su kompjuterske nauke, što doprinosi ukupnom razvoju društvenih nauka.

Naučne discipline koje tradicionalno izučavaju geografske informacione tehnologije su:

- kartografija - umeće pravljenja mapa
- daljinsko očitavanje - posmatranje Zemlje iz svemira
- geodezija – tačno merenje Zemlje i njenih prirodnih i antropogenih odlika
- fotogrametrija – merenje pomoću fotografskih snimaka i scena elektromagnetnog zračenja dobijenih senzorskim sistemima
- procesiranje slike – obrada i analiza podataka dobijenih pomoću slika

Naučne discipline koje tradicionalno izučavaju digitalne tehnologije i informacije u celini su:

- kompjuterska nauka, naročito:
  - baze podataka
  - računarska geometrija
  - obrada slike, prepoznavanje obrazaca
  - informatika

Naučne discipline koje tradicionalno proučavaju Zemlju, posebno njenu površinu i površinske slojeve sa fizičkog i društvenog aspekta su:

- geologija
- geofizika
- okeanografija
- poljoprivreda
- biologija, naročito ekologija, biogeografija
- geografija
- sociologija
- političke nauke
- antropologija

Važno je pomenuti da su sve ove naučne discipline potencijalni korisnici GIS-a.

2. Pojam GIS-a

Sve do skoro, prostorni podaci prikazivani su analognim mapama. Sve vrste atributnih podataka vođeni su po spiskovima ili popisima. U slučaju upita, sve potrebne informacije su morale da se prikupe pretraživanjem mapa ili arhiva. Razvojem digitalnih mapa, stvorena je mogućnost da se za mapu vežu i objekti sa svojim direktnim atributnim podacima, a te informacije se čuvaju u pripadajućim bazama podataka. Zahvaljujući tome, upiti su postali mnogo efikasniji, a istovremeno su stvorene i nove mogućnosti za pribavljanje informacija. Konačno, sve je to dovelo do tehnologije Geografskih Informacionih Sistema.

Geografski informacioni sistem (GIS) je kompjuterski sistem za pakovanje, upravljanje, integrisanje, rukovanje, analizu i prikazivanje podataka koji su prostorno vezani za Zemlju.[34] GIS daje mogućnost da se prostorni podaci koji se odnose na objekte definisanog oblika i lokacije direktno povežu sa alfanumeričkim podacima. [35] Posledica karakteristika ovih sistema je prednost u odnosu na klasične informacione sisteme, koja se ogleda u preciznom vrednovanju širokog domena javnih i privatnih delatnosti za objašnjavanje događaja, predviđanje ishoda i planiranje strategija.

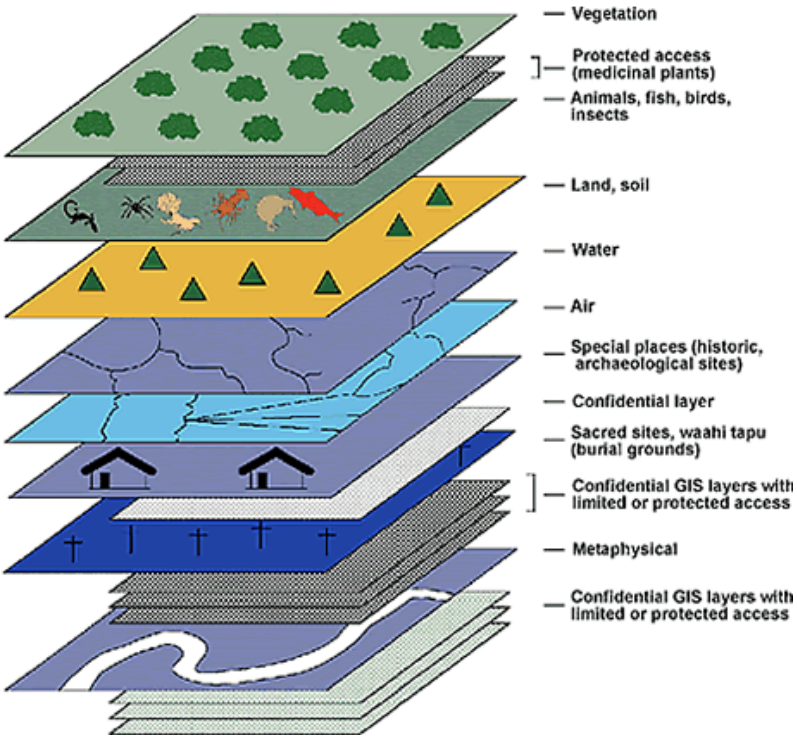
Svaki GIS projekat podrazumeva nekoliko takozvanih slojeva (layers) koji sadrže prostorne podatke o različitim temama. Slikovito - kao kada bismo preklopili niz klasičnih planova nacrtanih na providnim folijama, pri čemu svaki od njih sadrži samo određene vrste informacija (npr. put, vodovodnu mrežu, elektro mrežu, gasna mrežu, kanalizaciona mrežu, itd.). Pomenuti slojevi se mogu poslagati proizvoljnim redosledom u zavisnosti od toga šta tačno treba prikazati. Svaki sloj je povezan sa sopstvenom bazom podataka. Birajući jedan ili više objekata na datom sloju, moguće je vršiti pregled i pripadajućih alfanumeričkih podataka koji tada postaju vidljivi. Ove slojeve moguće je videti samostalno ili u kombinaciji sa drugim bazama, o čemu odlučuje korisnik. Svaka služba ima mogućnost da samostalno obrađuje, ažurira posebne delove podataka. GIS sve to integriše u jednu celinu, tako da korisnik sve to

[34] Jovanović V., *Globalna geografija*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005., str. 134

[35] Voerkelius U., Glavina J., Sprecht-Mohl C., Schilcher M., *GIS priručnik za lokalne samouprave u Srbiji*, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Stalna konferencija gradova i opština (SKGO), Beograd, 2008., str. 14

vidi u jednom pregledu. Zahvaljujući tome, izbeglo se višestruko ponavljanje podataka i neažurnost podloga, pri čemu se olakšava rad, podiže produktivnost i donose ispravne odluke.[36]

Slika 9: Lejeri u GIS okruženju



Izvor: www.landcareresearch.co.nz/research/sustainablesoc/social/ikdmpap.asp *(pregledano 14.4.2010.)*

GIS softver mora da ima neke osnovne funkcije, a to su informacije o osobinama putem selektovanja, prostorni upiti (Spatial Queries), atributni upiti (Attributive Queries), postavljanje pojasa (Buffering), dodatne prostorne funkcije, statistika, tabelarne funkcije (Table Functions), tematsko kartiranje (Thematic Mapping) i prikaz (Layout).[37]

Postojanje podataka garantuje dobar start za izradu kvalitetnog GIS-a, međutim veći problem je objedinjavanje ovih podataka. Značaj GIS-a leži u njegovoj sposobnosti da poveže aktivnosti koje su prostorno povezane, kao i da integriše prostorne i druge vrste informacija unutar jednog sistema i da na taj način omogući konzistentni okvir za analizu prostora.

GIS je doprineo promeni i same geografske orijentacije, koja se kretala od deskriptivne i informativne ka problemskoj. Zato se stalno i naglašava važnost ovog alata u procesu donošenja odluka i rešavanju geografski postavljenih problema u realnom okruženju.

Geografski informacioni sistemi danas predstavljaju jedno od najsloženijih i najdinamičnijih područja primene računara. Glavni razlog tome je njihova izuzetna složenost, koja pokriva ne samo nekoliko područja informatičkih tehnologija (baze podataka, projektovanje pomoću računara, automatsko prikupljanje podataka, itd.) već

[36] Mahaček J., *GIS Geografski Informacioni Sistemi*, MUP R. Srbije, Powerpoint prezentacija
[37] Voerkelius U., Glavina J., Sprecht-Mohl C., Schilcher M., *GIS priručnik za lokalne samouprave u Srbiji*, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Stalna konferencija gradova i opština (SKGO), Beograd, 2008., str. 15

i nekoliko različitih tehničkih i naučnih disciplina (geodezija, ekologija, operacijska istraživanja, itd.).

Oznaka GIS obuhvata i

- tehnologiju
- proizvode
- kao i nameru za pripremanje geografskih podataka. [38]

3. GIS komponente

GIS podrazumeva određenu infrastrukturu i organizaciju koja će ga s jedne strane podržati, a on sam mora biti projektovan u skladu s potrebama klijenta kome je namenjen.[39] Osnovne komponente jednog kompletnog GIS okruženja su:

- hardver
- softver
- ljudi
- baze podataka.

Pored ovih, u literaturi se sve češće, s pravom, kao osnovne komponente navode i

- računarska mreža i
- procedure.

Slika 10: Komponente GIS okruženja



Izvor: www.cookbook.hlurb.gov.ph/book/export/html/5 *(pregledano 23.09.2010)*

[38] http://advantageaustria.org/rs/zentral/focus/technology/gis/GIS_generell.sr.jsp?newLanguage=sr (pregledano 12.4.2010)
[39] www.personalmag.rs/software/primenjena-geografija-kroz-gis-sisteme/ (pregledano 23.5.2010)

Termin **hardver** u geografskom informacionom sistemu je standardizovan sa značenjem: svi delovi fizičkih komponenti bilo kog informacionog sistema za procesiranje, odnosno obradu (ISO-2381-1).[40] GIS softver radi na različitim hardverskim platformama, od centralizovanih računarskih servera do desktop računara koji se koriste u samostalnoj ili mrežnoj konfiguraciji, al i na drugim uređajima na kojima se može prikazivati GIS (PDA, telefon, bord kompjuter u automobilu,...). Razvoj hardvera bio je presudan za napredovanje i implementaciju GIS-a. Veliki razvoj hardvera 80-ih godina XX veka omogućio je da mnoge platforme, od onih sa vrlo skromnim mogućnostima do onih veoma moćnih, postanu nosioci GIS-a. Cena hardvera značajno opada i računari postaju dostupni većem broju ljudi a GIS aplikacije lakše nalaze put do krajnjeg korisnika.

Osim centralne procesorske jedinice, hardversku osnovu čine i periferni uređaji koji se dele na ulazne i izlazne. Ulaznim pripadaju digitajzeri, interpretatori satelitskih i aero-snimaka i skeneri, a izlaznim ploteri i štampači.

Softver je druga ključna komponenta GIS-a i on obezbeđuje funkcije i alate koji se koriste za skladištenje, analizu i prikaz geografskih informacija. Ključne komponente softvera su: alati za unos i manipulaciju geografskim informacijama, sistem za upravljanje bazama podataka (Database Management System – DBMS), alati koji podržavaju upit, analizu i vizuelni prikaz i grafički korisnički interfejs za lak pristup alatima.[41]

Dva su ključna momenta u razvoju GIS softvera. Prvi je uvođenje grafičkog interfejsa, a drugi mogućnost da se pomoću postojećeg alata kreiraju nove, specifične i određenim potrebama prilagođene aplikacije, čime se baza korisnika GIS-a znatno proširila. Danas postoji veliki broj proizvođača GIS softverskih paketa: *Autodesk, ESRI, Intergraf, Mapinfo, Smallworld, Idrisi*. Svaki od proizvođača ima veliki broj proizvoda u okviru datih paketa. Savremeni GIS paketi imaju mogućnost izvršavanja više hiljada operacija. Neophodno je da softverski paketi omoguće pet osnovnih postupaka pomoću kojih se podaci unose, arhiviraju, modeliraju, transformišu i prezentuju.[42]

U odnosu na druge konkurentske softvere, GIS platforme, ESRI-jev ArcGIS se ističe svojom kompleksnošću u pogledu strukture softvera, ali i jednostavnošću korišćenja, kompatibilnošću sa drugim softverskim alatima, kao i svojom zastupljenošću na tržištu, što je posebno značajno kod velikih korisnika koji zahtevaju dostupnost širokom spektru podataka (korisnici u Srbiji su: Ministarstvo odbrane, Ministarstvo unutrašnjih poslova, Republički geodetski zavod, Republički zavod za statistiku, Republička agencija za prostorno planiranje, Direkcija za izgradnju Grada

[40] Jovanović V., *Globalna geografija*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005., str. 137
[41] www.personalmag.rs/software/primenjena-geografija-kroz-gis-sisteme/ (pregledano 23.5.2010)
[42] Jovanović V., *Globalna geografija*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005., str. 139

Beograda, Beogradski vodovod, Elektrodistribucija, kao i niz opština u Republici: Šabac, Užice, Čačak, Kraljevo, Subotica i dr.)[43]

Uz oslanjanje na osnovni softver, mogu se primeniti i brojne druge aplikacije. One korisniku pružaju dodatne funkcije i alate za specijalne namene, kao što je katastar vodova ili urbanističko planiranje. Pomoću njih, GIS je mnogo napredniji i prilagođeniji korisniku kada je reč o primeni u posebnim oblastima.[44]

Savremeni softver za GIS uglavnom obuhvata i sistem za upravljanje bazom podataka, a daje i mogućnost povezivanja sa spoljnim bazama geopodataka.

Jednu od osnovnih komponenti GIS-a čine i **ljudi**, stručnjaci koji se bave kreiranjem GIS paketa, ali i analizama u GIS okruženju. Upravo su ove analize jedan od ključnih elemenata aplikativnosti GIS-a jer se kroz analize zapravo otkriva sva vrednost i moć koju ovaj savremeni alat poseduje. Ljudi koji se bave analizama u GIS okruženju moraju da poseduju opšte znanje o procesima, pojavama i objektima koji se analiziraju, ali i da poznaju osnove GIS-a. Ljudi mogu da prevaziđu nedostatke GIS komponenti, međutim najbolji softver i računari ne mogu kompenzovati nekompentenciju ljudi.

Uvođenje GIS tehnologija zahteva utvrđivanje jasnih **procedura** i zakonskih regulativa na državnom i institucionalnom nivou.[45] Ovi standardi su neophodni kako bi se osigurao kvalitet i tačnost u svim fazama kreiranja i primene GIS-a. U zemljama koje tek počinju da se bave GIS-om ne postoje nikakvi standardi. Oni se tek uvode u fazi merenja i prikupljanja podataka, s ciljem da podaci budu dostupni za razmenu, ali se zato još uvek nije uradilo ništa na standardizovanju kasnijih faza.

Kao komponenta GIS-a pominje se i **mreža**. Kada govorimo o mreži, to se odnosi na lokalne mreže (Local Area Networks, LAN), koje povezuju uređaje na relativno malim udaljenostima i globalne mreže (Wide Area Networks, WAN), koje pokrivaju šire geografsko područje. Sasvim je razumljiva veza i preklapanje koje se javlja između Interneta i GIS-a, s obzirom da je Internet je potpuno izmenio sve segmente u savremenom svetu, od svakodnevnog života, preko vođenja biznisa, obrazovanja i komunikacija. Da bi se iskoristila prednost koju je pružila globalna mreža korisnika, formirana je Geografska mreža – integrisana kolekcija geografskih informacija i provajdera, kao i korisnika interneta.

Od navedenih elemenata GIS-a, najvažniji su svakako **podaci**. Bez odgovarajućih podataka nema ni GIS-a. Podaci koji opisuju bilo koji deo Zemljine površine ili neke njene osobine nazivaju se geografski podaci.[46] Geografski podaci koji se prikupljaju mogu biti u analognoj (topografska karta) i digitalnoj formi. Kako GIS operiše samo sa digitalnim podacima, to se svi analogni moraju konvertovati u digitalnu formu i tek kao takvi mogu se importovati u bazu podataka. Danas se čine

[43] Krunić, N., Milijić, S., Šiđanin, P., *Primena GIS-a u planiranju planinskih turističkih područja*, Upravljanje održivim prostornim razvojem, posebna izdanja 50, IAUS, Beograd, 2006. str 81-92, str. 7 u članku

[44] Voerkelius U., Glavina J., Sprecht-Mohl C., Schilcher M., *GIS priručnik za lokalne samouprave u Srbiji*, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Stalna konferencija gradova i opština (SKGO), Beograd, 2008., str. 21

[45] Jovanović V., *Globalna geografija*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005., str. 142

[46] Jovanović V., *Geografska informaciona nauka*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd 2005., str. 47

veliki napori na standardizaciji formata, kako bi se poslovi oko konvertovanja podataka sveli na najmanju moguću meru (ISO - Svetska organizacija za standarde, i CEN - Evropski komitet za standardizaciju).

Izvori podataka o prostoru iz aspekta izgradnje baze podataka mogu biti primarni i sekundarni. Primarnim izvorima nazivaju se oni koji su namenjeni prikupljanju podataka za bazu podataka GIS-a i to su avio, satelitski i radarski snimci, podaci GPS premera, dok podaci namenjeni za neke druge svrhe, te se određenim transormacijama moraju prevesti u forme prihvatljive za GIS, kao što su postojeće topografske karte, katalozi, i tome slično čine grupu sekundarnih izvora. Savremeni sistemi za primarno prikupljanje podataka o prostoru, podatke prikupljaju direktno u digitalnom obliku. To je njihova glavna prednost, dok je njihov glavni nedostatak još uvek veliki finansijski izdatak i velika investicija.[47]

Možda najdugotrajniji i najskuplji aspekt uvođenja GIS-a jeste kreiranje **baze podataka**. Ključno je proveriti kvalitet podataka pre stavljanja istih u upotrebu. Greške u skupu podataka ne samo da mogu da produže vreme i povećaju troškove implementacije GIS-a, nego će i krajnji rezultat GIS analize verovatno biti pogrešan.

Postoji par stvari koje treba razmotriti pre sakupljanja geografskih podataka:
Poreklo - Ovo je opis izvornog materijala iz kojeg su izvedeni podaci, kao i opis metoda za izvođenje tih podataka, uključujući i sve transformacije koje su učestvovale u proizvodnji konačne digitalne datoteke. Ovaj opis bi trebao da sadrži sve datume upotrebe izvornih materijala, kao i datume svih obnova i promena koje su napravljene nad njima.
Poziciona tačnost - To je bliskost subjekta u odgovarajućem koordinatnom sistemu sa njegovim pravim položajem u sistemu.
Atributska tačnost - Atribut je činjenica o nekoj lokaciji, skupu lokacija, ili funkcijama na površini Zemlje. Ove informacije često uključuju određene mere i oznake , kao što su temperatura, visina ili naziv mesta. Izvor greške obično leži unutar zbira ovih činjenica. Zbog toga je za analizu GIS-a bitno da ova informacija bude tačna.
Logička doslednost – Ona se bavi logičkim pravilima strukture i atributskim pravilima prostornih podataka i opisuje kompatibilnost podataka s drugim podacima u skupu. Postoji nekoliko različitih matematičkih teorija koje su korištene da testiraju logičku doslednost. Neki od tih testova su metrički i test učestalosti, topološki i test međusobnih odnosa. Ove provere doslednosti bi trebale da se sprovode u različitim fazama rukovanja prostornim podacima.
Potpunost - Prilikom ove provere može da se vidi da li nedostaju neki važni podaci. Na taj način mogu da se otkriju propusti ili određena ograničenja nastala zbog prostornih pravila zbog kojih određena informacija neće biti prikazana u celini.[48]

Dakle, baze prostornih podataka moraju udovoljiti uobičajenim zahtevima standardnih baza podataka (sigurnost, pouzdanost, konzistentnost, stabilnost), kao i posebnostima prostornih podataka.

[47] Borisov M., *Razvoj GIS*, Zadužbina Andrejević, Beograd, 2006., str. 26
[48] http://maic.jmu.edu/sic/gis/components.htm (pregledano 3.2.2010)

4. GIS aktivnosti

Standardne GIS aktivnosti su:

6. Unos podataka

Za unos u GIS podaci se moraju obezbediti u odgovarajućem digitalnom forrnatu. Ovaj postupak naziva se konverzija podataka. Postupak konverzije iz analognog oblika (klasične karte) u digitalni naziva se digitalizacija. Savremena GIS tehnologija može u potpunosti ili delimično automatizovati ovaj proces, koristeći postupak skeniranja, a nakon toga i digitalizaciju.

7. Obrada podataka

Po unosu podataka obično je potrebna njihova dorada u smislu potpunog prilagođavanja GIS-u. Često je potrebno izvršiti formiranje topologije ili uskladiti razmere različitih karata. Potrebno je prilagoditi izvorne podatke standardima GIS-a, ili se određeni elementi podataka moraju ukloniti, dodati i ažurirati. GIS pruža mnogo alata za obradu digitalnilh planova.

8. Upravljanje podacima

GIS omogućuje povezivanje ili integraciju podataka koje bi bilo jako teško, možda i nemoguće povezati na neki drugi način. Upravljanje podrazumeva manipulaciju sa podacima - organizovanje, uređivanje i održavanje baze podataka. Tabelarni i grafički podaci se čuvaju u relacionim bazama podataka, a one se povezuju ostalim aplikacijama van GIS-a. Ove baze podataka formirane su kao skup tabela. Zajednička polja u različitim tabelama koriste se za njihovo povezivanje. Ova izuzetno jednostavna ideja koristi se zbog svoje fleksibilnosti i široke primene i u raznim drugim aplikacijama van GIS.

9. Upiti i analize

Kad se jednom formira baza, postaje veoma lako dobiti odgovore na različita pitanja: šta je to, gde se nalazi, ko je vlasnik parcele, koliko je rastojanje, šta se nalazi pored, koje su zone ugroženosti, pa analogijom i kompleksnija pitanja poput: da li da gradimo autoput, aerodrom, naftna postrojenja itd. U zadnje vreme GIS se veoma često koristi za modeliranje događaja i pitanja tipa: "šta ako?".

Da bi se odredili međusobni odnosi objekata u prostoru i time odgovorilo na ova pitanja, GIS koristi postupak formiranja prostornih pojaseva (buffering).

10. Vizuelizacija i izveštavanje

Kao odgovor na većinu upita, izveštaj se dobija u formi tematske karte. Vizuelizacija informacija u formi karte ima niz značajnih prednosti u odnosu na numeričke izveštaje. Raspored, pravila kretanja i promene nekih vrednosti mnogo je lakše uočiti na tematskoj karti, nego što se mogu uočiti u alfanumeričkim tabelama.

GIS omogućuje kreiranje različitih formi izveštaja - od tematskih karata i 3D modela terena preko multimedijalnih prikaza do klasičnih tabelarnih izveštaja.[49]

5. Primena GIS-a

GIS pruža širok opseg raznih primena.To pre svega znači, da je od koristi u svakoj instituciji koja se bavi prostornim podacima. Sve institucije i preduzeća koja se na bilo koji način bave prostorom, odnosno upravljanjem i eksploatacijom prostornih objekata (urbanizam, građevinsko zemljište, putna i železnička mreža, vodovod, kanalizacija, elektrodistribucija, gasna distribucija, telekom, toplovod, ekologija, zelenilo, poljoprivreda i šumarstvo) mogu da koriste GIS. GIS se može koristiti za organizovanje i upravljanje resursima koji su vezani za prostor, planiranje i prostorni razvoj.

Pored onih tipičnih primena koje se odnose na svakodnevne postupke u lokalnim samoupravama, dobro razrađen GIS nudi i unosnije namene u domenu pružanja usluga, kao što su marketing i prodaja, transport i distribucija, zdravstvo, osiguranje, turizam i još mnogo toga. Na primer, putna mreža se može proveravati, održavati i razvijati tako da se spreče saobraćajne gužve. U planiranju rekreativnih sadržaja, potrebe za zelenim površinama i parkovima se mogu analizirati, a katastar stabala voditi u digitalnom formatu. Pored toga, postoje i druge funkcije u domenu upravljanja kapacitetima za rekreaciju i održavanja samih javnih parkova. U oblasti turizma, mogu se razraditi mreže staza i ruta, a mogu se bolje voditi i znameniti turistički lokaliteti, odnosno turistička infrastruktura. Čak se i uticaj izbora ili ispitivanja javnog mnjenja na političke teme može lako predstaviti pomoću GIS-a. Takođe sve je češća primena GIS-a u vojnim institucijama i bezbedonosnim službama.

6. GIS u turizmu

Moć informacionog sistema leži u korištenju podataka iz više izvora. Moć se višestruko povećava ako su podaci prikazani u jedinstvenom prostornom okviru. Presudno je podatke iz različitih prostornih okvira postupkom transformacije prevesti u jedinstveni.

Turizam je jedna od najširih i najbrže rastućih privrednih oblasti. I turizam i informacione tehnologije obezbeđuju strateške šanse i moćna oruđa za ekonomski rast, raspodelu dobara i razvoj jednakosti širom sveta.

Turizam danas sve češće koristi nove tehnologije u upravljanju i kontroli turističkih aktivnosti u prostoru, kao i u podršci procesu odlučivanja. U početku je razvijeno samo nekoliko osnovnh funkcija za potrebe turista: izbor hotela, informisanje o tržnim centrima u blizini hotela ili interesantnim turističkim atrakcijama. Sa razvojem turističke industrije, GIS ubrzo pronalazi svoju upotrebu, ne samo u izboru lokacije, već i u distribuciji, marketingu, analizi prometa turista. Danas se ovaj alat, kada je reč o turizmu, najviše koristi u turističkom planiranju, odnosno u oblasti menadžmenta turističkih resursa.

Primena GIS-a u turizmu podrazumeva više različitih procesa: [50]

[49] http://mapper.nebojsa.rs/gis/general/uvod/gis-aktivnosti.html (pregledano 3.12.2009)

- prikupljanje, manipulacija i čuvanje informacija vezanih za prostor na kome se vrši popisivanje turističkih i rekreativnih resursa;
- istraživanje uslova, putem digitalnih interaktivnih karata, a u procesu identifikacije najpogodnijih lokacija za razvoj turističke delatnosti;
- objedinjavanje baza podataka prilikom analize trendova u intenzitetu posledica turističke aktivnosti u prostoru;
- utvrđivanje itinerera i pravaca turističkih ketanja;
- prostorna analiza veza i odnosa koji postoje između različitih turističkih i rekreativnih resursa;
- prostorno modelovanje potencijalnih uticaja turizma na datu oblast proučavanja.

Planiranje u turizmu se odnosi na integrisano planiranje prirodnih, kulturnih, antropogenih atraktivnosti, usluga (smeštaj, restorani, prodavnice, info punktovi, turističke organizacije i agencije, turoperatori, menjačnice, medicinske ustanove, pošte itd.) i saobraćaja. Svi ovi resursi mogu se obuhvatiti jednim zajedničkim pojmom - turistička infrastruktura.

Planiranje u turizmu zahteva skupljanje i obradu velikog broja prostornih podataka, jer se sve lokacije i njihov odnos definišu i analiziraju u prostornom kontekstu. Unutar GIS-a, elementi turističke infrastrukture mogu biti prikazani geometrijski, tematski i topološki. Takođe, GIS može upravljati podacima o objektima (info punktovi, putevi), kao i podacima o prirodnim uslovima (vlažnost vazduha, nadmorska visina), a oba tipa podataka mogu biti predstavljena u vektorskom i rasterskom formatu.

Da bi se napravila turistička mapa, moraju da se spoje vektorski grafički oblici, tekstualne informacije i fotografije. Svaki objekat je povezan sa tematskim slojem. Svaki sloj kombinuje povezane objekte, kao što su putevi, građevine ili vodeni tokovi. Da bi se turistički podaci integrisali u tradicionalni model slojeva koji obuhvata puteve, vegetaciju i sl., ovaj model mora biti proširen sa dodatnim slojevima kao što su hoteli, restorani itd.

Atributske informacije o različitim turističkim resursima sakupljene iz različitih izvora mogu da budu povezane sa njihovim prostornim odlikama. To uključuje sledeće korake:[51]

- Sastavljanje i dodavanje tekstualnih informacija odgovarajućim lokacijama u tabelama
- Razvoj i uređivanje slika i crteža dodavajući tekstualne oznake
- Povezivanje fotografija sa njihovim lokacijama
- Povezivanje digitalnih audio tekstova sa nekim od izabranih mesta na mapi

Link ka određenoj karakteristici na mapi bi prikazao sliku u kombinaciji sa tekstom, a za neke određene lokacije i zvučni opis. Audio delovi bi uglavnom

---

[50] Šećibović R., Maksin-Mićić M., Komlenović Đ., Manić E., *Uvod u geografiju turizma sa osnovama prostornog planiranja*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006., str. 174

[51] Jovanović V., Njeguš A., *The Application of GIS and its Components in Tourism*, Yugoslav Journal of Operations Research, Belgrade, 2008., str. 264

obuhvatali kratak istorijat, dostupne objekte i znamenitosti, kao i šta je ono što bi potencijalni posetilac mogao da doživi prilikom posete.

Kao najbolji alat koji se može upotrebiti u procesu upoznavanja sa svima aspektima delovanja turizma u prostoru, upravo se izdvaja geografski informacioni sistem.

GIS je moćan, ali još uvek premalo korišćen alat za istraživanje u turizmu. On ima ogroman potencijal za primenu u upravljanju, razvoju i razumevanju dinamike turizma. Integracija različitih izvora podataka u GIS ima mogućnost da vizuelno prikaže dinamiku turizma i različite uticaje koji postoje, povezujući turističke podatke sa drugim podacima (podaci o degradaciji zemljišta, zagađenju vazduha, ekonomski podaci). Ovo pomaže u identifikaciji i razumevanju određenih pojava koje utiču na turizam, kao i u otkrivanju u kojim oblastima upravljanje turizmom treba da se unapredi.[52]

[52] Page J. S., *Tourism Management: Managing For Change*, Butterworth-Heineman, Oxford, 2003., str. 311

IV PRIMENA GIS TEHNOLOGIJE U MARKETINGU TURISTIČKE DESTINACIJE DONJE PODUNAVLJE

1. Analiza postojećih pokušaja primene GIS-a na nivou turističke destinacije Donje Podunavlje

Područje Donjeg Podunavlja na domaćem tržištu nije prepoznatljivo kao turistička destinacija visokog kvaliteta, što je rezultat slabo razvijenog lanca vrednosti i nedovoljnog i neadekvatnog marketinga. Veliki deo mlađe 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 ovo područje je gotovo neprepoznatljivo kao turistička destinacija, na šta ukazuje krajnje skroman inostrani turistički promet koji je u najvećoj meri ostvaren po osnovu dolaska poslovnih putnika ili noćenja tranzitnih prolaznika.

Područje Donjeg Podunavlja ima mnogo turističkih resursa, objekata, proizvoda i drugih stvari koje može ponuditi. Da bi se još bolje ispitali turistički potencijali Donjeg Podunavlja, GIS se može iskoristiti i u konceptualnom i u tehnološkom smislu. To se direktno odnosi na kreiranje kartografskih slojeva (lejera) i čuvanje podataka o prostoru i antropogenim objektima, korišćenju zemljišta i zonama sa različitim nivoima zaštite životne sredine. Dakle, treba definisati posebne slojeve o putevima, gazdinskim jedinicama, parcelama, rekama, jezerima, objektima itd.

U isto vreme, GIS se može koristiti kao analitički alat za uspostavljanje rasporeda i gustine turističkih objekata u ovom području, kao i za njihove karakteristike, kao što su tip, kategorija, ime, kvalitet itd. Rezultati se mogu videti kroz upite.

S obzirom na turističke potencijale područja Donjeg Podunavlja, bilo je par pokušaja da se poboljša i ubrza njegov turistički razvoj. Međutim, naišlo se na određene probleme:

- teškoće u ažuriranju postojećih grafičkih turističkih vodiča i mapa (skupo, monotono i oduzima puno vremena)
- nedostatak digitalnih informacija o turističkim objektima i destinacijama
- nedostatak razumljivih i obimnih informacija na internetu
- neadekvatna motivacija za efikasan marketing
- neadekvatna analiza turističkih kretanja
- neadekvatna i nedovoljna promocija turizma područja
- nemogućnost prilaženja turizmu sa aspekta savremenih informacionih tehnologija

Navedene smetnje utiču na stvaranje motivacije za dizajniranje baze podataka koja bi sadržala informacije o turističkim objektima i za razvoj mrežnog GIS-a ovog područja.

Kako bi se kvalitetnije upravljalo destinacijom Donje Podunavlje i svim njenim resursima, neophodno je formirati, a nakon toga i staviti u upotrebu integralan geografski informacioni sistem. Uvođenje GIS-a na području opština Donjeg Podunavlja može obezbediti turističke informacije na integrisani način i to bi bilo od velike koristi ne samo za ovo područje, nego za čitavu Srbiju. Na taj način bi se stvorila jedinstvena baza podataka o flori, fauni, paleontologiji, hidrologiji, geologiji, prirodnim rezervatima, predelima posebnih prirodnih vrednosti, prirodnim spomenicima, putevima, pešačkim stazama, nepokretnim kulturnim dobrima od izuzetnog značaja itd.

2. Arhitektura novog sistema

Uspeh turizma u bilo kojoj zemlji zavisi od sposobnosti te zemlje da uspešno razvija, upravlja, i trguje sa turističkim objektima i delatnostima u njoj. Najrazvijenije zemlje zavise prvenstveno od turizma, kada je u pitanju ekonomski rast i razvoj. U Srbiji, nadležne vlasti za turizam neprekidno sakupljaju podatke o turističkim objektima. Sa informacijama na različitim mestima, nekima na papiru, nekima u elektronskoj formi, potrebno je dosta vremena da se odgovori na klijentov upit. Informacioni sistem, koji je u stanju da odgovori na pitanja o tome gde se nalaze objekti i resursi, predstavlja ogromnu prednost. Koristi od GIS-a su očigledne: informacija je uvek aktuelna. Umesto klasičnog prikazivanja mape, softver može da uključi fotografije, zvuk, tekst, animacije i video snimke. Kombinacija nekoliko medija obično rezultira bogatijom i moćnijom prezentacijom informacija i ideja, čime se stimuliše interes i zadržava pažnja korisnika.

U budućnosti GIS će koristiti gotovo svaki korisnik računara. Ni jedan korisnik neće kupiti i instalirati skupi program da bi isplanirao svoj odmor. Prema tome, ne postoji bolje rešenje za uključivanje turista u korišćenje GIS-a od GIS-a na internet nivou.

Osnovne karakteristike GIS aplikacija na Internetu su:[53]

- interaktivnost
- distribuiranost
- dinamičnost
- prenosivost i interoperabilnost
- multimedijalni prikaz.

Internet GIS je posebna vrsta alata opšteg GIS-a koji koristi Internetkao glavno sredstvo za pristup i prenos distribuiranih podataka i programskih funkcija i obavlja GIS prezentacije.

U domenu sistema koji se koriste za planiranje, internet GIS postaje sve popularniji. Postoje dva glavna razloga za to:

- turistička preduzeća uglavnom nisu u mogućnosti da kupe i upravljaju profesionalnim sistemom za planiranje

[53] Kukrika M., *Geografski informacioni sistemi*, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu,, Beograd, 2000., str. 224

- korišćenjem internet GIS-a moguće je uključiti sve podatke i informacije koji pripadaju i koji se nalaze na internet mreži. Turistički informacioni sistemi će imati mogućnost da ih sakupljaju automatski.

U osnovi postoje dve vrste arhitekture za razvoj GIS aplikacija na internet nivou: klijentska strana i server strana. Server strana dozvoljava korisnicima (klijentima) da proslede zahtev za podacima i analizama Web serveru. Server obrađuje zahteve i vraća podatke ili rešenje klijentu. Klijentska strana omogućava korisnicima da manipulišu podacima i sprovedu određene analize lokalno, na sopstvenim računarima. Sistem treba da bude dizajniran korišćenjem kombinacije ove dve vrste arhitekture. Ovaj dizajn omogućava korisniku da koristi obe gore navedene tehnike za pristup GIS-u putem interneta.

3. Kreiranje baze podataka

Prikupljanje podataka za ovaj projekat bi trebalo da se sprovede korišćenjem primarnih i sekundarnih metoda za prikupljanje.

Primarni metodama podaci se prikupljaju kroz intervjue i posmatranje. Da bi dobili potrebne podatke za ovaj projekat, trebalo bi intervjuisati osobe koje su zadužene za pitanje turizma, i to kako na opštinskom (turističke organizacije opština Veliko Gradište, Kladovo, Golubac, Majdanpek i Negotin, odseci za turizam skupština opština Donjeg Podunavlja), tako i na republičkom nivou (Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja, Turistička organizacija Srbije). Takođe je potrebno napraviti intervjue sa stručnjacima koji se bave analizama u GIS okruženju. Bližim posmatranjem i istraživanjem različitih mesta od turističke vrednosti može se doći do važnih podataka.

Sekundarni podaci uključuju podatke koji se sakupljaju iz turističkih magazina, knjiga, i druge literature vezane za turizam i GIS. Još jedan važan izvor ovih podataka je internet.

GIS podaci uključuju prostorne i atributske podatke. Prostorni podaci se odnose na položaje na zemlji a atributski podaci se sastoje od dodatnih informacija kao što su slike, tekstovi i slično. Srž baze podataka, prostorna komponenta, može se razviti korišćenjem nekih od GIS softvera poput ArcGIS programskog paketa kompanije ESRI, Autodesk GIS Design Server paketa itd. Prethodno navedeni programi mogu se iskoristiti i kao razvojna platforma za poboljšanje kartogafskog prikaza i vizuelizacije.

Za primenu GIS–a nophodna je mapa na kojoj prikazujemo podatke. Mapa treba biti što kvalitetnija, a kvalitetnom mapom smatramo onom koja je tačna tj. postavljena u tačne geografske koordinate. Da bi se obezbedio poboljšan kartografski prikaz, korišćenjem ArcView softvera mogu se razviti digitalne mape. Oznake i odgovarajući grafički simboli treba da se dodele različitim delovima radi lakše kategorizacije, identifikacije i vizuelizacije. Treba klasifikovati turističke podkategorije kao što su putevi, hoteli, transport i sl. Procedura razvoja mapa ili datoteka sa mapama trebalo bi da uključuje sledeće:

- nabavljanje grafičkih mapa koje obuhvataju teritorije opština Donjeg Podunavlja
- brz obilazak svih turističkih lokacija da bi se utvrdilo postojanje turističkih objekata i da bi se definisala njihova raspoređenost u prostoru

- pretvaranje grafičkih mapa u digitalne, korišćenjem nekih od programa kao što je ArcView
- redigovanje da bi se otklonile greške
- kreiranje baze podataka za svaku temu
- kreiranje veza, upita i izveštaja između posebnih delova mape

Atributske informacije o raznim turističkim objektima koje se sakupljaju iz različitih izvora povezuju se sa prostornim delovima na koje se odnose. Ovaj postupak bi imao sledeći tok:

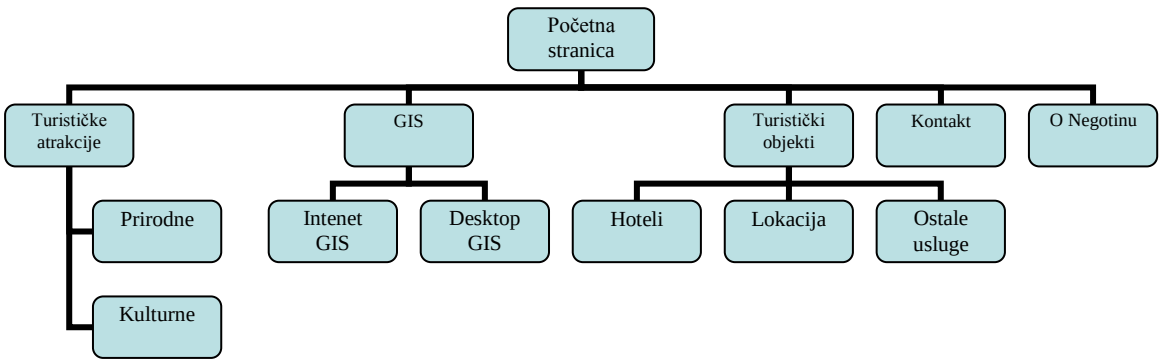
- sastavljanje i dodavanje tekstualnih informacija lokacijama u tabelama
- kreiranje i dodavanje fotografija tekstualnim oznakama i naslovima
- priključivanje fotografija prostornim delovima koristeći takozvanu hotlink opciju

Podaci se dobijaju u dva osnovna oblika: analognom i digitalnom. Analogne podatke je potrebno digitalizovati, kako bi bili upotrebljivi za formiranje informacionog sistema. Digitalne podatke je vrlo često potrebno doraditi, dopuniti i sistematizovati. Ovi problemi javljaju se delom usled nerazvijenosti internih informacionih sistema opštinskih i javnih službi, preduzeća, ali i usled različite metodologije i sistematizacije prikupljanja, obrade i čuvanja digitalnih podataka.[54]

4. Hijerarhijski dizajn web sajta

Hijerarihijski dizajn web stranice podrazumeva deljenje funkcija visokog nivoa na podfunkcije i uspostavljanje određenih odnosa i povezanosti između naznačenih funkcija.

Grafikon 3: Hijerarhijski dizajn web stranice



Izvor: Fajuyigbe O., Balogun V. F., Obembe O.M., Web-Based Geographical Information System (GIS) for Tourism in Oyo State, Nigeria, Information Technology Journal, Akure, Ondo State, Nigeria, 2007., str. 619

[54] Milijić,S., Krunić, N., Mitrić N., *Racionalizacija izrade prostornih planova primenom GIS-a*, Zbornik radova: Planska i normativna zaštita prostora i životne sredine, Palić-Subotica, 2007. str. 473-481, str. 2 u članku

GIS rezultat realizovan ovim projektom može biti u dva oblika: internet GIS rezultat i desktop GIS rezultat. Razlog je dvostruki dizajn korišćen u arhitekturi sistema.

Model upitnika prilagođen projektu treba da bude razvijen za upite u tekstualnom, izveštajnom i grafičkom formatu. U nastavku će biti navedeni primeri glavnih upita koji će moći biti izvršeni sa razvojem baze podataka.

- Sveobuhvatan pregled odlika terena
- Lokacije turističkih tačaka u odnosu na topografiju
- Detaljne informacije o svakom mestu na terenu
- Turistički objekti i usluge
- Razdaljine između opština Donjeg Podunavlja, kao i od drugih turističkih mesta i od glavnih administrativnih centara
- Saobraćajna mreža na području opština, kao i njihova međusobna saobraćajna povezanost
- Granice opština
- Fotografije, tekst i druge informacije o turističkim atrakcijama (korišćenjem hotlink opcije)
- Gustina naseljenosti na području opština, što bi pomoglo proceni budućeg turističkog prometa

Kada je web sajt postavljen na internet i kada korisnik unese adresu sajta i sajt krene da radi, početna stranica je prva stranica koju korisnik vidi. Ona sadrži naslov i linkove ka ostalim stranicama na web sajtu. Jedan od tih linkova je i link ka GIS prezentaciji.

Pritisak na GIS dugme vodi ka prostornim informacijama o turističkoj destinaciji. Ova opcija omogućava turistima da odrede lokaciju turističkih centara na digitalizovanoj osnovnoj mapi.

Ova stranica se sastoji od detaljnih mapa i mape koja prikazuje čitavo područje. Imala bi sledeće opcije i mogućnosti:

- pronalaženje lokacije turističkog centra
- identifikovanje turističkih tačaka
- pronalaženje najlakšeg puta do određene tačke ili do same turističke destinacije
- prikazivanje lokacija turističkih objekata poput hotela i drugih smeštajnih kapaciteta
- prikazivanje fotografija turističke destinacije
- predstavljanje panoramskih puteva
- mape maršuta kretanja po različitim vidovima tura (pešačke, biciklističke, drumske, vodene) sa opisom i fotografskim prikazom atrakcija, kao i prostornom i vremenskom udaljenošću

Link hotela na ovoj stranici trebao bi da vodi do stranice koja nudi informacije o hotelu (kategorija, tip, posebne karakteristike, cene, kontakti i sl.) sa fotografijama eksterijera i enterijera, ili do samog web sajta hotela.

Web prezentacija turističke destinacije Donje Podunavlje treba da sadrži sve detaljne informacije koje mogu biti potrebne turoperaterima, agentima, a i samim posetiocima. U tom smislu web stranica mora biti sadržajna i kvalitetno dizajnirana, s obzirom na njen značaj u turističkom informisanju i procesu donošenja odluka turista o izboru destinacija na koje će putovati i načina provođenja vremena u toku posete.

Značajna orijentacija je i 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 ove destinacije 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. Usled sve veće konkurencije na turističkom tržišu, kao i sve veće upotrebe promocije putem web tehnologija, web sajt koji promoviše destinaciju mora da bude atrkativan posetiocu, tako da posetilac listajući web stranicu dobije želju za dolaskom na tu destinaciju. Poseban značaj interneta u marketingu ove opštine 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.[55]

Turizam je jedna od oblasti gde je potreba za spojem geografskih informacionih sistema (GIS) i multimedije posebno izražena, a prikaz fotografija i video zapisa prirodan je način prikazivanja geografskih objekata u prostoru. Istovremeno, vizuelna komponenta je najbitnija u čovekovom poimanju prostora što treba iskoristiti kod promocije i prezentacije turističkog prostora Donjeg Podunavlja, a ukoliko se uz prikaz slike doda i zvučni zapis onda je količina informacija znatno veća.

Svaka propagandna poruka u sklopu multimedijalne prezentacije turističkih resursa Donjeg Podunavlja treba da bude konkretizovana u obliku vizuelne prezentacije koja sadrži dva osnovna elementa - tekst i ilustracija. Tekst izražava i pobliže objašnjava osnovnu ideju ili poruku, odnosno upoznaje potencijalne turiste sa propagiranim prostorom, dok ilustracije predstavljaju vizuelizaciju same ideje i teksta. Tekst i slika se međusobno kombinuju da bi se pojačanim zajedničkim delovanjem postigao veći propagandni efekat.

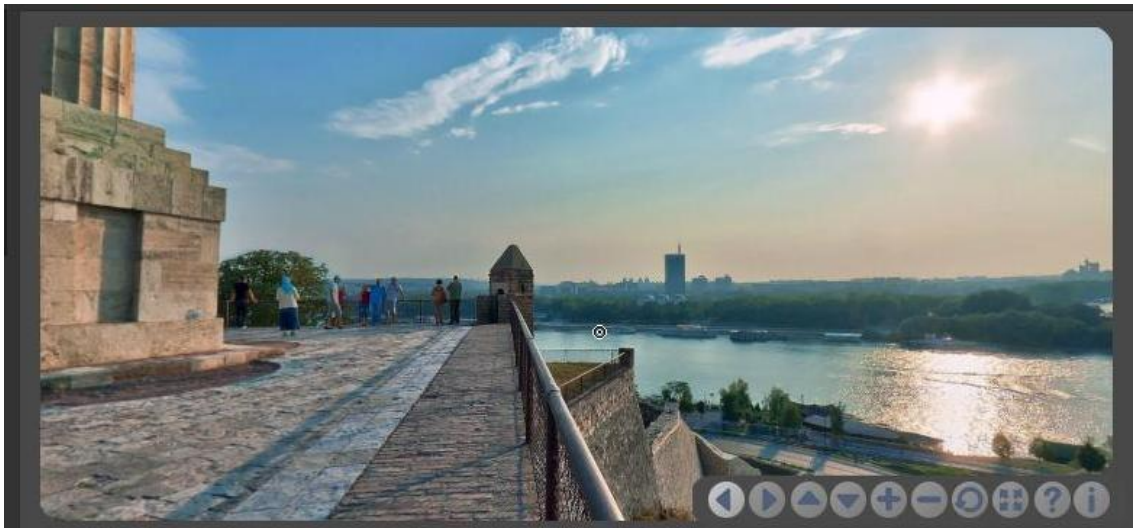
Uređaji za pozicioniranje nisu više ograničeni na upotrebu u automobilima, za odlazak od tačke A do tačke B. Razvoj tehnologije daje naprednije funkcije ovakvim uređajima, pa je sada moguće koristiti ih i za planiranje pešačkih ruta i obilazaka, sa opcijama poput elektronskog vodiča, gde pešak može, ukoliko je zaniteresovan za detaljnije informacije o određenoj lokaciji, da pristupi bazi sa dodatnim informacijama o njoj. Zbog toga bi trebalo uvesti opciju da se GIS podaci koji se odnose na turističko područje Donjeg Podunavlja preuzmu preko linka na web stranici i da se koriste na mobilnim uređajima opremljenim GPS-om (Globalni sistem za pozicioniranje). Ovakvi uređaji već se u značajnoj meri primenjuju i od velike su pomoći turistima, odnosno posetiocima određenih područja prilikom planiranja obilazaka. Takođe bi trebalo omogućiti dodavanje ili ažuriranje mapa i pravaca preko mobilnih uređaja (PDA, GPS).

[55] *Master plan turističke destinacije Donje Podunavlje*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007., str. 369

5. Virtuelni turizam

Iako pojam virtuelnog turizma još nije dovoljno obrađen u literaturi, postoje određeni pokušaji da se on definiše.Tako neki autori tvrde da je svrha virtuelnog turizma integracija fotografija i vizuelnih sadržaja u turističku prezentaciju određenog područja, da bi se proizvelo kompletno iskustvo koristeći kreativni dizajn, kako bi korisnici, osim klasične navigacije na web stranici, imali pristup visoko kvalitetnim informacijama, prijatan interfejs (virtuelno okruženje) i mogućnost da im se virtuelno približi stvarna vrednost destinacije za koju su se zainteresovali.[56] Istraživanja američkog istraživačkog centra PEW pokazuju ogroman rast interesovanja za virtuelni oblik turizma.Virtuelni turizam u Srbiji je u nastajanju, i postaje značajan u promociji turističkih destinacija i edukaciji javnosti. On daje ljudima uvid u određene lokalitete koje žele da posete, pruža im mogućnost virtuelnog obilaska objekata obuhvaćenih projektom i povećava želju za stvarnim putovanjem na destinaciju.

Slika 11. Prikaz jedne od pozicija virtuelne ture Kalemegdan



Izvor: www.360vr.rs/bg-vodic/virtuelna-setnja-beogradom.php (pregledano 16.12.2012.)

Virtuelna tura je simulacija postojeće lokacije, koja se obično sastoji od niza video snimaka ili fotografija. Virtuelna tura panoramskog tipa kreira se korišćenjem statične kamere i takve virtuelne ture su najčešće sastavljene od više snimaka snimljenih sa samo jedne tačke gledišta. Kamera i objektiv se u tom slučaju rotiraju oko jedne tačke. Video tura je, sa druge strane, snimak lokacije u pokretu, pa daje osećaj kretanja kroz lokaciju. Uz korišćenje video kamere, lokacija je snimljena krećući se od mesta do mesta.
Ovi vidovi simulacije prostora pronašli su svoje mesto i u turističkoj industriji.

Virtuelna prezentacija je jedan od najboljih savremenih načina turističke promocije. Kako bi se stvorila interesantna i za korisnike privlačna virtuelna tura, nije dovoljan samo niz povezanih fotografija. Radi poboljšanja doživljaja, strukturi ovakve

[56] Ordez De Pablos P., Tennyson R. D., Zhao J., *Global Hospitality and Tourism Management Technologies*, IGI Global, Hershey, USA, 2011., str. 3

simulacije trebalo bi da se dodaju i drugi multimedijalni elementi kao što su zvučni efekti, muzika, tekst i pripovedanje. Da bi virtuelna tura bila od koristi, mora postojati mogućnost pristupa istoj sa bilo kog mesta. Rešenje je virtuelna tura postavljena na internet stranicu. Tri komponente virutelne ture – simulacija geoprostora, multimedija i internet – stvaraju jasnu sliku da GIS može da bude od neprocenjive koristi u njenoj izradi i upotrebi.
Podaci iz GIS baze mogu već u startu biti od pomoći, prlikom čega će se ranije sakupljeni podaci i multimedijalni sadržaji korišćeni za izradu GIS-a inkorporirati u samu strukturu virtuelne prezentacije. Povezivanje virtuelne ture sa GIS bazom podataka omogućiće prikazivanje detaljnijih informacija vezanih za lokaciju, kao i pristupanje interaktivnim mapama jednim klikom, direktno preko linkova postavljenih uz prezentaciju pojedinacnih tačaka na lokaciji.

Najnovije tehnologije omogućavaju izradu iphone, ipad i android verzije ovakve ture. Svi oni koji imaju mobilne telefone novijeg doba moći će da virtuelno putuju kroz različite lokalitete izabranog područja.

6. Uloga ljudskog faktora u implementaciji GIS-a

Za uspešnu realizaciju projekta, od presudnog je značaja saradnja svih nadležnih institucija i ustanova koje se bave prikupljanjem, održavanjem, i distribucijom podataka koji čine sastavni deo GIS – a.

Osnovne smernice za razvoj i upotrebu geografskog informacionog sistema turističke destinacije Donje Podunavlje su sledeće:

- U sve aktivnosti potrebno je uključiti što više zainteresovanih institucija i preduzeća (zajednički ciljevi, zajedničko sufinansiranje i upravljanje projektima, deljenje resursa.)
- Ostvariti međusobnu saradnju opštinama na ovom području, kao i saradnju sa opštinama u okruženju i zajednički rešavati pitanja koja se odnose na poslove sa republičkim i drugim institucijama koje nisu na lokalnom nivou;
- S obzirom da institucije i ustanove koje funkcionišu na području opština Donjeg Podunavlja ne raspolažu dovoljnim brojem stručnjaka sa znanjem i iskustvom iz oblasti IT i GIS –a treba angažovati konsultante, profesionalne izvršioce planskih, prostornih, marketinških i menadžerskih poslova i nosioce informatičko-programskih aktivnosti za potrebe realizacije pojedinih projekata;
- Neophodno je permanentno obrazovanje i izvođenje periodičnih kurseva obuke iz GIS i IT tehnologija za sve učesnike na realizaciji aktivnosti;
- Neophodno je raditi na preciznom definisanju procedure rada (prikupljanje i čuvanje podataka, bezbednost podataka, kontrola kvaliteta, distribucija podataka) i obezbeđivanje i praćenje primene tih procedura u svakodnevnom radu

Informacioni portal, povezan sa GIS-om, može dodati novu dimenziju pretrage za informacijama o turističkom mestu. Planiranje itinerera (maršute kretanja), zajedno sa smeštajem, prevozom, izletima i događajima, može se ostvariti preko dvosmerne komunikacije između operatera i turista. To se najbolje može postići praćenjem aktivnosti posetioca web stranice.

ZAKLJUČAK

Polazne osnove za kreiranje rada o primeni GIS tehnologije kao podrške marketingu destinacije Donje Podunavlje bili su podaci o prirodnim i antropogenim resursima, dostupna dokumentacija relevantna za izradu ovog rada i rezultati sopstvenih istraživanja.

Donje Podunavlje ima neosporne turističke potencijale koji su još uvek većim delom neiskorišteni. S obzirom na značaj prirodnih resursa koje ovo područje poseduje, oni su pogodni kao noseći turistički kapaciteti. Antropogene atraktivnosti su pretežno lokalnog i regionalnog karaktera sa mogućnošću uklapanja u nacionalne i međunarodne turističke vrednosti. Neophodna je reafirmacija i stavljanje u turističku funkciju objekata koji spadaju u kulturno-istorijsko nasleđe Donjeg Podunavlja. Potrebna je potpuna zaštita i unapređenje prirodnih i kulturnih dobara, krajolika i karakterističnih slika na području čitave destinacije.

Ekonomski kapaciteti turizma ovog prostora još uvek ne zadovoljavaju kriterije i standarde Svetske turističke organizacije, a samim tim ni Turističke organizacije Srbije. Međutim, svi smeštajni kapaciteti opština Donjeg Podunavlja, infrastruktura i drugi dopunski kapaciteti mogu da budu pokretačka snaga koja će ubrzanim tempom da se uklopi u predviđene turističke standarde. Razvoj smeštajnih kapaciteta treba da se postigne poboljšanjem broja, kvaliteta i opremljenosti objekata za smeštaj, poboljšanjem putne, komunalne i turističke infrastrukture i izgradnjom ili opremanjem drugih objekata koji mogu da budu od značaja za zadovoljavanje potreba turista. Neophodne su odgovarajuće stimulativne mere kojima bi se podsticale rekonstrukcije i podizanje nivoa predloženog standarda kvaliteta smeštajnih objekata.

Na prostoru Donjeg Podunavlja moguć je razvoj i unapređenje sledećih turističkih proizvoda: odmori, nautika, kružne ture, poslovna putovanja, turizam specijalnih interesovanja, sport, ruralni turizam i manifestacije. Kako bi ova destinacija privukla potencijalne turiste, njene marketing aktivnosti trebale bi se bazirati na to da kroz proces komuniciranja i brendiranja informišu potencijalne potrošače o iskustvima koja se mogu doživeti u destinaciji i razviju percepciju o kakvoj iskustvenoj destinaciji se radi.

Potreban je razvoj partnerskih odnosa između lokalne samouprave, javnih preduzeća, privatnog sektora i nevladinih organizacija i to na lokalnom, regionalnom i međunarodnom niovu . Takođe se nameće potreba uspostavljanja efikasnog i organizovanog partnerstva između učesnika javnog i privatnog sektora. Ljudski resursi su u neposrednoj vezi sa kvalitetom turističke i zato je potrebno organizovati programe obuke i motivacije lokalnog stanovništva radi usavršavanja i njihovog razvoja. Na taj način treba da se izgradi neophodan profesionalni kapacitet i osposobljenost lokalnih kadrova za efikasno preduzetništvo u turističkom sektoru privrede.

Turizam je jako kompleksna aktivnost i zbog toga zahteva alate koji pomažu u efektivnom donošenju odluka, kako bi zadovoljio ekonomske, socijalne i ekološke zahteve održivog razvoja. Turistička industrija zapaža mnogobrojne prednosti i potencijal za nove mogućnosti sa uvođenjem geografskih informacionih sistema. Upotreba GIS-a u turizmu pokazuje da je GIS jak i efikasan alat koji može da pomogne u planiranju i donošenju odluka u turizmu. Moć GIS-a leži ne samo u

mogućnosti da vizualizuje prostorne veze, već takođe omogućava sagledavanje sveta u celini, sa njegovim mnogobrojnim povezanim delovima i složenim vezama. Dodatna prednost je što će nadležni u turizmu moći da saznaju odakle dolaze njihovi korisnici, da se pozicioniraju na tržištu radi privlačenja novih turista i da sprovode analize kojima će stvoriti podlogu za formiranje novih turističkih atrakcija.

Uvođenje GIS-a kao pomoć u aktivnostima vezanim za turizam Donjeg Podunavlja je neophodno. Korišćenjem ovakvog sistema smanjiće se troškovi, a povećati efikasnost u svim turističkim aktivnostima koje, između ostalog, obuhvataju donošenje odluka, kreiranje politike, dobijanje informacija, kontrolu itd.
Ovaj projekat stavlja GIS u turističkom menadžmentu i promociji destinacije Donje Podunavlje na desktop i na internet, što bi, kada bi se dovelo do vrhunca, obezbedilo najvažnije podatke i informacije koje su neophodne za turističko tržište. Ovakav projekat pokazao bi da prikazivanje turističkih informacija putem GIS-a u računarskom i internet okruženju nudi nenadmašivu platformu za upravljanje i marketing ove destinacije. Turističke agencije, turisti i ljudi uopšte, imali bi pristup razumljivim informacijama, pa bi svojom novom motivacijom podstakli i učinak turističkog sektora. Osim toga, poteškoće u ažuriranju postojećih grafičkih turističkih vodiča i mapa praktično ne bi postojale. Takođe, upotrebom GIS-a uštedeće se na vremenu i radnoj snazi. Svi procesi vezani za marketing destinacije Donje Podunavlje postali bi povoljniji, lakši i oduzimali bi mnogo manje vremena,a davali bi neuporedivo bolje rezultate.

LITERATURA

1. Bakić O., *Marketing menadžment turističke destinacije*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2002.
2. Bakić O., *Marketing u turizmu*, Čigoja Štampa, Beograd, 2005.
3. Borisov M., *Razvoj GIS*, Zadužbina Andrejević, Beograd, 2006.
4. Burrough P. A., Mc Donnel R., *Principi geografskih informacionih sistema*, Građevinski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2006.
5. Voerkelius U., Glavina J., Sprecht-Mohl C., Schilcher M., *GIS priručnik za lokalne samouprave u Srbiji*, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Stalna konferencija gradova i opština (SKGO), Beograd, 2008.
6. Žikić R.V., Milenković S., Čomić Lj., Stojanović S.D., *Program razvoja seoskog turizma u opštini Negotin*, Prirodno-matematički fakultet, Kragujevac, 2005.
7. Jovanović V., *Geografska informaciona nauka*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005.
8. Jovanović V., *Globalna geografija*, Megatrend univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005.
9. Jovanović V., Njeguš A., *The Application of GIS and its Components in Tourism*, Yugoslav Journal of Operations Research, Belgrade, 2008.
10. Kotler P., Keller K.L., *Marketing menadžment*, Data status, Beograd, 2006.
11. Krunić, N., Milijić, S., Šiđanin, P., *Primena GIS-a u planiranju planinskih turističkih područja*, Upravljanje održivim prostornim razvojem, posebna izdanja 50, IAUS, Beograd, 2006.
12. Kukrika M., *Geografski informacioni sistemi*, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu,, Beograd, 2000.
13. Lukić D., *Đerdapska klisura*, Srpsko geografsko društvo, Beograd, 2005.
14. Mahaček J., *GIS Geografski Informacioni Sistemi*, MUP R. Srbije, Powerpoint prezentacija
15. *Master plan kulturnoistorijske rute Put rimskih careva (''Felix Romuliana'')*, sažeta verzija, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007.
16. *Master plan turističke destinacije ''Donje Podunavlje''*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007.
17. Milijić,S., Krunić, N., Mitrić N., *Racionalizacija izrade prostornih planova primenom GIS-a*, Zbornik radova: Planska i normativna zaštita prostora i životne sredine, Palić-Subotica, 2007.
18. Mill, R.C., Morrison, A., *The Tourist Sistem, 5th ed.*, Kendall Hunt Publishing, Dubuque, 2007.
19. *Negotin, destinacija za investiranje*, Opština Negotin, Negotin, 2008.
20. Nikolić K., *Program razvoja opštine Negotin za period 2005-2010. godine*, Negotin, 2005.
21. Ordez De Pablos P., Tennyson R. D., Zhao J., *Global Hospitality and Tourism Management Technologies*, IGI Global, Hershey, USA, 2011
22. Page J. S., *Tourism Management: Managing For Change*, Butterworth-Heineman, Oxford, 2003.

23. Popesku J., *Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2008.
24. Popescu O., *Interreg IIIB Project Donauregionen, The Spatial Development Concept of Interregional Co-operation in the Danube Space*, Cluj University Press, 2008.
25. *Prostorni plan područja posebne namene Nacionalnog parka "Đerdap"*, Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, Beograd, 2012.
26. Republički zavod za statistiku, *Opštine u Republici Srbiji*, Beograd, 1998 – 2011.
27. Republički zavod za statistiku, *Statistički godišnjak Srbije*, Beograd, 1998 – 2011.
28. Spasić V., *Menadžment turističkih agencija i organizatora putovanja*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2006.
29. Trout J., Reis A.,*The Positioning Era Cometh*, Advertising Age, 1972.
30. Turistička organizacija opštine Negotin, *Pivnice*, Opština Negotin, Negotin, 2009.
31. Unković S., Zečević B., *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2004.
32. Fajuyigbe O., Balogun V. F., Obembe O.M., *Web-Based Geographical Information System (GIS) for Tourism in Oyo State, Nigeria*, Information Technology Journal, Akure, Ondo State, Nigeria, 2007.
33. Cuba L., Cocking J., *Metodologija izrade naučnog teksta – Kako se piše u društvenim naukama*, CID Podgorica i ROMANOV Banja Luka, Beograd, 2004.
34. Čačić K., *Poslovanje hotelskih preduzeća u turizmu*, Ekonomski fakultet, Beograd, 1995.
35. Čučulović R., Čučulović A., *Turistička valorizacija opštine Negotin*, Glasnik Srpskog geografskog društva, Beograd, 2010.
36. Šećibović R., Maksin-Mićić M., Komlenović Đ., Manić E., *Uvod u geografiju turizma sa osnovama prostornog planiranja*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.

Elektronski izvori:

- *www.landcareresearch.co.nz/research/sustainablesoc/social/ikdmpap.asp* (pregledano 14.4.2010.)
- *www.cookbook.hlurb.gov.ph/book/export/html/5* (pregledano 23.09.2010.)
- *www.advantageaustria.org/rs/zentral/focus/technology/gis/GIS_generell.sr.jsp ?newLanguage=sr* (pregledano 12.4.2010.)
- *www.personalmag.rs/software/primenjena-geografija-kroz-gis-sisteme* (pregledano 23.5.2010.)
- *www.maic.jmu.edu/sic/gis/components.htm* (pregledano 3.2.2010.)
- *www.mapper.nebojsa.rs/gis/general/uvod/gis-aktivnosti.html* (pregledano 3.12.2009.)
- *www.sr.wikipedia.org/sr-el/Општина_Неготин* (pregledano 29.08.2010.)
- *aurora.ekof.bg.ac.yu/~mmilic_ng/o_negotinu.htm* (pregledano 16.4.2009.)
- *www.planplus.co.rs* (pregledano 10.09.2010.)
- *www.sh.wikipedia.org/wiki/Negotin* (pregledano 22.4.2010.)

- *www.traveleastserbia.org/turisticke_karte.htm* (pregledano 20.4.2009.)
- *www.360vr.rs/bg-vodic/virtuelna-setnja-beogradom.php* (pregledano 16.12.2012.)
- *www.dunavskastrategija.rs/sr/?p=27* (pregledano 25.7.2012)
- *www.razvojturizma.rs/location.php?id=*30 (pregledano 25.7.2012)
- *www.emins.org/sr/aktivnosti/projekti/dunav/II_1_Goran_Petkovic.pdf* (pregledano 25.07.2012)
- *www.ekapija.com/website/sr/page/274608* (pregledano 23.12.2009.)
- *www.odmornadunavu.rs/index-1.html* (pregledano 23.12.2009.)
- *http://blogoye.net/tdsrbije/24205/Nacionalni+park+%D0erdap.html* (pregledano 12.09.2010.)
- *www.crt.dk/trends* (pregledano 12.11.2009.)
- *www.landcareresearch.co.nz/research/sustainablesoc/social/ikdmpap.asp* (pregledano 14.4.2010.)

Ostali izvori:

- Republički zavod za statistiku Srbije
- Turistička organizacija opštine Negotin
- Turistička organizacija opštine Veliko Gradište
- Turistička organizacija opštine Golubac
- Turistički info centar opštine Donji Milanovac
- Turistička organizacija opštine Kladovo
- Domazet I., Hanić A., *Budžetiranje promocije finansijskih organizacija u Srbiji*, Međunarodna naučna konferencija Menadžment 2010., Kruševac, Srbija, 17-18. mart 2010.
- Wessel, H., Vuong, V., Hartleib, J., Dam, M. Q., *Web-Based GIS-usage in tourism. Proceedings of the International Symposium on GeoInformatics for Spatial-Infrastructure Development in Earth and Allied Sciences,* GIS-IDEAS International Conference, 2006.
- Straś R., *The Usage of GIS Systems in Organizing Tourism in Bieszczady Mountains,* 2006. - članak
- Longmatey D., Amoako-Atta S., Prah B.K., *Management And Promotion of Tourism in Ghana: A GIS Approach,* 2004. - članak
- Razgovor sa dr Nikolom Krunićem, stručnim savetnikom u Institutu za arhitekturu i urbanizam Srbije