



ЗАВОД ЗА  
ЗАШТИТУ  
ПРИРОДЕ  
СРБИЈЕ

## ЕКОТУРИЗАМ КАО ИНТЕГРАЛНИ ДЕО УПРАВЉАЊА НАЦИОНАЛНИМ ПАРКОМ „БЕРДАП“







ЗАВОД ЗА  
ЗАШТИТУ  
ПРИРОДЕ  
СРБИЈЕ

# ЕКОТУРИЗАМ КАО ИНТЕГРАЛНИ ДЕО УПРАВЉАЊА НАЦИОНАЛНИМ ПАРКОМ „БЕРДАП“

Београд  
2014. година



<i>Издавач</i>	Јавно предузеће „Национални парк Ђердап” Завод за заштиту природе Србије
<i>За издавача</i>	Срђан Стефановић Александар Драгишић
<i>Стручни консултанти</i>	Јелена Бујдић Кречковић Марија Србуловић-Миленковић
<i>Аутори</i>	Наташа Панић Виолета Орловић-Ловрен
<i>Фотографије</i>	Фото документација ЈП НП „Ђердап” Завод за заштиту природе Србије
<i>Коректура</i>	Бојана Ракочевић
<i>Дизајн корица и идејног решења публикације</i>	Снежана Королија
<i>Припрема за штампу и штампа</i>	Колор Принт, Београд
<i>Тираж</i>	100 примерака



Студија је настала у оквиру пројекта BioREGIO Carpathians, суфинансираног од стране EU кроз програм транснационалне сарадње Југоисточна Европа

# САДРЖАЈ

УВОД	5
<b>I Екотуризам у систему интегралног управљања заштићеним природним добрима</b>	<b>7</b>
1. Заступљеност развоја екотуризма у стратешким планским документима Парка	
2. Кадровски и организациони потенцијали за развој екотуризма	
3. Сарадња са заинтересованим јавностима за учешће у развоју екотуризма	
4. Посећеност Парка и карактеристике посетилаца	
5. Промоција Парка као екотуристичке дестинације	
<b>II Почетна фаза – анализа потенцијала за развој екотуризма</b>	<b>27</b>
1. Атрактивност подручја за развој екотуризма	
2. Друштвено-економске околности за развој екотуризма	
<b>III Циљеви и програм рада за интегрално управљање екотуризмом</b>	<b>33</b>
1. Развој инфраструктуре	
2. Планирање интерпретација заштићеног подручја	
3. Изградња партнерства у развоју екотуризма	
4. Развој екотуристичких производа Парка	
5. Израда промотивне стратегије за повећање броја екотуриста и позиционирања на екотуристичком тржишту	
6. Послови управљања посетама	
7. Усавршавање кадрова	
8. Организациона структура и капацитети за развој екотуризма у ЈП „НП Ђердап”	
9. Предлог структуре службе за комуникацију, образовање и управљање посетиоцима са прегледом основних задатака и активности	
10. Јачање фондова за програме развоја екотуризма	
ЗАКЉУЧАК	59
ЛИТЕРАТУРА	61



Туризам као једна од привредних делатности има све значајнију улогу у друштвено-економском развоју заштићених природних добара. Уважавајући глобалне промене економског развоја у правцу одрживог развоја, његови постулати, принципи и смернице су основа и туристичког развоја и услов конкурентности производа које нуди. Одрживи развој треба да омогући процес у коме се ствара склад искоришћавања ресурса, усмеравања инвестиција и институционалних промена са садашњим и будућим потребама очувања животне средине и развоја локалних заједница.

Одрживи развој туризма у заштићеним природним добрима усмерен је ка успостављању екотуризма и сеоског туризма, као делатностима које директно зависе од квалитета природе и учешћа локалне заједнице. Формирањем и управљањем овим туристичким гранама могуће је остварити основне циљеве одрживог туризма, које можемо поделити у три групе:

Еколошки циљеви:

- Заштита карактеристика и природних вредности заштићеног природног добра
- Едукација и јачање свести о потреби заштите природе

Социјални циљеви:

Задовољство и угођај посетилаца

- Побољшање стандарда живота локалног становништва
- Указивање на алтернативу масовном туризму
- Омогућавање свим члановима друштва да имају шансу да уживају у заштићеном природном добру

Економски циљеви:

- Јачање локалне економије
- Стварање нових могућности за локално пословање и места за запошљавање
- Стварање нових извора прихода за старање природним добром (Europarc, 2011)

Уважавајући основне циљеве екотуризма, које треба интегрисати у начин и методе управљања заштићеним природним добром као врсте екотуристичких производа разматране су:

1. Туре са водичем, шетње, јахање, возња бициклом, возња бродом, обилазак пећина и геоморфолошких феномена, посматрање птица, фото сафари, као и активности у вези са боравком у циљу упознавања природе

2. Програми упознавања историјске и културне баштине: обилазак места као што су манастири, цркве, археолошки локалитети, музеји, занатски центри, упознавање локалних обичаја и традиције, гастрономије, посета манифестација и слично

3. Организација рекреативних и спортских програма у природи

4. Образовни и истраживачки програми и кампови

5. Авантуристички програми (освајање врхова, спелеолошке експедиције, слободно пењање и сл.)

У циљу сагледавања постојећег нивоа развоја екоџуризма, прикупљање информација и истраживање спроведено је у оквиру:

- Интервјуа са запосленима у Парку
- Интервјуа са директорима туристичких организација општина на чијим територијама се простире Парк: ТО Голубац, ТО Мајданпек и ТО Кладово
- Интернет истраживања заступљености Ђердапа у понудама водећих туристичких агенција у земљи
- Интернет истраживања екоџуристичке понуде у европским националним парковима
- Анализа стратешких докумената управљања Националним парком Ђердап и студија о развоју одрживог џуризма и екоџуризма
- Анализа организационе структуре и кадровских капацитета у Парку



# І ЕКОТУРИЗАМ У СИСТЕМУ ИНТЕГРАЛНОГ УПРАВЉАЊА ЗАШТИЋЕНИМ ПРИРОДНИМ ДОБРИМА





Како се друштво мења, нове области и начини управљања постају релевантни за успешно функционисање заштићених природних добара. Традиционално управљање парком у коме је једина функција заштита, одавно је превазиђено. Данас институције које управљају националним парковима морају имати функционалан начин управљања, који је у складу са друштвеним потребама и развојним приоритетима. Нови приступ подразумева менаџерску контролу подручја, заштиту врста и процеса и повезаност заштите и економског развоја. Овим путем жели се обезбедити делатност која подржава регионалну економију, кооперативни менаџмент и финансијску стабилност заштићеног природног добра.

Управљање посетама, укључујући (одрживи и еко) туризам у заштићеном подручју, важан је сегмент и данас неизоставан део интегралног управљања. Појачано интересовање за заштићена подручја као туристичке дестинације одвија се истовремено са порастом заинтересованости туриста за туризам у природи уопште. Према новим подацима, проценат туриста који су заинтересовани за заштићена природна подручја порастао је, са 2% крајем осамдесетих година прошлог века, на 20% почетком овог миленијума (Newsome et.al, prema Lockwood, Worboys, Kothari, 2006). Упоредо са позитивним ефектима на вредновање заштићених подручја и економску валоризацију, јавља се и опасност од притиска на ресурсе и вредности. У неким случајевима програми, по обухвату посетилаца и притисцима на природне ресурсе, попримају примесе масовног туризма.

Ови трендови рефлектују се на поље управљања заштићеним природним добрима у више праваца:

- Управљање посетиоцима и туризмом јављају се као важни сегменти планских докумената које би управљачи

требало да развијају.

- Праћење кретања посетилаца постаје неизоставни део мониторинга, а адекватна инфраструктура – стазе, информативни пунктови, табле и слично намеће се као сегмент који треба ваљано осмислити.
- Процена обима ове делатности у директној је вези са прорачунима „капацитета издржљивости” или „носећих капацитета” (carrying capacity).
- Програми развоја туризма на овим основама подразумевају добру сарадњу са туристичким и другим организацијама, као и локалним становништвом.

Израдом стратешких (стратегичке одрживог туризма) и планских докумената (план управљања заштићеним подручјем), упоредо са организовањем разноврснијих програма за посетиоце туристичког и образовног типа (вођене посете, презентације, манифестације, кампови и сл.), заштићена подручја у Србији, укључујући НП „Ђераџић”, последњих година показују свест о потенцијалима туризма за развој укупне делатности, допринос локалном економском развоју и добробити становништва, као и за придобијање веће подршке за свој рад од стране шире заједнице. Подршка заједнице циљевима заштићеног подручја доприноси, не само развоју капацитета за укупно управљање, већ и већим шансама за развој туризма на принципима одрживости.

У оквиру истраживања капацитета за одрживо управљање заштићеним подручјима, спроведеног 2010. године, прикупљене су, поред осталог, процене (десет) екстерних експерата о отворености заштићених подручја у Србији за посетиоце. Упркос критикама („отворена јесу али спремна нису”), коментари наводе на утисак о трендовима побољшања, пре свега захваљујући низу пројеката и иницијатива за изградњу визиторских центара и пун-

ктова, од којих поједини (Тара, Ђердап, Засавица, Мокра гора, Фрушка гора и др.) успешно функционишу. Такође, активирањем улазних станица (капија) у заштић

ена подручја, допринеће се, сматра се, бољој организацији посета и квалитетнијој понуди посетиоцима (Орловић-Ловрен, 2011).

## **1. ЗАСТУПЉЕНОСТ РАЗВОЈА ЕКОТУРИЗМА У СТРАТЕШКИМ ПЛАНСКИМ ДОКУМЕНТИМА ПАРКА**

Полазећи од потребе да планове управљања заснују на екосистемском приступу и интегралном вођењу заштитарских и развојних програма, као што је екоџуризам ЈП „НП Ђердап“, се налази у фази израде студија које треба да допринесу институционализацији интегралног управљања. Овакав приступ, уједно, подразумева постављање индикатора за оцену успеха у достизању постављених циљева, комуникације са заинтересованим јавностима у њиховом доношењу и везе између управљања парком и регионалног економског развоја и локалне економије.

Развој екоџуризма, као делатности која може директно да допринесе успостављању наведених веза, Национални парк Ђердап је препознао у оквиру Плана управљања за период од 2011. до 2020. године, чиме је створена база за даље активности на овом пољу.

а) У Плану управљања Националним парком Ђердап у периоду од 2011. до 2020. године констатовано је стање у области туризма и рада са посетиоцима у контексту заштите, очувања и унапређења Парка. Као дугорочни циљеви који подржавају развој туризма постављени су:

- Одрживо коришћење природних ресурса у циљу социо-економског развоја и стварања услова да се ти ресурси и услови учине доступни људима ради одмора, бављења науком, образовањем и спортом, имајући у виду првенствено добробит локалне

заједнице

- Изградња и реконструкција савремених центара за посетиоце и изградња контролно-информативних пунктова на примарним и секундарним улазима
- Израда стратегије развоја туризма, екоџуризма, организација и уређење туристичких и рекреативних простора, уз укључивање локалног становништва
- Развијање плана управљања посетиоцима
- Израда система за учествовање јавности у активностима предузећа, као и едукација становништва у области заштите природе, алтернативне руралне економије и туристичке делатности

Планом су као основне делатности у развоју туризма предвиђени: примена новог правилника о унутрашњем реду, едукација чувара природе, пружање корисних информација посетиоцима за боравак у националном парку, анкетаирање посетилаца, опремање и уређење центра за посетиоце. Циљеви мере и активности за стварање услова за имплементацију Плана управљања су:

- Израда систематизације предузећа
- Едукација запослених (међународне радионице, скупови, семинари и сл.)
- Активности на успостављању мреже НАТУРА 2000

б) За потребе организације послова развоја екоџуризма урађена је и Стратегија

развоја одрживог туризма у НП „Ђердап“, где се као основни циљ поставља да управа Националног парка Ђердап развије лидерску улогу у екоџуризму и кординира активности са заинтересованим странама. У Стратегији су одређене следеће активности као приоритети за развој екоџуризма:

- Побољшање квалитета животне средине (решавање питања дивљих депонија, загађења река, градње која је у нескладу са традиционалном архитектуром и сл.) као стандарда за развој екоџуризма
- Мотивисање посетилаца за долазак, тако што ће се ставити нагласак на вредност, а не на обим туризма
- Овезбеђивање високог квалитета доживљаја који је доступан свим посетиоцима Парка
- Развијање садржаја и програма у функцији продужења туристичке сезоне
- Повећање прихода који ће се равномерно распоредити широм Парка
- Утврђивање туристичких активности доступних у Парку
- Информисање посетилаца о свему што могу да виде или ураде у Парку

Приоритети деловања за постизање напред неведених циљева виде се кроз следеће планиране послове:

- Стварање јаких веза између туризма и других активности (заштита, мониторинг, истраживања, анализа утицаја, промоција и сл.)
- Јачање везе са локалним туристичким организацијама
- Успостављање могућности организације Отвореног годишњег састанка са заинтересованим јавностима
- Маркетинг екоџуризма
- Употребљавање брэнда НП „Ђердап“
- Присутност у туристичким дестинацијама земље
- Промотивне кампање и материјали о Парку као екоџуристичкој дестинацији
- Ширење знања и обука туристичких

кадрова за рад са посетиоцима

- Успостављање система туристичких знакова и сигнализације
- Истраживања о задовољству посетилаца
- Остваривање квалитета боравка за особе са посебним потребама
- Успостављање програма шетњи са водичима и календара туристичких манифестација као туристичке атракције
- Побољшање понуде која се базира на културној баштини
- Менаџмент посетилаца

в) Препознајући значај свог географског локалитета и могућности прекограничне сарадње за развој екоџуризма и позиционирање простора као јединствене еко туристичке дестинације у ширим европским и светским размерама, у сарадњи са Парком природе „Portile de Fier“, који се налази с друге стране Дунава у Румунији, урађена је Студија о развоју екоџуризма у прекограничном подручју Национални парк Ђердап (Србија) и Парк природе „Portile de Fier“ (Румунија).

У документу су сагледане и приказане екоџуристичке атракције у оба парка, обухватајући природне и културолошке феномене које садрже, еко туристичку инфраструктуру и могућности смештаја, а дата је и оцена предности и недостатака који на путу развоја екоџуризма представљају претње и могућности.

Основни закључак овог документа је да, иако су у питању две различите земље, које раздваја природна граница, река Дунав, Национални парк „Ђердап“ и Парк природе „Portile de Fier“ имају сличне карактеристике по питању туризма и привлачности за посетиоце. Уместо да се посматрају као две туристичке дестинације које раздваја Дунав, подручје које обухватају ова два парка треба да постане јединствена туристичка дестинација са за-

једничким идентитетом за Карпатски лук, која се повезује Дунавом.

Имајући у виду да су кроз приказана Планска документа и Студије одређене главне смернице и области деловања у развоју екоџуризма, које треба интегрисати

у комплетан делокруг рада Парка, неопходно је сагледати постојеће организационе и кадровске потенцијале у Парку.

Адекватна организациона структура, профил и обученост особља заштићеног по-

## 2. КАДРОВСКИ И ОРГАНИЗАЦИОНИ ПОТЕНЦИЈАЛИ ЗА РАЗВОЈ ЕКОџУРИЗМА

дручја, пре свега руководилица, сарадника за образовне, информативне и туристичке активности (водичи, чувари природе, ренџери и сл.), предуслов су квалитета укупног управљања, и у том склопу, одрживог управљања посетама у заштићеном подручју.

### *Орђанизациона и образовна сџрукџура зајослених у НП „Ђергај”*

Организациона структура у ЈП „НП Ђердап” обухвата два сектора са ужим јединицама - службама, као и једну службу ван сектора.

Табела бр. 1: Орђанизациона сџрукџура ЈП „Национални џарк Ђергај”.

СЕКТОРИ	СЛУЖБЕ И РАДНЕ ЈЕДИНИЦЕ (РЈ)	БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ
Сектор заједничких послова	Служба за правне и опште послове Служба за економско- финансијске послове Служба за маркетинг	16
Сектор заштите и развоја	Служба заштите и развоја Служба за планирање и газдовање: - РЈ „Доњи Милановац” - РЈ „Добра” - РЈ „Текија” Служба заштите, гајења и унапређивања риболовне фауне	37
	Служба надзора	21
Директор		1

- Организацијом у целини руководи директор, док су руководиоци сектора на функцијама помоћника директора, а службама управљају руководиоци служби (Правилник о систематизацији послова ЈП „НП Ђердап“, 2002).
- У предузећу је запослено укупно 75 особа, од чега највише у Сектору заштите и развоја, затим Служби надзора, па у Сектору заједничких послова. (Информатор о раду ЈП НП Ђердап, 2014).
- У поређењу са другим јавним предузећима задуженим за управљање националним парковима у Србији, ова организациона структура је очигледно заједничка, са малим варијацијама. У основи, реч је о секторима заједничких (опшћих) послова

и заштите и развоја, док се у неким случајевима препознају мале разлике, нпр. увођење сектора за коришћење шума и међусобно раздвојени правни и финансијски сектор (попут ЈП „НП Тара“).

- Заједничка служба или Служба опшћих послова (односно правна и финансијска), располажу са процентом од 15 посто (ЈП „НП Тара“), до чак 46 посто (ЈП „НП Шар планина“) од укупног броја запослених. Међу службама се ни у једном случају не појављује она посебно намењена људским ресурсима, док се само у појединим случајевима наилази на наменске јединице за активности у домену промоције, информисања и образовања (као што је случај у НП Тара).

*Табела бр. 2: Преглед организационе и кадровске сџрукџуре у организацијама за уџправљање националним џарковима  
Извор: Орловић-Ловрен, 2011.*

Редни број	Врста и назив подручја	Управљач	Година оснивања и организације	Број сектора	Број запослених	Пол	
						М	Ж
1.	НП Фрушка Гора	ЈП НП Фрушка Гора	1960.	2	156	113	43
2.	НП Копаоник	ЈП НП Копаоник	1990.	2	40	32	08
3.	НП Ђердап	ЈП НП Ђердап	1974.	2	72	56	16
4.	НП Тара	ЈП НП Тара	1993.	4	206	170	36
5.	НП Шар планина	ЈП НП Шар планина	1993.	3	28	21	7

- У односу на период прикупљања података у горњој табели (2010), виде се незнатне промене, пре свега у броју запослених. Што се тиче структуре, с обзиром на наш фокус, важно је напоменути да НП Тара у међувремену разгранава активности у домену туризма и образовно – промотивних активности, па, поред Службе за информисање, презентацију и популаризацију, са 6 запослених, оснива и Службу за туризам и едукацију (ЈП НП Тара, 2012).
- Особље најуже везано за заштиту и развој у парковима је, што се тиче занимања, углавном шумарског (од шумарског техничара до инжењера шумарства), затим биолошког и, ређе, просторно – планерског профила. У једном броју националних паркова, који су богати шумама, издвајају се посебни сектори и број запослених

организован око коришћења шума (у НП Тара овај проценат износи чак 58 посто). Међу особљем задуженим за контролу унутрашњег реда, најчешће се појављују надзорници, односно чувари и, најређе, водичи. Све важнија позиција ренџера, заступљена у већини заштићених подручја у свету, код нас се више своди на класичну улогу чувара реда, односно надзорника. За разлику од тога, у парковима у другим срединама, реч је о особи која, пре свега, комуницира и усмерава посетиоце, вршећ и и важну едукативну функцију, односно функцију заштите и мониторинга, а тек затим одржавања реда и контроле поштовања прописа.

- Поређења ради, навешћемо два прегледа послова који су заступљени у заштићеним подручјима (ЗПП) Југоисточне Азије и Француске:

Табела бр. 3: Уџоредни џреглед џослова у ЗПП у Јуџоисточној Азији и Француској

ЈУГОИСТОЧНА АЗИЈА	ФРАНЦУСКА
Руководиоци и виши сарадници у ЗПП	Руководиоци и виши сарадници у ЗПП
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Руководилац система ЗПП</li> <li>2. Руководилац великог (комплекса) ЗПП</li> <li>3. Саветник у Управном одбору</li> <li>4. Руководилац мањег ЗПП или дела ЗПП</li> <li>5. Шеф људских ресурса, администрације и финансија</li> <li>6. Шеф за објекте и инфраструктуру</li> <li>7. Шеф за заштиту и примену прописа</li> <li>8. Шеф јединице за управљање врстама и стаништима</li> <li>9. Шеф јединице за истраживање и науку</li> <li>10. Шеф јединице за развој заједнице</li> <li>11. Шеф јединице за туризам</li> <li>12. Шеф јединице за образовање и промоцију</li> <li>13. Шеф јединице за обуку</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Директор ЗПП</li> <li>2. Руководилац ужег подручја (унутар ЗПП или система ЗПП)</li> <li>3. Шеф одељења за администрацију и финансије</li> <li>4. Шеф одељења за комуникацију у ЗПП</li> <li>5. Шеф одељења за образовање и промоцију у ЗПП</li> <li>6. Шеф одељења за науку у ЗПП</li> <li>7. Шеф развојног сектора (одељења) у ЗПП</li> <li>8. Шеф одељења за ГИС</li> <li>9. Шеф одељења за природно наслеђе</li> <li>10. Шеф одржавања у ЗПП</li> <li>11. Шеф одељења за културну баштину у ЗПП</li> </ol>



Сарадници/ особље ЗПП	Сарадници/ особље ЗПП
14. Административни референт 15. Стручњак за заштиту/ реңер 16. Сарадник за науку/ реңер 17. Сарадник за туризам/водич 18. Сарадник за образовање 19. Сарадник за примену прописа/ реңер 20. Сарадник за рад са заједницом/ реңер 21. Сарадник за обуку 22. Теренски помоћник 23. Референт одржавања 24. Радник на одржавању	12. Организатор активности у ЗПП 13. Сарадник за рад са посетиоцима у ЗПП 14. Сарадник за научна истраживања у ЗПП 15. Асистент истраживач у ЗПП 16. Архитектонски саветник у ЗПП 17. Сарадник за просторно планирање у ЗПП 18. Стручњак за ГИС 19. Рачуновођа 20. Административни помоћник 21. Референт одржавања у ЗПП 22. Реңер 23. Хигијеничар 24. Стручњак за земљиште

Извор: Appleton, Texon, Uriarte, 2003; ATEN (<http://competences.espaces-naturels.fr/accueil>)

Мада је јасна разлика и међу представљеним срединама, а и између наше земље и ових земаља, видимо да је, ако говоримо о активностима промоције, образовања и рада са посетиоцима, заједничка одлика горе представљених структура знатно већ и диверзитет радних места у овим областима у односу на наше стање. Посебно је уочљива диверсификација код профила реңер, чије специјализације се односе, не само на односе са заједницом, већ на бављење научним активностима, заштитом и прописима. У домену туризма се директно ангажују водичи (Јужна Азија), или посебно систематизован сарадник за рад са посетиоцима и организатор активности, као и читава посебна одељења за комуникацију и образовање и промоцију (Француска).

Посматрајући решења у суседним земљама, на основу истраживања италијанских стручњака, у четири национална парка и једном парку природе у Хрватској (НП

„Пакленица”, НП „Плитвице”, НП „Рисњак”, НП „Северни Велебит” и Парк природе „Велебит”) најчешће заступљена одељења и службе у овим организацијама су: службе за заштиту, очување, промоцију, службе реңера, маркетинга, набавке, за туризам, као и пратеће – попут служби заједничких послова, техничког одржавања и сл. Поред менаџера (директора и руководиоца служби, односно сектора), у структури послова се препознају стручни сарадници, референти, као и радници – међу њима обично техничко особље, реџепционери, водичи и сл.) (Pangea, 2003).

Недовољан број, а посебно неадекватна квалификациона структура запослених и недостатак веће могућности специјализације, или усавршавања у складу са модерним потребама заштите природе и одрживог туризма, заједничке су карактеристике у заштићеним подручјима исказане у овом истраживању (Pangea, 2003). Слично томе,

у истраживањима обављеним у нашој средини се, поред финансијских, као следећ и по озбиљности наводе управо кадровски проблеми у организацијама за управљање заштићеним подручјима. Слабости капацитета за одрживо управљање уопште, па и у области туризма, виде се од стране самих запослених, као и спољашњих про-

цењивача, у могућностима усавршавања особља, заступљености програма образовања за јавност и, како кадровским, тако и инфраструктурним капацитетима за рад са посетиоцима и сарадњу са локалним становништвом (Пореј, Пишчевић, Орловић-Ловрен, 2009, Грујичић, 2009, Орловић – Ловрен, 2011).

Табела бр. 4: Образовна структура запослених у организацијама за управљање националним парковима у Србији.

Редни бр.	Назив организације	Управљач	Образовна структура запослених					Укупно запослених
			ош	ссс	вшс	всс	мр-др	
1.	НП Фрушка Гора	ЈП НП Фрушка Гора	50	69	4	30	3	156
2.	НП Копаоник	ЈП НП Копаоник	0	27	1	12	0	40
3.	НП Бердап	ЈП НП Бердап	4	44	1	23	0	72
4.	НП Тара	ЈП НП Тара	104	63	8	30	1	206
5.	НП Шар планина	ЈП НП Шар планина	5	20	0	2	1	28
<b>УКУПНО</b>			<b>163</b>	<b>223</b>	<b>14</b>	<b>97</b>	<b>5</b>	<b>502</b>

Извор: Орловић-Ловрен, 2011.

Превлађујући број запослених у организацијама које управљају националним парковима налази се у категорији особа са завршеном средњом школом. Особе вишег и високог образовања учествују у укупном броју запослених са 22 посто, док је проценат запослених са завршеном основном школом чак 32 посто. Процент особа са стеченим постдипломским нивоима образовања је мањи од 1 посто (0.09). Највећи

број особа најнижег образовног нивоа запослено је у националним парковима Тара и Фрушка гора – вероватно на одржавању шума и пратећим помоћним пословима. У случају ЈП "НП Бердап", дошло је до мањих промена у броју и образовној структури запослених у односу на представљене податке.

Табела бр. 5: Образовна сџрукџура заџслених у ЈП „НП Ђердаџ“

Назив организационе јединице, сектора	Укупан број заџслених у сектору	Заџслени према нивоу образовања				
		Са магистрату-ром/докторатом	Са високим образовањем	Са вишим образовањем	Са средњим образовањем	Са завршеном основном школом
Заједнички послови	16		3	-	9	4
Заштита и развој	37	1	18	-	15	3
Служба надзора	21		1	-	20	-
Пословодство	1		1	-	-	-
Укупно:	75	1	23	-	44	7

Извор: Информатџор о раду, ЈП „НП Ђердаџ“, 2014.

Претходна табела показује да, као и у другим предузећима за управљање националним парковима, и у ЈП „НП Ђердаџ“ преовлађују заџслени са средњим образовањем. Особа са стеченим високим образовањем је, у односу на укупно заџслене, 30,1 посто, што ову организацију, уз ЈП „НП Копаоник“, ставља на врх лествице према образовној структури. Највећи број заџслених са високим образовањем ради у Сектору заштите и развоја, док је највише особа са завршеном средњом школом у Служби надзора.

Како потврђују и резултати претходно навођених истраживања капацитета и ефективности управљања зашџићеним подручјима код нас и у земљама у окружењу, у организацијама које њима управљају је заступљен релативно висок ниво формалног образовања заџслених, што се може рећи и за ЈП „НП Ђердаџ“. Управо су питања укључености у програме обуке или усавршавања, као и заинтересованост заџслених у ЈП „НП Ђердаџ“ за одређене

области стицања и развоја професионалних компетенција, уврштена у анкетирање које је обављено у оквиру компоненте пројекта Danube Parks 2.0, у реализацији Друштва андрагога Србије, у периоду март-април 2014.

Према резултатима овог анкетирања, само једна од 50 анкетираних особа тренутно је укључена у програм обуке за унапређење професионалних компетенција. Највећи број заџслених (осим 7, који нису били укључени ни у један вид усавршавања) у последњих 5 година усавршавао се у области страних језика (енглески), што је било организовано у оквиру организације, док је само двоје испитаника изјавило да су се усавршавали у другим областима (попут интерпретацијских и комуникацијских компетенција, аспеката екоџуризма).

*Табела бр. 6: Процена вешџина и знања и сџремностџ заџослених на усавршавање*

Вешџине и знања	Поседујем	Желим да унапредим	Не поседујем и не желим да унапредим
Познавање зашџтите природе у управљању зашџћеним подручјем	11	30	9
Организација догађаја (састанака, скупова, конференција, промоција и сл.)	6	23	21
Планирање	8	23	19
Доношење одлука и решавање проблема	9	15	26
Управљање пројектима	3	21	26
Писање извештаја	9	24	17
Тимски рад и сарадња са колегама	14	30	6
Презентација и јавни наступ	3	30	17
Комуникација и сарадња са клијентима (спољним сарадницима, посетиоцима и сл.)	7	34	9
Сарадња с медијима - новинарима	3	23	24
Управљање (руковођење)	5	25	20
Коришћење информационих технологија (Word, Excel, Power Point, internet, mejl)	9	35	6

Процењујући у којим су областима најкомпетентнији, односно поседују адекватна знања и вештине, запослени су се, како је приказано у горњој табели, изјаснили на следећи начин: највише њих сматра да поседује знања и вештине из области заштите природе и управљања, док управљање пројектима, сарадња са медијима и презентацијски домен заједно деле најниже место. У погледу спремности на унапређење ових знања и вештина, предњачи коришћење информационих технологија, комуникацијске вештине, затим тимски рад и презентацијске вештине. Најмања спремност запослених на унапређење знања и вештина је у домену доношења одлука, сарадње са медијима, али и управљања пројектима.

Чињеница да за управљање пројектима постоји готово равномерна заинтересованост и неспремност другог дела запослених за усавршавање, вероватно указује да један део сарадника не сматра да ће у свом послу користити ова знања и вештине, па стога немају ни показану образовну потребу у овој области. Слична је слика и када је реч о сарадњи са медијима. Најизраженија је образовна потреба, очигледно, у домену информационих технологија, затим за тимским радом и презентацијама и јавним наступом.

У оквиру компоненте Danube Parks Step 2.0 пројекта, за све запослене су организовани тренинзи, управо из области комуникацијских, презентацијских вештина и јавног наступа, те се делу ових образовних потреба изашло у сусрет. Поред тога, планиране су и обуке у интерпретацијским техникама, чиме ће ојачати капацитети запослених у домену ефективнијег рада са посетиоцима и развоја програма на основама одрживог туризма.

Очигледна потреба за јачањем капацитета у домену тимског рада и сарадње, као и

комуникације, би убудуће требало да се узме у обзир приликом планирања образовних програма за запослене. И једна и друга област могу бити од значаја за квалитетан рад са посетиоцима.

С обзиром да је за квалитет у управљању и раду са посетиоцима битно претходно искуство запослених, посебно оних чији посао то подразумева (сарадници задужени за промоцију, образовање, информисање, чувари природе и други), анкетирањем су, поред осталог, обухваћена и питања о сарадњи са посетиоцима и локалним становништвом.

Одговори запослених показују да већина, односно њих 36 (од 50 испитаних), веома ретко има прилику да контактира са посетиоцима. Када је реч о сарадњи са локалним становништвом, 28 посто изјављује да у свом послу не сарађује, више од половине сарађује у организовању манифестација, док најмањи проценат сарађује на заједничким пројектима.

Још детаљнија анализа прикупљених података, усмерена ка сагледавању образовних потреба, биће обављена у оквиру помињаног пројекта, док за потребе ове студије, усмерене ка капацитетима особља за развој одрживог (еко) туризма и ефективном управљању посетама, сматрамо важним неколико закључака који се, на основу претходно приказаних резултата, могу извући. Запослени у ЈП „НП Ђердап” имају релативно висок ниво формалног образовања, али не и разноврсне могућности и организовану праксу континуираног усавршавања.

*Најизраженије потребе, по њиховим проценама, јесу за усавршавањем у области тимског рада и сарадње, комуникацијских и презентацијских вештина и коришћења информационих технологија. Све ове области су од значаја за развој*

капацитетима за квалитетно планирање, развој и примену програма за посећивање заснованих на принципима одрживог туризма, било да их одређујемо као еко туристичке, активности интерпретације, сеоског туризма, образовног туриз-

ма и сл. Такође је очигледно да постоји потреба за диверсификовањем облика сарадње са локалним становништвом и њиховим већим укључивањем у управљање националним парком и у домену развоја програма за посећивање.

### 3. САРАДЊА СА ЗАИНТЕРЕСОВАНИМ ЈАВНОСТИМА ЗА УЧЕШЋЕ У РАЗВОЈУ ЕКОТУРИЗМА

Комуникација и учешће локалне заједнице у процесу доношења програма и планова управљања Парком пракса је која се развија. За постизање учешћа заинтересоване јавности у процесу планирања активности честа пракса у заштићеним природним добрима је постављање комуникационе платформе. У ове сврхе треба искористити постојеће методе комуникације, едукације и стратегије ширења свести јавности, које се користе у управљању великим бројем Паркова у Европи, да стимулишу и укључе заинтересоване јавности у планирање развоја природног добра. Једна од слабости за развој еко туризма, која може настати услед недовољне укључености заинтересованих јавности, јесте да не постоји заједничка сагласност о мисији или дугорочној перспективи развоја, заснована на партиципативном процесу.

Главне групе заинтересоване јавности за развој еко туризма на простору Парка су:

#### 1. Становништво насеља која се налазе у границама Парка

На простору Парка налази се 9 насеља у којима живи 6004 становника. Главна делатност становништва је пољопривреда, а процес депопулације који траје више година, довео је до тога да већину житеља ових насеља чине припадници старије доби. У етничкој структури Парка највећи проценат чине Срби и Власи. У програм сеоског

туризма укључен је мали број становника сеоских насеља, мада су предиспозиције за давање услуга у агро-туризму велике због очуване традиције, народне архитектуре, аутентичне хране и пољопривредних производа. Рад на мотивисању и укључивању становништва је битан, имајући у виду да је за сертификацију производа еко-туризма и реализацију еко-туристичке понуде стандард укљученост локалних заједница.

#### 2. Општински центри

Подручје Националног парка Бердај обухвата делове територија три општине: Голубац, Мајданпек и Кладово.

Општина Голубац учествује у укупном друштвеном производу Републике Србије свега са 0,07% и национални доходак по глави становника је за 58% испод републичког просека. Општина у туризму види једну од битних развојних шанси, иако се тренутно у оквиру хотелијерства и угоститељских услуга остварује 3% укупног прихода Општине. Развојне шансе виде у пројектима туристичке инфраструктуре и објеката. Већи број туриста се очекује завршетком реконструкције средњовековног утврђења Голубачки град, који је и улазна капија у Национални парк. Општин је ангажована и на постављању бициклистичких стаза (пројекат се реализује из евопских фондова у сарадњи са Румунијом). Представници Општине сматрају да је повезивање са Националним парком у

домену развоја туризма потреба и развојна шанса.

Општина Мајданпек, некада једна од водећих индустријских области у Србији, данас се суочава са озбиљним економским и нерешеним инфраструктурним проблемима. И поред постојања рудника, као великог загађивача који оставља девастиране просторе, представници локалне самоуправе сматрају да велики део територије Општине карактерише очувана и атрактивна природа. Природу виде као потенцијал за успостављање туристичке понуде Општине, истичући потребу за сарадњом са Парком, како би се остварила одрживост туризма.

Општина Кладово, традиционално је усмерена ка развоју туризма и туристичких потенцијала. Предност за позиционирање на туристичком тржишту виде у разноврсном и значајном културно-споменичком наслеђу, које је мултикултурног и интернационалног карактера. И представници општине Кладово сматрају да је сарадња са Парком битна и нуди могућност обогаћивања туристичке понуде програмима еко туризма.

### **3. Туристичке организације**

Туристичке организације су општинске установе којима је основни циљ промоција вредности општина као туристичких дестинација. Поред организације промотивних активности, активне су у успостављању сеоског туризма кроз категоризацију смештаја и едукацију власника за рад са туристима и организацију доласка туриста у приватни смештај.

Туристичка организација Голубац промоцију територије општине заснива на могућностима активног одмора и боравка у очуваној природи. Као главне активности нуде се спортови на води и могућности за једриличарство. Поред ових активности, развијају се програми који нуде

едукативне садржаје и уметничке програме, као што су сликарске школе на Дунаву и еко камп за децу на тему митова и легенди о реци. У плану је и постављање летњег кампа за средњошколце са образовним и рекреативно-забавним садржајима на простору Парка. Као најбројније посетиоце општине, који су заинтересовани за упознавање Парка, наводе ученике који долазе у оквиру школских екскурзија. Представници ТО Голубац сарадњу на плану промоције простора као туристичке дестинације и организовању вођених тура кроз парк са Управом парка оцењују као добру базу за обогаћивање и развој туристичких иницијатива.

Туристичка организација Мајданпек у својим промотивним активностима истиче Национални парк као основну вредност подручја. У даљим акцијама види простор за рад на ангажовању у мотивисању туриста, који долазе крузерима, за обилазак и посету одређених делова Парка, као и укључивању већег броја домаћинстава у сеоским насељима у давање услуга приватног смештаја и исхране.

Туристичка организација Кладово, такође, је акценат ставила на презентовање могућности за активан одмор. У том циљу учествују у међународном пројекту организације прекограничног триатлона који садржи пешачење, пливање и бициклизам. Главне тачке тријатлон стазе чине природне и културне атракција Ђердапа у Србији и Румунији. Своје задовољство успостављеном сарадњом са Парком виде као базу за даље заједничке пројекте програма еко туризма.

### **4. Туристичке агенције**

Туристичке агенције у нашој земљи обављају послове туроператора. Простор Ђердапа покрива и организује јако мали број ових агенција. Успостављајући сарадњу са туристичким агенцијама, ЈП „НП Ђердап” тренут-

но послује са три агенције које су ангажоване у довођењу туриста у Парк: ТА „Робинсон“, ТА „Панкомп“ и ТА „Дензор“. Добра пракса је да се сарадња са туристичким агенцијама успостави у фази осмишљавања екотуристичких производа и пакета.

### 5. Хотели и угоститељски објекти

На територији три општине на којима се простире Национални парк „Бердап“ регистровано је око 1300 туристичких кревета; укупно постоји четири хотела са капацитетом од 1 000 кревета, док се у приватном смештају налази 300 кревета (већина је у категорији 3 звезде – 120, док једну звездицу има 46 кревета). Сарадња са хотелима и ресторанима омогућила би доступност промотивних материјала о садржајима и активностима доступним посетиоцима ових објеката у Парку.

### 6. Невладине организације и Удружења грађана

Невладине организације и Удружења грађана могу бити значајан партнер у реализацији програма ширења свести становика локалних заједница о екоџуризму као и њихове мотивације за укључивање у активности које су директно у вези са или подржавају екоџуризам. На простору Парка основана је организација за развој туризма у насељу Текија под називом Туристичко друштво „Текија“, које има највише регистрованих домаћинстава за приватни смештај посетилаца (око 200 лежајева), у односу на друга насеља у Парку. Ова организација може бити и значајан партнер у формирању еко туристичких пакета на простору Парку.

Примери праксе сарадње ЈП „НП Бердап“ са НВО су бројни, као што су нпр. организација међународног еколошког кампа 2001. године са НВО „Ендемит“ и програма за студенте са НВО „Супернатурал“.

### 7. Спортске организације и клубови

За формирање програма у којима се акценат ставља на спортске активности доступне рекреативцима, поједине спортске организације и клубови (веслачки, бициклички, атлетски, наутички, параглајдинг и сл.) су битан партнер у одређивању нивоа и степена ангажовања потенцијалних корисника програма, док би представници Парка ове програме употпунили садржајима у вези са упознавањем природних и етно-културних карактеристика подручја на коме се дешавају спортски програми. Такође, потенцијални корисници оваквих програма боравка су спортским клубовима и организацијама директно доступни, што омогућава примену директних метода промоције еко туристичких програма спортско-рекреативног типа. За развој програма спортско-рекреативног каратра у Парку потенцијале представљају Спортски камп „Бердап“ у Караташу и Кајакашки клуб „Текија“, као и постојећи спортски полигони и објекти.

### 8. Образовне институције и институције културе

Рад на образовању деце у школама у насељима у Парку је део редовних активности ЈП „НП Бердап“. Програми који се развијају и реализују током школске године могу бити понуђени и деци школског узраста кроз летње кампове у току распуста. Место за реализацију кампа могу бити и школе, када се не одвија настава, по моделу који се већ развија у ОШ „Светозар Радић“ у Текији, где се одржава програм „Чудесна блага Бердапа“, намењен ученицима виших разреда основне школе, средњошколцима и студентима. Програм „Чудесна блага Бердапа“ омогућава учесницима да се кроз низ креативних и истраживачких радионица едукују путем активног учења о природним и културним вредностима Парка.



У циљу повећања могућности упознавања природне и културне баштине неопходна је сарадња са музејима, културним центрима и другим установама културе. Такође, посетиоцима који дођу у ове установе треба омогућити информације о другим садржајима у Парку и могућностима упознавања природних атракција.

## 9. Научне и стручне организације и удружења

За реализацију стручних посета, сарадња са факултетима, институтима, стручним удружењима је битна, како за креирање програма стручних посета, тако и за долажење до заинтересованих корисника. Парк на овом пољу има добру сарадњу са факултетима природног усмерења у реализовању стручних посета и истраживачких кампова за њихове студенте.

## 4. ПОСЕЂЕНОСТ ПАРКА И КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОСЕТИЛАЦА

На основу сумирања података добијених у туристичким организацијама може се закључити да око 90 % посетилаца чине домаћи туристи, док нешто мало више од 10% чине страни туристи. Просечан број ноћења на годишњем нивоу креће се око 2,24 ноћења, што је просечна дужина боравка туриста. Према постојећим подацима само у расположивим капацитетима у домаћој радиности у општини Мајданпек може бити остварено 45 000 ноћења на годишњем нивоу. Наведени подаци јасно указују на могућност повећања ноћења креирањем туристичких производа који би укључивали домаћу радиност – приватни смештај. На територији општине Мајданпек има 30 регистрованих станодавца који у 33 објекта имају укупно 125 лежајева. Међутим, веома је мали број станодавца на селу и за сада има само 7 регистрованих у сеоском подручју, остали се налазе на територији Доњег Милановца. Дужина боравка у домаћој радиности знатно је већа код домаћих туриста (2,48 ноћења) у односу на стране туристе који се задржавају 1, 69 ноћења у просеку.

Подаци о посетиоцима у Парку постоје за групе и појединце који се за одређене услуге или организацију програма за

упознавање подручја обратe Управи парка. Формирањем базе података о посетама отворена је потреба да се омогући систем управљања информацијама о свим посетиоцима који долазе у Парк, као једна од битних активности за рад у екоџуризму. У ове сврхе биће корисно постављање планираних инфо пунктова на улазима у Парк. Информације о Парку, као и о посетиоцима могу се за сада добити у инфо центрима локалних туристичких организација у Голубцу, Доњем Милановцу и Кладову и ЈП „НП Ђердап“ у седишту у Доњем Милановцу и организационим јединицама у Текији и Добри.

Анализом података добијених у интервјуима са представницима туристичких организација из Голупца, Мајданпека и Кладова и запослених у Управи парка, посетиоце Ђердапа можемо сврстати у следеће категорије:

- **Ученици основних школа** - Велики број основних школа организује екскурзије у НП „Ђердап“, са главним мотивом обиласка археолошког локалитета „Лепенски вир“. Број посета Лепенском виру у 2012. години износио је 31 582. За реконструкцију Лепенског вира Република Србија је уложила значајна средства

током 2010. и 2011. године и формирала предузеће ДОО „Управљач туристичким простором Лепенски вир“. ТО Мајданпек и Општина Мајданпек немају приходе од продаје улазница и сувенира на овом локалитету. Приходе по овом основу остварује ДОО „Управљач туристичким простором Лепенски вир“.

- **Бициклисти** - Бердап има добро означену мрежу бициклических стаза, које су део EuroVelo 6 руте. Стаза се у НП Бердап простире дужином од 100 километара, означена је по свим европским стандардима и представља део једне од најпопуларнијих европских бициклических рута. Корисници стазе су претежно странци, који се на пропутовању кроз Бердап задржавају у просеку један и по дан.

- **Викендари** - Викенд и пикник туризам је веома заступљен. Изграђене су бројне викендице, од којих је већина саграђена независно од специфичне традиционалне архитектуре, што може имати утицај на естетски доживљај простора.

- **Стручњаци** - Циљна група која преферира научни туризам има прилику да у Парку посети заштићена подручја за птице, природне резервате и да види и истражује станишта ретких биљних врста.

- **Заљубљеници у природу** - Најчешће групе планинара и чланова удружења љубитеља природе. Они користе уређене стазе у природи као и означене планинарске стазе.

- **Студенти** - Факултети који су природњачког усмерења ( Биологија, Географија, Геологија) у сарадњи са Управом парка реализују, као део студијског програма, тематске стручне посете и истраживачке кампове.

- **Наутичари, љубитељи спортова на води** - На Дунаву у Голупцу постоји марина и организују се купови за једриличаре.

- **Риболовци** - Због богатства ихтио-

фауне Дунав је одувек привлачио риболовце. О привлачности и значају риболова, као посебне туристичке атракције, говори и посећеност манифестације „Златна бућка“ у Текији, која је посвећена традиционалном начину улова сома бућком.

- **Ловци** - Ловни туризам се организовано реализује, у складу са правилима и стандардима ове делатности. Парк има своје ловиште „Бердап“, опремљено са свим неопходним мобилијаром и опремом.

- **Туристи на пројектовању Дунавом који долазе крузерима** - Гранични прелаз и уређено пристаниште путничких бродова у Доњем Милановцу омогућавају долазак великих бродова крузера из Европе. Просечан број туриста који долазе крузерима износи око 125 путника по броду, а њихов просечан број на годишњем нивоу износи 73. То је врло значајан број посетилаца, међутим економски ефекти ове посете нису мерљиви нити евидентирани. Путници крузера су углавном пензионери и старије особе. Приходи од продаје сувенира, интернет услуга и водичких услуга су веома мали и запостављени, иако је потенцијал за повећање ових прихода велики.

- **Авантуристи** - Авантуристички туризам се практикује и састоји од вожње чамцима и бродовима на Дунаву, спелеотуризма и посета подручја која су удаљена од путева. Битна компонентна авантуристичког туризма су стазе у природи. У парку се налази одређени број обележених стаза, тематских стаза и видиковаца.

Велики број посетилаца користи смештај у сеоском туризму како би конзумирали традиционалну храну и уживали у локалним фестивалима.

Непостојање целовитог увида у све посете Парку узрокује да активности информисања, едукације и интерпретације теже

допиру до циљних група посетилаца, као и сведеност деловања на информативне летке, брошуре и директну комуникацију на ограниченом броју локалитета. Немогућност сагледавања карактеристика свих посета и посетилаца онемогућава и креирање екотуристичких програма који би били засновани на препознатим туристичким потребама доласка у Парк, као што су: потреба за одмором, релаксацијом, креативношћу, едукацијом, упозна-

вањем обичаја и културе, забавом, разном, узбуђењима, новим искуствима и доживљајима.

У раду са посетиоцима и пословима мотивисања за посету Парку, кадрови који су у директном контакту или презентују зашто треба доћи у посету морају познавати и уважавати карактеристике савремених туриста и промене у потребама путовања.

*Табела бр. 7. Креирање у потребама карактеристика путовања  
Извор (Осџровски С., Куџендорф Ј., 1983)*

ОД	КА
1. Пакет аранжмана за велике групе	Туристичким програмима за мале групе и могућности да комбинацијом елемената програма и услова боравка сами креирају свој одмор.
2. Активности у којима је све организовано од поласка до повратка (места за посету, програм, руте и др.)	Флексибилним аранжманима који омогућавају спонтане промене током боравка, у складу са интересовањима насталим по доласку на дестинацију. Аранжманима који омогућавају спонтаност у избору активности.
3. Куповине сувенира и производа који се масовно производе	Аутентичним сувенирима, који су ручно направљени и уникатни. Туристи често имају потребу да савладају вештину њиховог прављења и да их сами израде.
4. Комфора и пасивности	Активностима и покрету
5. Очекивања, пре свега, да се виде одређена места и атракције	Очекивању нових искустава и доживљаја
6. Осећаја да су уважени као туристи од стране становништва где долазе на одмор	Уважавању локалног становништва и успостављању контакта са њима. У том циљу често пре доласка на дестинацију науче основне речи језика земље у коју путују.
7. Слабог познавања одлика земље у коју путују	Информисању о култури, природним одликама и историји земље у коју намеравају да путују
8. Одласка на једно дугачко путовање годишње	Одласку на два краћа путовања

Пратећи промене наведене у табели можемо констатовати да су се промене десиле у контексту померања главних разлога за

избор дестинације, од плаже, мора и песка ка могућностима за едукацију, доживљаје и узбуђења.

## **5. ПРОМОЦИЈА ПАРКА КАО ЕКОТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ**

Промоција видљивости Парка реализује се учешћем на домаћим и страним сајмовима, сарадњом са новинарима (конференције, студијска путовања), праћењем туристичког промета и истраживањем тржишта, израдом сувенира и промо материјала, сарадњом са туристичким организацијама.

За активности промоције и видљивости вредности Парка, како најширој јавности, тако и одређеним циљним групама, Парк је развио промо материјал и сет публикација, који су високог квалитета по визуелном изгледу и образовно-информативном садржају. Од промотивног материјала за посетиоце, Парк издаје информативне летке, водиче кроз природне и културне атракције простора, водич о гастрономији подручја, публикације којима се представљају вредности парка и др. Такође, урађене су и стручне публикације о појединим вредностима и феноменима парка као што су монографије „Птице Ђердапа”, „Слепи мишеви Ђердапа”, док је израда публикација „Водоземци и гмизавци Ђердапа” и „Дрвенсте врсте Ђердапа” у току. Посебан серијал публикација урађен је и за најмлађе, у оквиру којег деца кроз игру и разоноду усвајају информације о вредностима парка, као што су: тематске слагалице, „Не љути се човече”, игре меморије, бојанка, Еко буквар и сл. (материјали добијени у ЈП „НП Ђердап”).

Иако су издања по квалитету веома добра, њихов квантитет је мали, односно тиражи су ограничени на мале серије, што онемогућава да буду доступни ширем кругу потенцијалних посетилаца Парка. Такође, могућност њихове набавке ограничена је тиме што су доступни само у Парку или на сајамским манифестацијама на којима се представља НП „Ђердап”.

Богат промотивни материјал могао би имати много већи значај и домет уколико би у Парку постојала стратегија реализације промотивних активности, у оквиру које би постојао план деловања ка појединим циљним групама, и у складу са тим, наменски дистрибуирани промотивни материјали. Што захтева да рад на развоју екоџуризма садржи одређивање промотивних активности кроз тзв. промотивни микс за пласман Парка као екоџуристичке дестинације потенцијалним посетиоцима тј. туристима. Промотивни микс, или како се још назива комуникативни микс, представља вођено комуницирање са туристима ради унапређења посете. Овако организоване активности јесу унапред одређени начини давања информација и порука које треба да упуте на могућности задовољавања одређених туристичких потреба при избору дестнације за посету. У вођеној организацији промоције и комуникације мора се имати на уму којој старосној групи се обраћамо, уз уважавање разлике у потребама, жељама, стилу живота и понашања различитих старосних група.

## II ПОЧЕТНА ФАЗА – АНАЛИЗА ПОТЕНЦИЈАЛА ЗА РАЗВОЈ ЕКОТУРИЗМА





## 1. АТРАКТИВНОСТ ПОДРУЧЈА ЗА РАЗВОЈ ЕКОТУРИЗМА

Полазећи од става да су атракције иницијална мотивација туриста за посету дестинација, дат је кратак преглед карактеристика које Ђердап чине атрактивним за посете са аспекта природних карактеристика, изграђених својстава (споменичко наслеђе) и одлика културе (догађаји, обичаји, манифестације и сл.). Основне атрактивности су оне које привлаче посе-

тиоце и које разликују једну дестинацију од друге, од којих су неке међународне, а остале привлачне за становнике државе или региона. На атрактивност одређене дестинације као туристичке дестинације утиче, поред присутности атракција, и њена приступачност, услови за боравак које пружа, пропратне услуге и социокултурна димензија.

*Развој екотуризма на територији Парка треба да пружи мотивацију за активно интересовање потенцијалних туристичких посетилаца за добринос заштити биодиверзитет. Уколико се постигне већа контрола активности и туристичког промета, за очување природе ће се проширити форме њене заштите.*

ОДЛИКА	КАРАКТЕРИСТИКЕ	КОМЕНТАР
<b>Атракције:</b> микс различитих елемената природне атрактивности (клима, флора, фауна, географски положај и сл.) и друштвене атрактивности (културно-историјско наслеђе, фолкор, мелос, гастрономија и др.)	Јединствен природни сценарио Ђердапске клисуре и планина које је окружују, историјски локалитети из праисторије и каснијег античког доба, средњег доба и новије историје, као и 18 природних резервата који су због својих природних и предеоних вредности у провом степену заштите	Природно добро од европског и светског значаја у погледу природне и културне баштине.  Дугогодишње загађење из рударских подручја урушава еколошке вредности у одређеним деловима Парка и утиче на атрактивност предела.
<b>Приступачност:</b> географска и економска дистанца, тј. удаљеност/близина дестинације од емитованог тржишта, мерено у километрима или дужином путовања, као и трошковима да се стигне до жељене дестинације.  Развијености саобраћајне инфраструктуре, као и квалитет саобраћаја у самој дестинацији	До Парка се долази магистралним путем Београд-Пожаревац-Голубац, који по квалитету није на задовољавајућем нивоу. Могућност доласка железницом не постоји.  Могућност речног саобраћаја је велика предност, будући да Дунав повезује Парк са целом Европом. Иако до Парка долазе речни крузери, после дуже паузе ове године поново је могуће доћи бродом из Београда до пристаништа у Доњем Милановцу.	Не постоје путне везе са туристичким атракцијама (природним атракцијама) (аутобуси и сл.).  Инфраструктурни проблеми  Предност је Дунав, као значајан међународни пловни пут.

<p><b>Услови за боравак:</b> услуге смештаја, исхране, итд.</p>	<p>Регистровано је 1 300 кревета за смештај туриста. У хотелима 1 000 кревета и у приватном смештају око 300 кревета, од који је већина категоризована, и то, са три звездице 120 и 46 са једном звездицом.</p> <p>Приватни смештај за сада не подразумева и услуге исхране. Ове услуге могуће су у хотелима и ресторанима. Од постојећих ресторана веома мали број нуди аутентичне локалне специјалитете.</p>	<p>Не постоји приватни смештај који је категорисан у квалитетнијем рангу, тј. са 5 или 4 звездице. Често се дешава да туристи који одседају у приватном смештају нису регистровани услед избегавања администрације која успорава плаћање ка власницима.</p> <p>Традиционална етно кухиња заступљена је у кућној употреби становништва, међутим, ретко се може пробати у регистрованим угостиољским објектима.</p>
<p><b>Пропратне услуге:</b> забаве, разоноде, рекреације и слично</p>	<p>Уређено је и обележено 9 пешачких стаза, које се могу сврстати у лаке и средње категорије. Дужина стаза креће се од 2 до 20 километара. Читавом дужином Парка протеже се бициклическа стаза EuroVelo 6 (једна од најпопуларнијих бициклических стаза Европе). Дужина бициклическе стазе кроз Парк је 100 км.</p> <p>Уређено пристаниште у Доњем Милановцу.</p> <p>Постојање визиторског центра Осматрачница за птице на локалитету Мали штрбац, 5 уређених видиковаца, могућност бављења риболовом, постојање ловишта „Бердап”, могућност изнајмљивања чамаца од локалног становништва.</p>	<p>Могућности организоване шетње кроз уређене стазе са водичима Парка.</p> <p>Могућност организованог посматрања птица у Парку.</p> <p>Пешачке стазе захтевају уређење са додатним таблама, које би интерпретирале природне вредности које садрже и давале инструкције о начину њиховог савладавања тј. потребном времену за прелазак и долазак од једног до другог локалитета на стазама.</p> <p>Непостојање туристичког производа који би обједињавао садржаје и услуге, тако да посетиоци знају када (којим данима) и у ком временском трајању могу уживати у појединим садржајима и услугама.</p>
<p><b>Социо-културна димензија:</b> културни атрибути који чине мостове између прошлости и садашњости, степен наклоности између посетилаца и локалног становништва</p>	<p>Одржавање бројних манифестација</p> <p>Очувани обичаји, традиција и народна архитектура</p> <p>Локални гастрономски специјалитети и прехрамбени производи</p>	<p>Разноврсна етничка структура нуди атрактиван културни диверзитет, различит у односу на друге дестинације на Дунаву.</p> <p>Становништво одликује традиционална гостољубивост, међутим, за организован рад са посетиоцима потребна им је додатна едукација.</p>



## 1. ДРУШТВЕНО-ЕКОНОМСКЕ ОКОЛНОСТИ ЗА РАЗВОЈ ЕКОТУРИЗМА

Зависност туризма, а тиме и екотуризма, од општих друштвених кретања је неоспорна, будући да се ради о привредној услужној делатности. Развој екотуризма условљен је, како општом економском ситуацијом, тако и локалним приликама, од којих зависи формирање садржаја и услова за долазак екотуриста.

Основна карактеристика насеља у Парку и његовој околини је ниска просечна густина насељености. Последњим пописом становника ових насеља, за период 2002-2011, констатовано је да је дошло до великог популационог пада. Просечна старост становништва је 44,6 година, што ова насеља сврста у стадијум најдубље демографске старости, где група старијег средовечног становништва има учешће у укупном броју од око 30%.

Становништво је у директној зависности од активирања привредних и туристичких потенцијала подручја, те се потенцијали за демографску ревитализацију виде у унапређењу пољопривредне производње, развоју сеоског туризма, инфраструктуре и употреби неискоришћених стамбених и других грађевинских објеката.

Друштвено-економске прилике у земљи, имајући у виду да се грађани суочавају са последицама дугогодишње економске кризе, довеле су до смањења платежне моћи на општем нивоу, и тиме до смањивања буџета за путовања. Уједно, присутан је тренд на домаћем туристичком тржишту да се за дужа путовања бирају дестинације у иностранству и да су у вези са сезонским активностима: пливање и скијање, које се нуде кроз масовни туризам. Такође, најшира јавност није упозната са програ-

ма екотуризма и предностима које нуди у односу на масовни туризам. Оваква ситуација подразумева да промоција екотуризма мора обухватати и методе едукације јавности, како би препознали вредности које им пружа коришћење ових програма.

Када су у питању кратка путовања (2 до 5 дана), домаћи туристи бирају дестинације у земљи, и то, на основу квалитета услуга које им се могу пружити за боравак (квалитет смештаја и бављења рекреативним активностима). Међутим, и за оваква путовања се све више одлучују за земље у окружењу, за шта је битан разлог понуда која је по цени нижа од сличних на домаћем тржишту.

За екотуризам се у све већем броју опредељују туристи из европских земаља, који траже да дестинација коју посећују пружа могућност упознавања природних и културних атракција и активан одмор. Имајући у виду атрактивност Ђердапа, треба развијати могућности за посете туриста из европских земаља. Тренутно, негативну околност представља чињеница да Србија није чланица Европске Уније и да простор Ђердапа није препознат на овом подручју као дестинација за посете. Стога је неопходно систематски радити на повећању видљивости Ђердапа као европске дестинације. Погодност на овом пољу је могућност заједничког наступа са Румунијом, јер је простор Ђердапске клисуре јединствен европски феномен који се простире у две земље, а такође и на румунској страни представља заштићено подручје (парк природе) који носи назив „Portile de Fier” (Гвоздена капија).



# III ЦИЉЕВИ И ПРОГРАМ РАДА ЗА ИНТЕГРАЛНО УПРАВЉАЊЕ ЕКОТУРИЗМОМ





Интегрално управљање обезбеђује динамику и саветодавне процесе за утврђивање проблема, како би се фокусирао на проналажење решења. Битна компонента интегралног управљања је фаза планирања у којој се дефинишу главне активности и систематизују смернице и процедуре за постизање циљева заштите и развоја.

Од управљача заштићених подручја се очекује способност и спремност да примене следеће механизме:

- Ограничавање приступа строго заштићеним деловима, односно олакшавање приступа локалитетима предвиђеним за посете
- Развијање и унапређивање програма који омогућавају посетиоцима да открију и уживају у посебним вредностима подручја
- Подршка укључивања локалне заједнице у обезбеђење туристичких и услуга за посетиоце
- Обезбеђење информација и интерпретативних програма за посетиоце (Europarc, 2001)

Планиране активности у правцу развоја одрживог туризма у заштићеном подручју могу бити директне и индиректне. Под директним интервенцијама управљача обично се подразумевају активности контроле, попут одређивања зона које су отворене за туристе, издавања дозвола за одређене активности и контрола понашања посетилаца, док се под индиректним мисли на успостављање наплате уласка у заштићено подручје, програме интерпретације и прилагођавања инфраструктурних елемената актуелним потребама посетилаца, локалног становништва, и наравно, циљевима управљања (према: Lockwood et al, 2006). Јачањем капацитета за планирање и примену индиректних интервенција смањује се потреба за применом директних.

Полазећи од постављених циљева Парка за развој екотуризма, предлози за унапређење управљања се односе на улагања у програме и активности у вези са омогућавањем одрживости развоја туризма, који су, уједно, и подршка заштити животне средине и природе и имају ефекат на комплетну туристичку понуду.

## 1. РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКЕ ИНФРАСТРУКТУРЕ

Национални парк за развој екотуризма планира да реализује:

- Систем избалансираних мрежа инфраструктуре (интерпретативне стазе), активности и програма за посетиоце
- Унапређење инфраструктуре и могућности за информисање посетилаца која има минималне утицаје на околину и природу, уз уважавање минимума стандарда комфора и безбедности
- Развој визиторског центра и информативних пунктова на најфреквентнијим местима за улаз посетилаца, обезбеђивање локалних информативних центара тури-

стичких организација са промотивним и инфо материјалима

- Постављање система шетних стаза, тематских бицикличких стаза са одмориштима и интерпретативним таблама, путоказима за оријентацију
- Рестаурацију постојећих туристичких рута, постављање камп зона (у за одређеном простору, уређеним местима за паљење ватре, еко тоалетима, итд.)
- Уређење паркинг зона које ће садржати информативне и упозоравајуће табле, еко тоалете, уређено одлагање отпада

- Постављање информативних, упозоравајућих и промотивних табли у Парку

Развој туристичке инфраструктуре треба да омогући повећање круга услуга које немају негативан утицај на околину. Формирање разноврсних, и по темама специјализованих, стаза за шетњу у природи, образовних стаза и бициклистичких рута и камп зона, само су примери активности које се могу реализовати у циљу развоја екоџуризма.

За постављање еко туристичке инфраструктуре интерпретација представља инструмент за постизање циљева одрживог туризма, имајући за основни задатак сазнавање природног добра на начин који код посетилаца изазива осећај задовољства и утиче на формирање вредносних ставова о потреби заштите. Како би се омогућило очување природне баштине неопходно је обезбедити баланс између броја посетилаца и капацитета локалитета за посете. Интерпретативни програми имају и функцију контролисане посете појединим локалитетима као што су резервати природе.

## 2. ПЛАНИРАЊЕ ИНТЕРПРЕТАЦИЈЕ ПРИРОДНОГ ДОБРА

Планирање интерпретације помаже у постизању циљева комуникације према посетиоцима. Такође, омогућава да се боље сагледају активности у подручју и тиме створе нове интересантне везе између локалитета у природном добру. Планови интерпретације могу бити део већих планова, попут плана развоја екоџуризма и одрживог развоја, као и део просторног плана подручја.

План интерпретације укључује одговоре на питања:

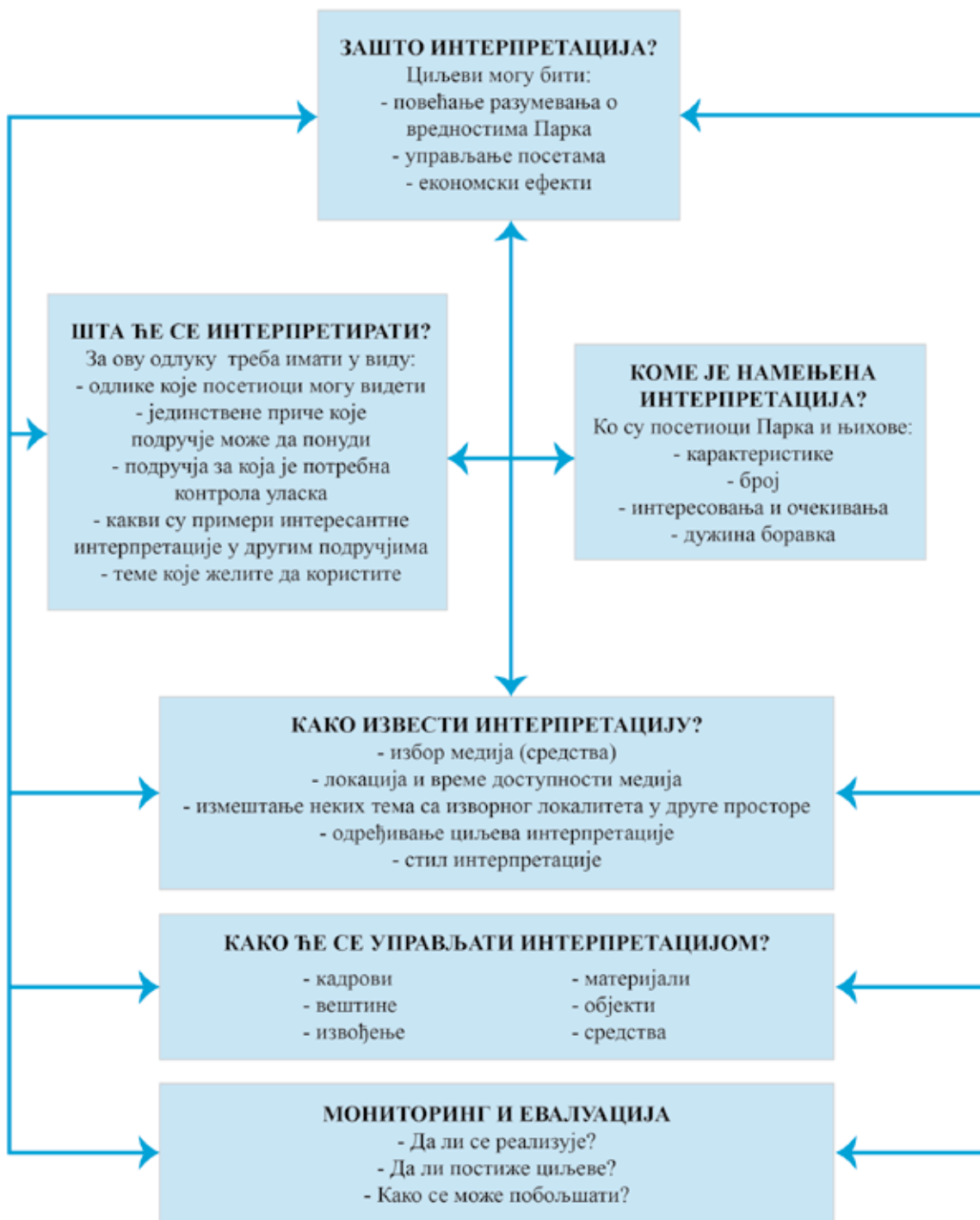
1. Зашто комуницирати са посетиоцима
2. Ко су посетиоци Парка
3. Шта Парк може да понуди посетиоцима
4. Које се активности дешавају у Парку
5. Шта желимо да кажемо о Парку
6. Како и где желимо да представимо Парк

Планирање интерпретације је процес у којем прикупљене информације или донешене одлуке о једном аспекту овог процеса имају утицај на све остале. Често планови

интерпретације покривају области које су шире од комуникације са посетиоцима. Не само да обухватају начине боље комуникације са посетиоцима, већ подразумевају и развојне и управљачке процесе, као што су програми управљања посетама и финансијски програми посета. Такође, могу бити инструмент за постизање циљева заштите, одрживог туризма и развоја локалне заједнице.

Добар план треба да помогне да се види тренутно стање, шта жели да се постигне и како може да се дође до жељеног стања тј. циља.

Планирање интерпретације захтева балансирање више различитих области. У приложеном дијаграму дат је шематски приказ како ове активности могу бити повезане. Послови интерпретације могу се започети у било којој области представљеној у таблама које садржи шема, али при томе треба имати у виду да свака донета одлука мора бити конзистентна са онима које су дате у другим таблама.



Пре него што се крене са израдом плана, да би био функционалан, неопходно је, одлучити која врста плана је потребна. План може садржати активности на једном или два нивоa тл бити:

1. стратешки план,
2. детаљни радни план за практичну активност на терену.

План може покривати један специфичан локалитет или шире подручје.

Интерпретација помаже посетиоцима да доживе подручје, да спознају простор или да једноставно уживају у погледу који им пружа.

Интерпретације природног добра могу бити:

### **1. Персоналне када се сироводе:**

- У објектима за посетиоце као што су **Визиторски и Информативни центри**, где постоје интерактивни елементи (изложбе) за интерпретацију подручја. У овим центрима могућа је интерпретација резервата који су превише осетљиви да би се тамо упутили посетиоци.

- У природи **организацијом вођених шетњи са водичем**. Интерпретативна шетња је највише усмерена на публику која тражи рекреацију, што значи да мора бити забавна. У интерпретацији у природи употреба интерактивних елемената не сме бити доминантна, она може садржати демонстрацију и интерактивне елементе који се уклапају у тему у око 50% објашњења на стајним тачкама. Идеалан број учесника у интерпретативној шетњи је од 10 до 15 ученика.

### **2. Нејерсоналне интeрпретације**

- **Интерпретативне табле које могу бити постављање на:**

- а) улазима у Парк као и на местима где се налазе туристички објекти, уређена места за паркинг и одморишта, камп зоне и слично
- б) на стазама у природи

Приликом планирања стазе, морају бити планиране и табле које ће обавештавати о дужини комплетне стазе, дужини доласка од једног до другог локалитета, тежини прелажења стазе, а такође, треба да садрже процену времена преласка, како комплетне стазе, тако и прелазака од тачке до тачке. Правила понашања на стази треба да буду јасно истакнута на стазама.

- **Промотивне публикације** - брошуре, летци, мапе, књиге, филмови, ДВД издања, презентације, образовне игре (слагалице, игре меморије, друштвене игре и слично)
- **Монографије и стручне публикације**



### 3. ИЗГРАДЊА ПАРТНЕРСТВА У РАЗВОЈУ ЕКОТУРИЗМА

У циљу подршке могућности за укључивање локалних заједница и институција у развој екотуризма, препорука је да се креира интер-институционални оквир за јачање партнерства на локалном, регионалном и националном нивоу. То може довести до формирања асоцијација за развој екотуризма и кластера малих локалних произвођача. Пожељно је и прекогранична сарадња у области екотуризма и заштите природе.

Одлика екотуризма је да буде подршка добробити локалних заједница и њиховом економском развоју. Развој екотуристичких производа треба да буде заснован на учешћу локалног становништва, као и да би се обезбедило неопходно одржавање локалних обичаја специфичних за дестинацију екотуризма. Подршка обнови традиционалних заната и других специфичних производа које прави локално становништво, тј. развијање додатних услуге за посетиоце, поред могућности смештаја је значајан елемент екотуризма.

Како би се дошло до жељеног понашања локалних заједница, посетилаца, локалне и државне власти, НВО, образовних институција и медија за подршку и учешће у екотуризму, рад у области подизања свести и знања о природним вредностима Парка треба бити константан и континуиран.

Оквир за партнерство постављен је у оквиру циљева:

1. Стварање интер-институционалне сарадње како би се повећао број партнера у локалу, региону и држави
2. Успостављање прекограничног партнерства у еко туризму и заштити природе
3. Јачање свести, уважавања и знања о природним и културним вредностима, принципима екотуризма локалних заједница, НВО, доносиоца одлука, образовних институција и медија, како би се укључили у формирање еко производа и пакета за посетиоце и давање услуга у њиховој реализацији.

### 4. РАЗВОЈ ЕКОТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА И ПАКЕТА

Сертификација Ђердапа као екотуристичке дестинације у складу са међународним стандардима директно је у вези са квалитетом еко-производа и екотуристичких пакета и услуга.

Формирање туристичких пакета подразумева комбиновање услуге смештаја, исхране, активности, садржаја, превоза и сл. Њихово формирање треба реализовати уз подршку стручњака, за шта се препоручује организовање радионица са представницима туристичке привреде и агенција, како би се идентификовали и селектовали пакети.

Добијање сертификата у вези са еколошким стандардима квалитета услуга, у директној је вези са туристичком понудом и конкурентношћу на туристичком тржишту. Квалитет еко дестинације одређују, пре свега, екотуристички производи који нуде одређене садржаје и активности.

Екотуристички производи могу бити:

- **Програм посматрања птица** - Посматрање птица представља посебну нишу на светском екотуристичком тржишту. НП „Ђердап” је проглашен за ИВА подручје и може бити лидер у земљи за програме посматрања птица.

- **Фото сафари** који омогућава фотографисање највреднијих предела и пејсажа, али и ретких и значајних биљних и животињских врста
- **Шетње у природи** (авантуре у природи) које нуде савладавање врхова и долазак до видиковаца са којих се пружају јединствени погледи. У току ових шетњи може се представити јединственост природних феномена, појава и процеса, биљне и животињске врсте.
- **Упознавање културе и традиције** - путовање које води од праисторије до савремене историје, од митова до научних спознаја
- **Истраживачки програми** - програми за научнике који омогућавају истраживање биљног и животињског света, геологије, спелеолошких објеката
- **Спелеолошки програми** - путовање кроз историју земље, посета уређених и неуређених пећина и других спелеолошких феномена
- **Спортски програми** - бициклизам, веслање, пливање, параглајдинг, слободно пењање и слично
- **Исхрана из природе** - упознавање јестивих и лековитих биљних врста, гљива, шумских плодова и припрема за исхрану по рецептима наших предака
- **Породични програми** - комбинација делова садржаја различитих програма који су прилагођени породицама, тј. деци и родитељима
- **Програми за младе** засновани на спортским и авантуристичким садржајима који се нуде кроз различите програме
- **Програми за старију популацију** - лагане интерпретативне шетње у природи
- **Образовни летњи кампови за децу** - истраживање света дивљине, историје, митова и легенди, али и организација школе страних језика, сликања и цртања, оригами технике и сл. у природи
- **Уметнички кампови** - сликање, вајарство, грнчарство, прављење цветних аранжмана и икебана и сл.

- **Занатске радионице** - традиционално етно кулинарство, ткање, везење, столарске вештине, плетење корпи и слично
- **Fitness и програми здравља** - јога у природи и други фитнес садржаји

Да би се понуда могла пласирати будућим посетиоцима неопходно је дефинисати карактеристике сваког туристичког пакета: трајање, активности, руте, таргетирану циљну групу посетилаца, период године, туристички капацитети и провајдери и, у вези са тим, цене.

*Комбиновање различитих производа у оквиру пакета за одређене циљне групе могу представљати следећи примери.*

### **1. Понуде за породични одмор**

- „Лица различитих бића“, који омогућава деци забаван боравак и стицање јединствених знања о природи Ђердапа. У оквиру програма организују се посете где деца могу видети неке врсте птица, риба и слично.
- „Истражите подручје“, специјализовани програм у оквиру којег могу да уче специфичне локалне речи или језик, фолклорне кораке, иду у организоване шетње у природи како би упознали свет флоре и фауне. Посета осматрачници за птице да се види станиште великог броја птица.
- Специјалне понуде за породице са децом „Једна еко породица“ (може укључивати попусте за смештај или укључивање у неке програме) током периода празника или распуста

## 2. Авантуристички програми (спорти и рекреација)

Авантуристима и спортистима могу се понудити активности засноване на изазовима реке, стаза у природи, затим истраживање спелеолошких феномена и блага планина у окружењу клисуре. Могу се позвати да покажу своје способности у једрењу, веслању у деловима где су мирне воде, да тестирају своју издржљивост на савладавању стаза у природи које могу бити и до 20 км, да се баве бициклизмом по планинским стазама, савладавају врхове и планинске грабене у доласку до најлепших европских видиковаца. За поглед из птичије перспективе може се организовати параглајдинг, учешће у спортском риболову и слично.

*Божанство, квалитет и разноврсност понуде једне еко-дестинације зависе и од уџоснићелских услуга, мођућности за кувовину аућенћичних ћроизвода, и забаве учешћем у разноврсним манифестацијама.*

Маркетинг и промоција пакета и производа остварује се сарађном са туристичким агенцијама, дистрибуцијом промотивног материјала, учешћем на сајмовима, директном промоцијом циљној групи и другим методама. Начин продаје и резервисања пакета и производа мора бити у складу са туристичком легислативом.

## 5. ИЗРАДА ПРОМОТИВНЕ СТРАТЕГИЈЕ ЗА ПОВЕЋАЊЕ БРОЈА ЕКОТУРИСТА

Доношење промотивне стратегије треба да омогући да се промотивне активности усмере на стварање свести о екотуристичком производу на тржишту, на стварање његовог имица и позиционирање производа. Промоција је инструмент који треба да обезбеди подршку продаји екотуристичке тражње на тржишту. Осим препознатљивости и видљивости ове понуде, треба да омогући и повећање куповине тј. броја долазака.

Да би се остварио крајњи циљ, повећање куповине туристичке понуде, промоција мора да обухвата низ активности и радњи које се организовано и систематски спроводе у оквиру унапред утврђење промотивне стратегије.

Главна одлука у одређивању промотивне стратегије јесте избор промотивног мик-

са, који је потребан за комуницирање са циљним аудиторијумом (група људи којима је намењена реклама), како би промоција била у функцији утврђених циљева маркетинга.

Инструменти промотивног микса су:

- *Реклама (Advertising)* – њена ефикасност повезана је са јасноћом постављених циљева, будући да развија склоност и упућује на директну куповину. Најчешћа средства рекламе су графичка, огласна и пројекциона.
- *Односи с јавношћу (Public Relations)* – Коришћење концепта јавности за формирање представе о НП Ђердап као екотуристичеј дестинације, и то, обично организацијом конференција за новинаре, посета, личних контаката, различитих иницијатива и слично.

- *Презентација* – на адекватан начин информисано особље, на атрактиван начин уређен простор
- *Лична џродаја* – директан контакт са појединим групама посетилаца
- *Публициџет* – најчешће преко конференција за штампу и других масовних медија
- *Продаја (Merchandising)* – продаја производа који имају везе са екоџуристичком дестинацијом, а подразумева продају маџица са мотивима подручја, логоа парка, сувенира, прехранбених производа на чијој амбалажи се налазе мотиви еко дестинације и слично
- *Сџонзорство* – посебно за време одржавања спортских и културних манифестација, када се конкретни догађај користи за предстатвљање еко џуризма
- *Дирекџни маркеџинг* – учешће на сајмовима и изложбама

Стратегија наступа на сајмовима и изложбама мора бити јасно дефинисана, осмишљена и напасве креативна (извор: Бакић, Огњен, 2008.).

Фактори који утичу на избор промотивног микса могу бити:

- Расположиви ресурси и избор промотивних средстава (јефтинија средства, унапређење продаје и публицитет)
- Величина тржишта – циљне групе (мало тржиште - директна комуникација, велика тржишта - реклама или директни маркетинг)
- Потребне купца за информацијом
- Карактеристике еко-производа за дестинацију
- „Push” стратегија (да се еко производи дистрибуирају преко посредника/џуристичких агенција), наспрот „pull” стратегији (директна комуникација са потенцијалним посетиоцима) (Извор: Jobber, David., John, Fahy., 2006.)

СРЕДСТВО ПРОМОЦИЈЕ	ПРЕДНОСТИ	НЕДОСТАЦИ	ПРЕПОРУКА ЗА КОРИШЋЕЊЕ
Реклама	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Брзо допире до најшире јавности</li> <li>2) Даје могућности понављања</li> <li>3) Доприноси позиционирању брента који може ефектно да се представи (ТВ)</li> <li>4) Побољшава видљивост предузећа и његових услуга и производа</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Безлична</li> <li>2) Не може да одговори на директна питања уколико их има</li> </ol>	За екоџуристичке програме и производе који су формиран и изградњу брента дестинације

СРЕДСТВО ПРОМОЦИЈЕ	ПРЕДНОСТИ	НЕДОСТАЦИ	ПРЕПОРУКА ЗА КОРИШЋЕЊЕ
Лична продаја	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Интерактивност, могућност одговора на питања</li> <li>2) Могућност да се отклоне недоумице</li> <li>3) Прилагодљива презентација која се може мењати у складу са особинама присутне публике</li> <li>4) Могућност представљања сложених аргумената</li> <li>5) Могућност изградње односа са потенцијалним посетиоцима</li> <li>6) Пружање шансе да се договори посета</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Допире до мањег броја људи</li> </ol>	<p>За еко туристичке програме и производе који су диференцирани по циљним групама</p>
Директни маркетинг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Могућност да се таргетирају потрошачи са великом вероватноћом доласка</li> <li>2) Могућност персонализације комуникације</li> <li>3) Лака мерљивост ефективности</li> <li>4) Могућност изградње дугорочног односа са посетиоцима</li> <li>5) Активности мање видљиве за конкуренцију</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Стопе одговора често ниске</li> <li>2) Лоше таргетирање изазива љутњу потрошача</li> </ol>	<p>За промоцију еко туристичких програма и производа који су намењени одређеним циљним групама</p>
Интернет промоција	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Омогућавање глобалног домета са релативно малим трошковима,</li> <li>2) Мерљивост броја посета сајту</li> <li>3) Могућност остваривања дијалога</li> </ol>		<p>За промоцију простора као еко туристичке дестинације, изграђивање брэнда, као и конкретне еко туристичке програме и производе</p>
Унапређење продаје	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Давање подстицаја</li> <li>2) Доводи до брзе продаје производа</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ефекти понекад краткорочни</li> <li>2) Прекомерна употреба неких подстицаја (нпр. попусти) може да нашкоди имиџу брэнда</li> </ol>	<p>За еко туристичке аранжмане и производе</p>

СРЕДСТВО ПРОМОЦИЈЕ	ПРЕДНОСТИ	НЕДОСТАЦИ	ПРЕПОРУКА ЗА КОРИШЋЕЊЕ
Публицитет	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Висок степен кредибилитета, будући да порука потиче од независног извора</li> <li>2) Привлачи већи број читалаца од реклама у часописима</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Губитак контроле</li> <li>2) Саопштење за штампу може, али не мора, бити објављено, а садржај може да буде промењен</li> </ol>	За изградњу имиџа и брeнда и промоцију подручја као еко-туристичке дeстинације
Спонзорство	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Корисно за изградњу брeнда и стварање публицитeта,</li> <li>2) Може се искористи да се покаже брига према локалној заједници и друштву уопште.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Некада су потребна велика новчана улагања</li> </ol>	За изградњу позитивног става према брeнду

Извор: Jobber, David., John, Fahy., 2006.

У односу на циљ, промоција пре свега представља:

- Одлуку о поруци, имајући у виду да порука преводи основни предлог за долазак на еко дестинацију, која се преводи у речи, симболе и илустрације, атрактивне и значајне за циљни аудиторијум
- Одлуке о медијима, тј. избор врсте медија (тв, радио итд.) и избор медијског средства (одређена телевизија, емисија, часопис и сл.) (Извор: Jobber, David., John, Fahy., 2006.).

Имајући у виду да пласирање промотивних порука у туризму захтева познавање мотива посетилаца за избор одређене дестинације, пре анализе порука дат је осврт на карактеристике људи као посетилаца дестинација, тј. купаца еко-туристичких производа/понула. При томе треба имати у виду да туриста жели да, приликом доношења одлуке о куповини и коришћењу неке услуге, што је могуће више смањи ризик погрешног избора.

Уважавање жеља и потреба циљне групе полазиште је за одлуку о поруци која ће им бити послата и избору медија којим се порука шаље ка потенцијалним туристима.

Настајање нових мотива и промена животних стилова условили су промене у самим туристичким потребама. Савремени туриста има следеће примарне критеријуме при избору дестинација за путовања:

- Преусмеравање на сигурне дестинације испуњене доживљајима и активностима
- Раст интереса за културне садржаје, традиционалне вредности типичне за дестинацију
- Раст интереса за активни одмор и посебне садржаје (оригиналност уместо униформности)
- Раст захтева за квалитетом дестинације и услуга и захтева у критеријуму „вредности за новац“
- Преферирање специјализованих програма (бициклизам, здравље, пешачења, боравак на води итд.)

- Кретање ка индивидуализованом животу, које јача у целом свету (Извор: Живковић, Радмила, 2010.)

У складу са напред констатованим мотивима за избор посета и садржаја, тј. екотуристичких производа које Ђердап може пружити, неке од основних порука које се могу послати потенцијалним по-

сетиоцима су:

- Нађи времена за необичне авантуре на шумским путевима!
- Манifestација је исувише забавна да би је пропустили!
- Научите вештине својих предака!
- У земљи митова и магије
- Тамо где је Дунав најлепши (мото ТО Кладова)

## 6. ПОСЛОВИ УПРАВЉАЊА ПОСЕТАМА

Предуслови за управљање посетама су:

1. Вођење базе података о посетама и посетиоцима
2. Могућност контроле улазака у Парк, наплате улазница и праћења посетилаца, као део укупног мониторинга Парка
3. Пружање информација посетиоцима о могућностима активности и садржаја које могу добити у Парку
4. Могућност организације вођених тура и програма за посетиоце који би имали своју економску вредност

Базе података о посетама и посетиоцима би требало да пружају следеће информације:

### *Подаци о посетиоцима*

- **Пол**
- **Место боравка** (град и држава)
- **Године:** 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65+ г)
- **Образовни ниво:**
  - основна школа/непотпуна средња школа (НКВ или КВ)
  - средња школа
  - виша школа
  - високо образовање/магистериј/докторат

### - **Старосна група посетилаца:**

- млада, независна одрасла особа (18-35 г.)
- особа која има децу раног школског узраста (6-12 г.)
- старија, независна одрасла особа (35+ г.)
- особа која има децу пубертетског доба (13-17 г.)
- пар без деце
- млада пунолетна особа која живи са родитељима (18+г.)
- особа која има малу децу (0-6 г.)
- особа са децом која су се осамосталила

### - **Начин долажења до информација о Парку:**

- усмена препорука/од пријатеља
- у центру за посетиоце
- општинска туристичка организација
- преко брошура/летака
- од локалног становништва
- преко туристичког часописа
- на интернету/преко веб странице
- преко тв, новина, радија, итд.

### **Поџаци о џосеџама**

- **Број долазака у Парк по посетиоцу:**

- први пут
- 2 до 5 пута годишње
- једном у пар године
- више од 2 пута годишње
- једном годишње
- једном месечно
- једном недељно

- **Начин доласка у Парк:**

- аутомобилом
- бродом
- аутобусом
- бициклом
- друго превозно средство

- **Дужина боравка у Парку приликом посете:**

- кратко (до 1 дан)
- 1 до 7 дана
- 7 до 10 дана
- 10 до 20 дана
- преко 20 дана

- **Организација посете:**

- у оквиру Туристичке агенције (навести име агенције)
- индивидуална организација

- **Услуге смештаја које се користе:**

- хотел
- приватни смештај
- код пријатеља, родбине
- викендица
- камп

- **Мотиви посете Парку:**

- одмор и релаксација
- провођење времена са породицом и пријатељима
- учење о биљном и животињском свету
- предах од свакодневице
- уживање у природи и

активностима на отвореном

- разгледање знаменитости
- рекреација
- спорт и вежбање
- учење о културно-историјском наслеђу

- **Активности током посете Парку:**

- разгледање, шетња
- посматрање птица и дивљих животиња
- посета културно историјским локалитетима
- вођене туре
- пливање, пловидба
- камповање
- фотографисање
- риболов
- пикник/роштиљање
- пењање по стенама/спуштање по стенама уз помоћ ужета
- веслање/вожња чамцем
- опуштање/забава/одмор
- бициклизам
- fitness/здравље

- **Оцена посетиоца услуга и садржаја у Парку** (наведени су могући индикатори, односно аспекти процене и листа која није коначна):

- Да ли су информације о Парку лако доступне пре доласка
- Да ли је особље у Парку приступачно и пријатељски се опходи према посетиоцима
- Да ли постоји довољан број путоказа како доћи до Парка
- Приступ санитарним чворовима и оцена њиховог одржавања
- Оцена квалитета и одржавања путне мреже
- Оцена квалитета и одржавања шетних стаза кроз природу
- Оцена могућности уживања у природи у Парку
- Да ли постоји довољан број осматрачница за птице и дивље животиње
- Оцена могућности приступа воденим



површинама

- Оцена доступности локалних производа
- Да ли се нуди широк спектар доступних активности (ходање у природи, пикник, посматрање птица и сл.)
- Оцена могућности шетњи уз вођење/разговор са шумарима и сл.
- Да ли су им доступне информације о култури
- Да ли постоје и да дају оцене водича и карти подручја, које су доступне у инфо центрима
- Оцена могућности добијања информација о биљкама и животињама
- Да ли су истакнута обавештења о сигурности посетилаца
- Оцена могућности смештаја у сеоским домаћинствима
- Оцена присуства других посетилаца
- Оцена садржаја доступних особама са посебним потребама и старијим особама,
- Укупно задовољство посетом Парку
- Да ли би препоручили посету Парку

Приликом спровођења упитника за посетиоце, треба замолити посетиоце да дају своје препоруке и сугестије за унапређење посета.

## 7. УСАВРШАВАЊЕ КАДРОВА

Планирање и организовање образовних програма за развој екотуризма за запослене и заинтересоване сараднике, такође, је неопходан саставни део планирања и спровођења активности на развоју екотуризма.

Оно што је неопходно за одрживо управљање заштићеним подручјима и развој управљања посетиоцима на принципима одрживости, јесте континуирано усавршавање, стицање и развој компетенција запослених.

Компетенције се односе на знања и вештине потребне за рад у развоју екотуризма, које ће водити ка успостављеном циљу да ЈП „НП Ђердап” има позицију лидера у овој области за подручје Парка. У том циљу ЈП „НП Ђердап” организује учешће запослених у тематским семинарима, радионицама и конференцијама на националном и међународном нивоу. Програми обука за поједине вештине се организује и у оквиру предузећа, као што су комуникацијске вештине и вештине интерпретације за сараднике ангажоване у раду са посетиоцима.

## 8. ОРГАНИЗАЦИОНА СТРУКТУРА И КАПАЦИТЕТИ ЗА РАЗВОЈ ЕКОТУРИЗМА У ЈП „НП ЂЕРДАП”

Полазећи од потребе управљача Националног парка Ђердап да активности промоције и презентације вредности заштићеног подручја организује на што ефикаснији и квалитетнији начин, извршили смо анализу важеће систематизације полова овог јавног предузећа.

Као непосредно релевантне групе активности за управљање туризмом, дакле посетама националном парку, пратили смо

све послове који се тичу информисања, маркетинга, популаризације, промоције, образовања запослених и образовних програма за јавност, као и обезбеђење инфраструктурних капацитета за ову делатност. Унутар Службе за маркетинг, у оквиру Сектора заједничких послова, систематизовано је радно место „Стручни сарадник за комерцијалу и маркетинг”, са једним извршиоцем. За ово радно место захтева се поседовање седмог степена стручне спре-

ме, економског или шумарског профила и једна година радног искуства.

Из домена на који смо овде фокусирани, у опису послова овог сарадника, као релевантни, могу се издвојити следећи послови:

- Обавља послове маркетинга и презентације Националног парка
- Остварује сарадњу са Туристичком и другим организацијама на пословима промоције
- Прикупља и обрађује информативно – пропагандну и стручну документацију и учествује у уређивању информативно–туристичких публикација, учествује у организовању посета, пријема и информисања посетилаца Националног парка.

Међутим, поред ове групе активности, овај сарадник би требало да обавља и низ послова из домена:

- набавке опреме и инвентара, израде планова набавке, уговарања набавки
- истраживања тржишта и продаје производа
- праћења залиха резервних делова, горива и сл.
- координације продаје и откупа шумских плодова, лековитог биља, ловне и риболовне фауне
- извештавања и давања предлога

За квалитетно обављање свих наведених послова, овај би сарадник требало да поседује следеће компетенције:

- Технике и методе истраживања тржишта
- Планирања и извођења продаје производа
- Познавање карактеристика и процедура откупа шумских плодова, лековитог биља, риболовне и ловне фауне
- Сарадње са спољашњим клијентима
- Методе и технике презентације
- Уређивање информативних и промотивних публикација
- Комуникација и интерпретација вред-

ности Парка посетиоцима

- Организовање група посетилаца

Као и листа послова, приказ наведених компетенција показује да је реч о веома хетерогеним активностима и веома разуђеном спектру компетенција запосленог. Уколико се планира развој, разноликост, повећање обима и квалитета рада са посетиоцима и промоције Парка, било би адекватније послове овог сарадника груписати око маркетинга, истраживања тржишта, послова из домена пласирања производа и набавке, као и координације откупа врста, а послове непосредно везане за туризам, као што је прихват посетилаца и уређење информативних публикација, уврстити у опис послова сарадника чије ће непосредне дужности бити преваходно оријентисане ка промоцији, популаризацији, развоју и управљању рада са посетиоцима и образовним активностима.

С обзиром на делокруг рада Сектора заштите и развоја Националног парка, не чуди заступљеност за туризам релевантних активности у опису послова неколицине сарадника:

- Руководилац сектора – помоћник директора (учествује у пословима популаризације и презентације Националног парка)
- Самостални стручни сарадник заштите и унапређивања стања екосистема и фауне Националног парка (учешће у изради програма обуке надзорника Националног парка и њихова реализација)
- Самостални стручни сарадник планирања, заштите и уређења простора Националног парка (учествује у пројектовању објеката у функцији Националног парка, изради пројеката информативних и других објеката)
- Самостални стручни сарадник заштите и уређења предела (учешће у изради програма обуке надзорника и њихова реализација; израда пројеката уређења рекреативних површина)

- Самостални стручни сарадник за информациони систем (израђује програме управљања посетиоцима Националног парка у оквиру Центра за посетиоце, а за потребе развоја информационог система)
- Самостални стручни сарадник заштите и унапређивања ловне фауне у Националном парку (учешће у изради програма ловног туризма и организовање активности на терену, учешће у изради програма обуке надзорника Националног парка и њено спровођење).

Најуже повезани послови са развојем туризма, унапређењем рада са посетиоцима и промоцијом Националног парка, систематизовани су у оквиру позиције „Самостални стручни сарадник за популаризацију и презентацију Националног парка”, унутар Сектора заштите и развоја овог Јавног предузећа. Ови послови обухватају:

- Организовање посета, пријема и информисања посетилаца Парка
- Координирање музејске поставке, изложбе и других послова презентације вредности Националног парка
- Организовање информативно – пропагандних активности
- Успостављање и координирање домаће и међународне сарадње запослених у предузећу са стручним организацијама и институцијама за заштиту природних и културно-историјских вредности и корисницима подручја Националног парка
- Синтезно вођење евиденције културно-образовних и научно истраживачких активности
- Координација израде билтена, чланака, Информатора предузећа
- Израда синтезних месечних и годишњих извештаја из делокруга свог рада
- Предуслови за рад на овој позицији јесу седми степен стручне спреме у области друштвених наука, познавање једног страног језика, рад у оперативном систему Windows, три године радног искуства и положен стручни испит.

- Мада знатно концентрисаније ка популаризацији и управљању посетама, компетенције овог сарадника су и даље врло разумљене и обухватају бар:
  - Координаторске и организацијске способности, знања и вештине
  - Комуникацијске и презентацијске компетенције
  - Сарадњу са интерним и екстерним сарадницима
  - Стратешко планирање
  - Лидерске и менаџерске компетенције
  - Познавање и примену стандарда у извештавању и аналитичке вештине.

Посматрајући листу активности и потребних знања, вештина и способности, утисак је да се ради пре о потенцијално координаторској или руководећој позицији, него пословима непосредног извршења послова. Овоме ћемо се вратити у препорукама за будућу организацију кадрова у циљу унапређења делатности популаризације и рада са посетиоцима.

Делокруг Службе надзора је доминантно усмерен ка обезбеђивању унутрашњег реда и очувању вредности и ресурса у Парку, као и ка одржавању чистоће, а поред тога конкретно обухвата и:

- Чување и обнављање информативних табли
- Контролу кретања и боравка посетилаца Националног парка.

Ови послови заступљени су на координаторском нивоу у опису делатности Руководиоца службе и, на оперативном нивоу, у опису делатности надзорника. У оба случаја, с једином разликом у нивоу потребног образовања (VI/VII степен за руководиоца и IV степен за надзорника), предуслови за обављање ових послова су положен стручни испит, одобрење за ношење оружја, познавање једног страног језика, познавање рада у оперативном систему Windows и годину дана радног искуства.

Уз неспорну потребу за очувањем унутрашњег реда у заштићеном подручју, неопходно је доминантну улогу надзорника који контролише и прати прекршаје правила проширити на профил са улогом „домаћина” Парка, некога ко дочекује госте, ко са посетиоцима комуницира и на најбољи начин презентује вредности Парка.

***Орџанизациона и кадровска решења у циљу унаџређења џуризма и уџправљања џосеџама у заштићеним џодручјима – неки џримери из националних џаркова.***

Организациона структура у заштићеним подручјима варира у зависности од величине, капацитета, циљева и инфраструктурне и финансијске подршке. Када је реч о активностима промоције и информисања о вредностима паркова, а посебно о туристичким програмима и раду са посетиоцима, решења претежно иду у правцу планирања и ангажовања сарадника који су задужени за ове послове, а ређе ка успостављању посебне службе која би се бавила искључиво туризмом.

Организациона решења у домену туристичких програма зависе, наравно, и од броја и профила посетилаца на годишњем нивоу, као и од пословних одлука које се односе на обим активности које обављају сами запослени у парку, и оних које обављају локалне туристичке и друге организације, као и локално становништво и волонтери у сарадњи са управом заштићеног подручја.

У сваком случају, промотивне и образовне активности планирају се у тесној спрези са туристичким програмима, као међусобно логично повезане. Такође, читава област управљања, која се тиче планирања, програмирања, реализације и праћења активности за посетиоце, означава се као „управљање посетиоцима” или

„управљање посетама”, што је термин који обухвата програме шире од туристичких и упућује на активност самог заштићеног подручја, док се под туристичким програмима могу, рецимо, подразумевати они које нуде и реализују туристичке организације и други актери, као спољашњи сарадници организације која управља. Стога, и у овој студији ми користимо термин „управљање посетиоцима” да означимо шири спектар активности и нагласимо улогу управљача заштићеног подручја у њиховом планирању, координацији, извођењу и праћењу.

У наставку ћемо представити неколико примера организационих и кадровских решења у европским, као и нашим, националним парковима.

У Националном парку „Баварске шуме” у Немачкој, поред административних и управљачких јединица, групе послова организоване су у следеће целине:

- Заштита природе, управљање посетама и правна питања (где се у оквиру управљања посетама мисли на успостављање и бригу о инфраструктури, информативним пунктовима, интерпретативним стазама)
- Еколошко образовање и регионални развој (сарадници за еколошко образовање, рад са младима, ренџери, сарадници за туризам)
- Информисање и музејски програми
- Истраживање и мониторинг (према: Europarc,(b)2001)

У Националном парку „Parc des Cévennes”, у Француској, развијене су активности за посетиоце и стављен је акценат на екотуристичке програме. Парк је један од носилаца Европске повеље за одрживи туризам (Еуропарк Федерација), а у имплементацији принципа и активности на основу тога је ангажована организација професионалаца у туризму, Cévennes Ecotouri-

me, као мрежа 80 стручњака који су се определили да живе и раде на територији Парка (<http://eng.cevennes-parcnational.fr/>). У Парку, према њиховој евиденцији, има око 2 милиона посета годишње (Извор: телефонски интервју са Naic Faucon, ATEN centar, Француска).

У организационој структури овог Парка постоје следеће јединице: Администрација и људски ресурси, Планирање и мониторинг, Служба за одрживи развој и Служба за развијање свести и образовање. У оквиру последње Службе постоји посебна јединица за образовање и она која се бави туризмом, у којој су запослени координатори и асистенти за одрживи туризам, комуникације и посебне програме (попут Фестивала природе и сл.).

У најстаријем националном парку „Peak District”, у Великој Британији, где се на годишњем нивоу евидентирало и до 22 милиона посета, више од 20 година су активности екотуризма, односно посета парку образовног карактера, биле стручно подржаване и координиране унутар центра за образовање Losehill Hall. Међу особљем директно задуженим за ову делатност, у структури Центра, биле су заступљене следеће функције:

- Менаџер образовних посета
- Организатор образовних посета
- Пројектни сарадник Службе за образовне посете
- Координатори образовних посета
- Лидери образовних посета (према: Europarc, (b)2001)

У организационој структури Јавног предузећа за управљање Националним парком Тара, како смо раније помињали, заступљене су две службе које су релевантне за промоцију и управљање посетама:

- Служба за информисање, презентацију и популаризацију парка, са следећим радним местима: Руководилац службе за

информисање, презентацију и популаризацију парка, Референт за информисање и јавност, Информатор и Водич

- Служба туризма и едукације: Руководилац службе туризма и едукације, Референт туризма (ЈП „НП Тара”, 2012.)

Кратка претходна анализа показује да су решења разноврсна, прилагођена специфичностима и обиму посета у Парку, а да су активности управљања посетиоцима, туризма и популаризације засноване на концепту одрживог развоја туризма и тесно повезане са образовањем и комуникацијом, усмереним ка различитим циљним групама. Такође, очигледно је да, поред самих запослених у организацијама за управљање, у реализацији програма за посетиоце учествују и спољашњи сарадници, организације и волонтери.

Једна од кључних улога међу кадровима оријентисаним ка раду са посетиоцима, свакако, припада ренџерима, који се код нас називају надзорницима или чуварима природе.

Према критеријумима Међународне федерације ренџера, на пример, за обављање послова ренџера кључне су следеће компетенције:

- Примена основних еколошких и заштитарских принципа и процеса зарад праћења промена и управљања активностима заштите
- Интерпретација, образовање и информисање посетилаца о важности заштићеног подручја
- Успостављање односа са свим релевантним интересним групама
- Управљање и одржавање технолошких средстава и инфраструктуре
- Брига о себи и другима у ванредним ситуацијама
- Квалитетно писање извештаја, вођење канцеларија или пројеката и финансијска одговорност

- Добра комуникација са члановима тима и одржавање добрих пословних односа (Smit, према: Lockwood et al, 2006, стр.168.).

У систему управљања националним парковима Француске, како смо помињали, поред сарадника за образовне активности и комуникацију, ренцер обавља добар део послова промоције и комуникације са посетиоцима. Распон захтева у погледу формалног образовања креће се, од завршеног средњег, па чак до мастер нивоа у адекватним професионалним областима. Поред сарадње на очувању вредности и мониторингу, бриге о безбедности посетилаца и заштити ресурса од угрожавања, ренцер има важну улогу у развоју програма за посетиоце и интерпретацији. У уобичајене активности ренцера овде, такође, спадају и брига о очувању инфраструктуре за посетиоце, прикупљање и дистрибуирање информација правног карактера, као и припрема и процесуирање пријава против прекршилаца правила, у складу са важећом легислативом.



У специфичне активности које ренцер обавља спадају:

- организовање обуке и образовних програма на терену
- припрема информативних материјала за различите кориснике
- припрема програма за посетиоце различитог профила
- супервизија особља задуженог за одржавање или волонтера
- усмеравање потребних радова на одржавању и унапређењу инфраструктуре
- координација послова управљања отпадом
- развој социјалних и културних програма
- представљање рада управљача у медијима
- упознавање са регулативом у овој области (према: *ATEN*, <http://competences.espaces-naturels.fr/accueil>)

Како смо видели и у другим примерима из света, улога ренцера се диверсификује и специјализује у складу са циљевима управљања и специфичностима Парка, ка области више научног, културног, образовног, туристичког или надзорничког типа (*Appleton, Texon, Uriarte, 2003*).

Посматрајући активности и компетенције обухваћене огледним профилем Надзорник парка, који је постојао у нашем средњошколском формалном систему образовања, можемо препознати комбинацију претходно навођених дужности ренцера (донекле сличну француском примеру), само са знатно мањим распонем дужности и захтева:

Дужности - стручне компетенције	Задаци - јединице компетенција
Спровођење правила унутрашњег реда у заштићеном подручју	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Контрола примене дозвољених радњи</li> <li>- Контрола постојања забрањених радњи</li> <li>- Примена радњи против починилаца прекршајних радњи</li> <li>- Контрола коришћења минералних сировина и ресурса</li> </ul>
Праћење природних и створених вредности у заштићеном подручју	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Праћење услова за очување заштићеног подручја</li> <li>- Праћење чистоће реке</li> <li>- Праћење заштићених биљних и животињских врста</li> <li>- Праћење услова за одржање шума, пећина, споменика геолошког, хидролошког, хидроморфолошког и ботаничког карактера</li> </ul>
Сарадња са корисницима заштићеног подручја	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Информисање корисника о потребној документацији за извршење жељене радње у заштићеном подручју, и како је прибавити</li> <li>- Провера постојања дозвола и услова за извршење жељене радње у заштићеном подручју</li> </ul>
Сарадња са посетиоцима заштићеног подручја	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Припрема материјала за представљање заштићеног подручја</li> <li>- Представљање вредности, добра и специфичности заштићеног подручја</li> <li>- Упознавање посетилаца са надлежностима и процедурама рада надзорника парка</li> <li>- Организовање руте обиласка подручја</li> <li>- Пружање услуге водича када посетиоци долазе без пратње водича</li> </ul>
Сарадња са надлежним инспекцијским службама у обављању њихових дужности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Пружање информација о заштићеном подручју</li> <li>- Обезбеђивање података потребних за контролу (предмет контроле)</li> <li>- Омогућавање одласка на место контроле</li> <li>- Присуство инспекцијском прегледу</li> </ul>
Спровођење противпожарне заштите на терену	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Спровођење превентивних мера заштите подручја од пожара (контрола и упозоравање)</li> <li>- Уочавање потенцијалног пожара</li> <li>- Обавештавање надлежних служби о пожару</li> <li>- Активно учествовање у гашењу пожара</li> </ul>
Вођење документације	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вођење дневника рада</li> <li>- Прикупљање података који омогућавају подизање пријаве против починиоца бесправне радње</li> <li>- Вођење записника о одузимању предмета бесправне радње</li> <li>- Вођење евиденције о броју и структури посетилаца заштићеног подручја</li> <li>- Вођење евиденције о броју извршених контрола</li> <li>- Писање извештаја на месечном нивоу</li> </ul>

Извор: Завод за унапређивање образовања и васпитања, 2012.

Док је већи део наведених задатака, осим сарадње са корисницима и посетиоцима, лако препознати у опису делокруга рада Службе надзора у ЈП „НП Ђердап“, дотле је у самом опису посла надзорника у овој Служби, како смо већ анализирали, опсег знатно сужен и сконцентрисан најпре на надзор, праћење и контролисање унутрашњег реда.

Вратимо ли се опет другим искуствима у нашој средини видимо да, рецимо, решење ЈП „НП Тара“ иде све више у правцу ангажовања водича и као запослених и као спољних сарадника, у посебној служби за популаризацију и промоцију Парка, док се унутар Службе за туризам појављује референт за туризам. Поред тога, постоји посебна Служба чувара природе, чији је еквивалент у организационој структури ЈП „НП Ђердап“ Служба надзора.

Претходна анализа и шири увид у искуства управљача заштићених подручја у другим срединама, послужиће нам за предлог мера и организационо – кадровских решења која би, у контексту модерног управљања националним парковима али и специфичности НП „Ђердап“, могла допринети ефикаснијем и ефективнијем промовисању вредности и раду са посетиоцима у различитим видовима одрживог туризма.

***Предлог мера и организационо кадровских решења за ефикасно и ефективно управљање активностима заснованим на принципима одрживог туризма у НП „Ђердај“***

Имајући у виду да су послови популаризације и презентације вредности Парка, информисања и образовања различитих циљних група, прихвата и организовања посетилаца и израде промотивног матери-

јала, у актуелној систематизацији радних места у ЈП „НП Ђердап“ уграђени у низ радних места са веома хетерогеним захтевима, сматрамо да би следећи кораци поспешили ефикасност и квалитет овог сегмента рада:

1. Сконцентрисати послове у домену популаризације, промоције, информисања, образовања, интерпретације, рада са посетиоцима, укључујући планирање и организацију различитих видова одрживог туризма, и то, у оквиру једне радне јединице у организацијској структури ЈП „НП Ђердап“. Било би адекватно, у том смислу, организовати посебну Службу, која би могла бити уграђена у Сектор заштите и развоја.

2. Редифинисати опис послова сарадника за маркетинг, у складу са претходном анализом и профил овог запосленог оријентисати ка маркетингу, продаји и координацији рада на откупу врста, а остатак послова систематизовати сараднику за промотивне, информативне и послове рада са посетиоцима унутар новоосноване Службе.

3. Иновирати опис послова надзорника, тако да се фокус са доминантног вршења контроле унутрашњег реда прошири и на комуникацију са посетиоцима и другим сарадницима и образовне активности, сходно претходно навођеним примерима

4. С обзиром да, независно од истог описа посла, међу надзорницима у ЈП „НП Ђердап“ постоји разлика у садржају посла (већа усмереност ка ловном или риболовном ресурсу, већа или мања задужења везана за вођење посетилаца, веће или мање искуство у том погледу и сл.), потребно је да се те разлике пропознају у новим описима посла и решењима, те да поједини надзорници добију функцију водича, поједини доминантну улогу контролора понашања или праћења стања у заштићеном подручју и сл. Сви надзорници би, у склопу свог усавршавања, требало



да усвоје фонд знања и вештина у области комуникације и организације посетилаца, али би водичи међу њима требало да се најуже специјализују за активности интерпретације, презентације и образовања посетилаца и других сарадника. Ово тим пре ако се не виде реалне могућности за запошљавање нових сарадника на месту водича у Националном парку.

5. Нова радна јединица би могла да носи назив „Служба за комуникацију, образовање и управљање посетиоцима”. У њеном саставу би требало да буду следећи и сарадници:

- Руководилац Службе
- Сарадник за промоцију и образовање
- Сарадник за информисање и односе са јавношћу
- Сарадник за дизајн, пројектовање и уређење изложбених поставки
- Сарадник за планирање и координацију рада са посетиоцима
- Водичи<sup>1</sup>

6. Развити План управљања посетиоцима, који ће на годишњем нивоу бити уграђиван у општи План управљања Парком.

7. У сарадњи са сарадницима из Сектора за заштиту и развој и сарадником за маркетинг из Сектора заједничких послова, направити програм иновирања и одржавања адекватне инфраструктуре за посетиоце, као и правце интензивирања сарадње са локалном заједницом и туристичким организацијама и агенцијама.

Постављањем Службе у Сектор за заштиту и развој, омогућава се још боља координација сарадника, који делом свог делокруга рада обављају послове од важности за рад са посетиоцима и различитим групама сарадника, као и популаризацију вредности Парка. Сарадници нове Службе и постојећих јединица у целом ЈП, а посебно

овом Сектору, природно су упућени једни на друге, јер без валоризације и заштите вредности Парка нема ни популаризације ни посетилаца, док без њих нема подршке заштити подручја и унапређене свести о њеној важности.

У том смислу, од посебног значаја је обезбеђивање следећих предуслова:

- Ефикасна и тесна сарадња руководиоца служби и сектора у планирању и координисању свих елемената који се тичу популаризације, промоције, рада са посетиоцима и сарадње са заинтересованим странама
- Јасна расподела одговорности и послова између сарадника, како не би долазило до преклапања или занемаривања једног дела задатака услед претрпаности хетерогеним захтевима посла
- Континуирано утврђивање потреба и организовање програма за образовање, усавршавање и иновирање знања и вештина запослених и сарадника
- Јачање капацитета и ангажованости у развијању и реализацији пројеката, као пута за обезбеђење средстава за развој делатности и инфраструктуре, учење на примерима и размене искустава, ширење и учвршћивање мреже сарадника.

Како показују резултати низа студија, од којих су неки претходно представљени, организације за управљање заштићеним подручјима свуда у свету имају јачи капацитет, не само онда када више улажу у развој адекватних људских ресурса и њихову добру организацију, већ и када своје ресурсе ангажују на комуникацији и образовању различитих циљних група и размени знања са сарадницима и локалном заједницом. То су важни елементи одрживог управљања заштићеним подручјем уопште, а и активностима управљања посетиоцима и промотивним активностима посебно.

<sup>1</sup> Предлог послова и задатака унутар Службе и делокруга рада сарадника даји је у прилогу, без намере да то буде коначна листа дужности или броја сарадника.

## 9. ПРЕДЛОГ СТРУКТУРЕ СЛУЖБЕ ЗА КОМУНИКАЦИЈУ, ОБРАЗОВАЊЕ И УПРАВЉАЊЕ ПОСЕТИОЦИМА<sup>2</sup>, СА ПРЕГЛЕДОМ ОСНОВНИХ ЗАДАТАКА И АКТИВНОСТИ

### *Руководилац Службе*

- Израда планова и програма активности из делокруга рада Службе
- Координација образовних програма и активности
- Координација припреме и реализације програма за посетиоце Парка
- Координација послова презентације вредности Националног парка
- Координација информативно – пропагандних активности
- Координација домаће и међународне сарадње запослених
- Организовање анализе рада (интерних и екстерних), потреба за образовањем и профила посетилаца Парка
- Координација извештавања интерне и екстерних јавности о делокругу рада Службе

### *Сарадник за промоцију и образовање*

- Учествоје у планирању активности у овом домену.
- Припрема и спроводи анализу посетилаца, потенцијалних посетилаца и потреба за образовањем запослених и сарадника Парка.
- Учествоје у осмишљавању и организацији промотивних догађаја.
- Учествоје у осмишљавању и припреми промотивних материјала и публикација.
- Ради на дизајнирању и извођењу програма образовања и усавршавања знања за запослене и сараднике Парка.
- У сарадњи са осталим колегама планира и изводи промотивне кампање.
- Континуирано извештава непосредног руководиоца и остале колеге о раду у овом сегменту.

### *Сарадник за информисање и односе са јавношћу*

- Учествоје у изради стратешког плана комуникације Парка са јавностима.
- Континуирано развија и одржава успешну сарадњу са медијима.
- Припрема адекватне форме интерног и екстерног информисања о раду Јавног предузећа.
- Уређује интерна информативна гласила (штампана и електронска), у сарадњи са колегама из Службе и целог ЈП.
- Успоставља, развија и одржава добру сарадњу ЈП са домаћим и страним партнерима и организацијама.
- Саветује представнике ЈП у погледу јавног и медијског наступа.

### *Сарадник за дизајн, пројектовање и уређење изложбених поставки*

- Учествоје у осмишљавању и техничком уређењу издања и промотивног материјала Парка.
- Учествоје у пројектовању и уређењу изложбених поставки у Парку.
- Учествоје у осмишљавању и изради информативних табли и знакова у Парку.
- Тесно сарађује са колегама из других служби на уређењу визиторских и рекреативних пунктова у Парку.

### *Сарадник за планирање и координацију рада са посетиоцима*

- Учествоје у осмишљавању и планирању програма за посетиоце Парка.
- Прати и евидентира проток посета и прави адекватне анализе и на њима засноване предлоге о будућем раду са посетиоцима.

<sup>2</sup> Могући алтернативни називи Службе: Служба за информисање, образовање и џуризам или Служба за популаризацију и одрживи џуризам.

- Прикупља и анализира повратне информације од посетилаца.
- Прати и предлаже унапређења у погледу смештајних и инфраструктурних капацитета на подручју Парка.
- Координира рад водича у Националном парку.
- Сарађује са организацијама и агенцијама које нуде туристичке програме који су у складу са политиком Парка и развојем одрживог туризма.

#### Водичи<sup>3</sup>

- Учествоју у изради програма за посетиоце.
- Непосредно воде посетиоце и организују групе туриста у Парку.
- Обављају активности интерпретације, образовања и промоције Парка различитим профилима посетилаца и сарадника.

- Обезбеђују адекватне информације посетиоцима у визиторским и инфо центрима, користећи разноврсне медије.
- Врше непосредни мониторинг посетилаца и о томе извештавају сарадника за планирање и координацију рада са посетиоцима.
- Учествоју у мониторингу природних вредности и о томе извештавају сараднике из Сектора за заштиту и развој.
- Прате и извештавају о стању стаза, информативних табли и инфо пунктова за посетиоце.
- Старају се о безбедности посетилаца и поштовању правила понашања у Парку.
- Сарађују са локалним становништвом и волонтерима – водичима.

## 10. ЈАЧАЊЕ ФОНДОВА ЗА РАЗВОЈ ЕКОТУРИЗМА

Финансирање развоја екотуризма у Парку може се остварити преко више извора:

### 1. Владиних развојних фондова

Могуће је аплицирати за фондове различитих министарстава (ресорна за области туризма, пољопривреде, заштите животне средине, привреде и др.) који, пре свега, имају за циљ развој руралних подручја

### 2. Међународних фондова:

Остваривањем стауса кандидата за улазак у Европску унију, Србија је добила већу могућност коришћења приступних (IPA) фондова, где су посебно вредновани прекогранични пројекти.

Конкурисањем на тематске пројекте у вези са одрживим развојем и заштитом природе код организација као што су WWF (Свет-

ски фонд за заштиту дивљих врста), IUCN (Светска асоцијација за заштиту природе), REC (Регионални еколошки центар за Југоисточну Европу), WTO (Светска асоцијација за туризам) и сл.

3. Улагањем сопствених средстава, пре свега оних која се остварују у домену рада са посетиоцима, као што су вођене посете, продаја улазница, публикација, сувенира и слично.

<sup>3</sup> За разлику од осталих радних места за која је довољан јо један извршилац, овде би било неопходно планирати 3-4 запослена водича.



## ЗАКЉУЧАК

Екотуризам може бити значајан елемент одрживог развоја локалних заједница и подршка развоју заштите природе. У НП Ђердап већ постоје одређене активности и услуге које могу ући у понуду екотуристичких пакета. У Парку постоји добро развијена мрежа стаза за шетњу у природи. Међутим, екотуризам заузима мали део у туристичким услугама Парка, тренутно је мали број туристичких агенција које нуде екотуристичке пакете, док услуге које нуде локални привредници углавном не представљају екотуризам, као што су смештај и храна. Екотуризам могућ је кроз тек по неку могућност пловидбе Дунавом, изнајмљивања бицикла, посете пећинама и шетње уз водича.

Национални парк Ђердап је најширој јавности у Србији добро позната дестинација. Имајући у виду оцену привлачности подручја, реално је очекивати већи број долазака и посета. Разлог за овакву ситуацију може бити лоша саобраћајна инфраструктура и повезаност са највећим градовима, ограничена могућност смештаја и мали број организованих тематских садржаја боравка. Поред тога што је Парк добро познат домаћој јавности, у европском контексту готово је потпуно непознат, осим за бициклисте, будући да се налази на траси бициклистичке стазе EuroVelo 6.

Промоција подручја као заштитног знака и брэнда за локалне продукте и услуге у фази је формирања, као и ширење круга сарадње са туристичким агенцијама које су туроператори у нашој земљи.

Рад са заинтересованим странама за развој екотуризма је покренут како би се смањили фактори који негативно утичу на развој екотуризма. Пре свега, да се предупреди погрешно схватње концепта екотуризма агенција и локалних заједница да је то било која активност која се дешава у природи или у заштићеном природном добру. Овакав став често води ка томе да се не узима у обзир утицај који туризам може имати на природу или локално становништво. Постојање заштићеног природног добра се, пре, види као препрека за развој туризма /екотуризма и локални развој.

Увођењем стратешког планирања екотуризма на простору Националног парка „Ђердап” и јачањем кадровских капацитета за послове који би требало да омогуће остваривање свих претпоставки да екотуризам заживи као развојна делатност, пут је да туристички потенцијали Парка буду у функцији његовог одрживог развоја.



## ЛИТЕРАТУРА

- Appleton, M.R., Texon, G.I., Uriarte, M.T., (2003), *Competence Standards for Protected Area Jobs in South East Asia*, Los Banos, Philippines: ASEAN Regional Centre for Biodiversity Conservation
- ATEN - L'atelier technique des espaces naturels (<http://competences.espaces-naturels.fr/accueil>)
- Бакић, О. (2008), *Маркетинг у туризму*, Београд, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент
- Вељковић, С. (2009), *Маркетинг услуга, треће измењено и допуњено издање*, Београд, Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду
- Грујичић, И. (2009), *Assessment of Protected Areas management effectiveness in Serbia: Application of WWF-World Bank Management Effectiveness tools in protected area management by PE „Srbijasume” and “Vojvodinasume”*, Master thesis, University of Klagenfurt
- Europarc (a), *Loving them to death – Sustainable Tourism in Europe’s Nature and National Parks*, (2001) Grafenau: Europarc Federation
- Europarc (b), *Working Group Education for Sustainable Development*, (2001) Grafenau: Europarc Federation
- Информатор о раду (2014), ЈП НП Ђердап, <http://www.npdjerdap.org/>
- Информатор о раду, (2012.) ЈП НП Тара, <http://www.nptara.rs/>
- Lockwood, Worboys, Kothari, (2006), *Managing Protected Areas – A Global Guide*, London: Earthscan
- Jobber, D., John, F (2006), *Основи маркетинга*, друго издање, Нови Сад, Универзитет Сингидунум
- Orlović-Lovren, (2013), *Learning and Capacity Development for Protected Area Management*, u Getzner, M., Jungmeier, M (eds), *Protected Areas in focus: Analysis and Evaluation*, Klagenfurt: Heyn, 87-97.str.
- Орловић-Ловрен, (2011), *Образовање одраслих и развој капацитета за одрживо управљање заштићеним подручјима*, докторска дисертација, Београд: Филозофски факултет Универзитета у Београду
- Ostrowsky S., Krippendorf J, (1983.), *Problemy Turystki Nr 3, Instytut Turystyki, Warszawa, p.146*
- Pangea, (2003), *Training Needs Assessment Report, Croatia: Carst Ecosystem Conservation Project*
- План и програм рада Туристичке организације Мајданпек, 2014.
- План управљања Националним парком Ђердап за период 2011-2020. год, ЈП „НП Ђердап”, 2013.
- Пореј, Д., Пишчевић, Н., Орловић-Ловрен, В. (2009), *Извештај о процени ефикасности управљања заштићеним подручјима у Србији коришћењем RAPPAМ методологије*, Београд: Министарство заштите животне средине и просторног планирања
- Попеску, Ј. (2011), *Менаџмент туристичке дестинације*, прво издање, Београд, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент
- Правилник о систематизацији послова ЈП „НП Ђердап”, 2002
- Систематизација послова у Националном парку Cevennes, Француска <http://eng.sevennes-parcnational.fr/>
- Стратегија развоја одрживог туризма у Националном парку Ђердап, Национални парк Ђердап, резултат пројекта „Заштита биодиверзитета кроз развој екотуризма у Националном парку Ђердап, Rufford Small Grants Fond

- Tilden, F., (1977). *Interpreting our Heritage*, University of North Carolina Press

- Horatiu, P.E., (2014), *Study on ecotourism development in transboundary region of Djerdap National Park and Portile de Fier Nature Park in frame of Workpackage no 6 of Bioregio Carpathians Project*

- Завод за унапређивање образовања и васпитања, 2012, *Стандард квалификације Надзорник Парка*, Београд: Завод за унапређивање васпитања и образовања, Сектор за развој квалификација и мрежу школа

- Живковић, Р., (2010), *Понашање и заштита потрошача у туризму*, четврто издање, Београд, Универзитет Сингидунум, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент

- Carter, J., (2001), *A sense of Place, an Interpretative Planning Handbook*, Scottish Nature Heritage





CIP





Студија је настала у оквиру пројекта BioREGIO Carpathians, суфинансираног од стране EU кроз програм транснационалне сарадње Југоисточна Европа