

## **Nautički turizam kao faktor konkurentnosti turizma Vojvodine**

**Rezime:** Nautički turizam ima visok trend rasta, a najveći porast očekuje se upravo u našem delu Evrope. Prognoza je i da će do 2020. godine nautički turizam biti jedan od vodećih oblika u industriji turizma širom sveta. Zbog velikih potencijala za razvoj ovog vida turizma u regionu, u izrazito perspektivne projekte spadaju oni koji imaju za cilj povećanje konkurentnosti nautičkih proizvoda: marina, usluga turističkog čartera, kao i „rečnih kruzera“.

Izgradnja nautičke infrastrukture (pristaništa, marina, turističkih atrakcija posebno na Dunavu, a u manjoj meri i na Tisi i Savi) treba da doprinese većoj posećenosti Vojvodine i da ojača njeno povezivanje, kao regije, sa dunavskim rečnim turama ali i doprinese turističkoj ponudi i ekonomskom razvoju šireg okruženja. Sa Dunavom, koji u Vojvodini dobija punu snagu, kao i pritokama Savom, Tisom, Tamišem i Nerom, kanalima, gastronomijom i preko 700 manifestacija godišnje, kulturološkim, sociološkim obeležjima, Vojvodina može kreirati mnoge turističke proizvode i stvoriti veću vrednost za buduće posetioce.

**Ključne reči:** nautički turizam, Dunav, Vojvodina, konkurentnost

**Summary:** Nautical tourism has a high growth trend, and the greatest increase is expected to be in Balkan area of Europe. Forecasts predict that, until 2020, cruise business will be a leader in the global tourism industry. Large development potential of nautical tourism in this region, considers extremely perspective projects which involve increase of competitiveness of the following nautical products: marines, tourist charter services, and river cruising.

Construction of nautical infrastructure (ports, marines, tourist attractions on the Danube) should contribute to a greater tourist visit to Vojvodina, and as well to strengthen its connection with the Danube region, tours and tourist offer and contribute to the economic development of the wider environment with the facilities of nautical tourism. Vojvodina can create many tourism products and create greater value for future visitors and tourists. This is based on the fact that the Danube gets the full river force in this region so with tributaries such as Sava, Tisa, Tamis and Nera, channels, gastronomy and more than 700 events annually, cultural, sociological characteristics etc. represents a good tourist attraction.

**Keywords:** nautical tourism, Danube, Vojvodina, competitiveness

---

\* Rad je primljen 01.februara 2010. godine i na zahtev recezenata je bio tri puta na reviziji kod autora

\*\* Univerzitet Educons, Fakultet poslovne ekonomije, muhi.bela@gmail.com

## 1. UVOD

**P**rema Marketing strategiji turizma Vojvodine, Pokrajina će do 2019. godine biti globalno poznata turistička destinacija, koja će svojim jedinstvenim položajem, bogatom kulturnom baštinom, idiličnom ruralnom atmosferom, slikovitim pejzažima i naglašenom željom stanovnika za druženjem i uživanjem u životu, privlačiti turiste i posetioce koji putuju tražeći autentične doživljaje. Vojvodina će se pozicionirati kao destinacija sa jakim kulturnim identitetom i vojvođanskim načinom života.

Međutim, autori strategije ističu kako danas Vojvodina još uvek važi za destinaciju sa prilično nejasnim imidžom, tj. kao turistička destinacija ne može se smatrati brendom. Jedan od osnovnih problema vojvođanskog turizma je još uvek njegoa slaba prepoznatljivost odnosno nejasne asocijacije, koje budi Vojvodina i njena turistička ponuda.

Prilikom izrade Marketing strategije turizma Vojvodine, sprovedeno je anketno istraživanje različitih subjekata turističke privrede Vojvodine, a u vezi sa nekoliko desetina ključnih pitanja o daljem razvoju i pozicioniranju turizma Vojvodine. Prilikom anketiranja turistički subjekti su na prvo mesto stavili vodena bogatstva, reke, jezera, izvore, geo termalnu vodu kao najvažnije prirodne resurse u Vojvodini. Na pitanje o turističkim brendovima Vojvodine, ispitanici su prepoznali mnoge potencijalne brendove turizma Vojvodine, gde su sa velikom pažnjom odabrali reprezentate turističke ponude regije, od kojih se u najvećoj meri ističe reka Dunav. Dunav, kao reka koja spaja države i narode igra ključnu ulogu u turizmu Vojvodine, gde sa ostalim vodenim bogatstvom (jezera, reke, kanali) predstavlja svojevrsan brend. Međutim iako za razvoj nautičkog turizma u Vojvodini postoje velike komparativne prednosti, one još uvek nisu postale i konkurentske.

## 2. NAUČKI TURIZAM MIRNIH VODA

Nautički turizam je pojava koja vuče svoje korene razvoja još od prvih čovekovih rečnih, jezerskih ili pomorskih putovanja u svrhu zabave, dokolice, rekreacije i drugih turističkih motiva.

Globalni nautički turizam se danas može podeliti u dve glavne podgrupe: [8]

1. More i aktivnosti vezane uz more;
2. Mirne vode (reke, jezera) i aktivnosti vezane uz mirne vode;

Nautički turistički proizvod vezan uz mirne vode je plovidba rekama i jezerima, koji osim glavnog motiva plovidbe uključuje i korišćenje svih objekata nautičke infrastrukture i komplementarnih proizvoda i usluga u funkciji turizma (marine, pristaništa i vezovi, smeštaj, ishrana, zabava, kultura).

Nautički turistički proizvod vezan uz mirne vode može se podeliti na: [4]

- Individualnu plovidbu vlasnika brodova na rekama i jezerima - mali brodovi za 2 do 4 osobe;
- Čarter tj. iznajmljivanje brodova i jedrilica radi plovidbe rekama i jezerima sa malim i srednjim brodovima za 4 do 12 osoba;
- Kružna putovanja rekama - organizovani paketi putovanja rekama od strane turoperatora i destinacijskih menadžment kompanija - veći i veliki brodovi namenjeni grupama ljudi od 20, pa čak do 300 osoba;

Prema istraživanju vršenom za potrebe Strategija razvoja turizma Srbije u glavne klijente nautičkog turizma spadaju: bračni parovi bez dece, grupe prijatelja, individualni gosti. Pod profilom rečnog nautičara može se smatrati turista koji, u proseku, godišnje koristi 3 odmora, a ovaj mu predstavlja drugi ili treći odmor. Dolazi iz pretežno urbanih sredina, više ili visoko je obrazovan, star između 25 ili 55 godina (parovi su najzastupljeniji u grupi od 45-55 godina, grupe prijatelja od 25-35 godina, a individualci u grupi od 35-45 godina) [8].

Svetsko nautičko tržište mirnih voda je uglavnom fokusirano na tri centra: Evropu, reku Nil i Daleki Istok (posebno reka Jangce - *Yangtze*). U Evropi, prema procenama, a uključujući i kanale, ima preko 15 hiljada plovnih kilometara. Najpopularnije reke u Evropi su Dunav, Rajna, Neva, Volga, Elba, Sena, Rona i Po. Krstarenje rekama u svetu je u 2003. godini naraslo na 1,3 miliona putnika, što predstavlja povećanje od 11% u odnosu na 2002. godinu. Iste godine Dunav je proglašen za najpopularniju reku (392.766 putinka); slede Nil (266.978 putinka) i Jangce (151.459 putinka) [8].

### **3. KONKURENTNOST NAUTIČKOG TURIZMA SRBIJE**

Nautički turizam ima visok trend rasta, a najveći porast očekuje se upravo u našem delu Evrope. Na 37. generalnoj skupštini Dunavske turističke komisije, održanoj od 2. do 6. decembra 2008. godine, zaključeno je da će u budućnosti u Podunavskim zemljama neki od najpopularnijih vidova odmora biti brodski, biciklistički i kamping turizam. Prognoza je i da će do 2020. krstarenja, odn. „kruzing biznis“ biti jedan od vodećih na planeti u industriji turizma. Zbog velikih potencijala za razvoj nautičkog turizma u ovom regionu, u izrazito perspektivne projekte spadaju oni koji za cilj imaju razvoj i komercijalizovanje nautičkih proizvoda: marina, usluga turističkog čartera, kao i „rečnih kruzera“ [16].

Akvatorijum međunarodne reke Dunav sa pravom se ubraja u krug najužih prioriteta aktuelne ponude evropskog turizma. Ovome, u velikoj meri doprinose: dosadašnji razvoj turizma, mesto, uloga i značaj turističke rekreacije u savremenom dobu, kao i perspektive turizma u XXI veku. Razuđen i oblicima raznovrstan sliv Dunava, naročito u delu toka koji prolazi kroz našu zemlju, svojom ponudom može odgovoriti aktuelnom tržišnom izazovu evropske i svetske turističke tražnje koja preferira rekreaciju na vodi [13].

Međutim, da bi se ispunili neophodni uslovi za razvoj nautičkog turizma u Srbiji potrebno je:

- Obezbediti kvalitetnu infrastrukturu (marine, benzinske stanice, brojna privežišta i pristaništa na mestima od interesa);
- Postojanje jedne ili više domaće čarter kompanije (ili lokalne čarter kompanije na relaciji npr. Beograd - Novi Sad, Beograd – Đerdap i sl.) koje bi imale sopstvene flote brodova, kao i njihova komercijalizacija putem standardnih kanala distribucije;
- Saradnja sa specijalizovanim operatorima na način da se destinacija/reka uključe u njihovu ponudu;
- Učestvovanje na međunarodnim turističkim sajmovima i specijalizovanim sajmovima kao što je Dunavska turistička berza (*Danube Travel Mart*). Dunavska turistička berza je način da se prirodne lepote i kulturne znamenitosti u blizini Dunava, a na teritoriji Srbije, prezentuju Evropi i svetu, odnosno mnogobrojnim turoperatorima. Takođe je važno i učestvovanje na sajmovima nautike koje posećuju individualni nautičari (oni retko posećuju stručne berze koje su namenjene turoperatorima);
- Štampane brošure i mape za potrebe promocije na sajmovima;
- Snažna destinacijska menadžment kompanija koja će koordinirati sve aktivnosti;
- Dostupnost informacija – info punktovi koji bi bili na raspolaganju nautičarima za sve vrste informacija od vremenske prognoze i vodostaja na rekama do informacija o smeštajnim kapacitetima, manifestacijama, benzinskim pumpama i sl. a koje bi takođe bile opremljene čamcima koji bi mogli da pritegnu u pomoć nautičarima koji imaju određenih problema tokom plovidbe;
- Izrada GIS (geografskih informacionih sistema) koje bi bile dostupne i preko Interneta sa ucrtanim svim objektima i lokalitetima na Dunavu;

**Tabela 1 Ključni faktori uspeha i ocena postojećeg stanja nautičkog turizma u Srbiji**

	1	2	3	4	5
Postojeća infra i suprastruktura	X	x			
Dostupnost i sistem marina/pristaništa na rekama	X				
Smeštajni kapaciteti i ugostiteljski sadržaji sa adekvatnim nivoom usluživanja	X	x			
Kompletentarne aktivnosti u ponudi: kulturni, sportski događaji i sl.	X	x			
Raznolikost ukupne ponude i usluga	X				
Ponuda dodatnih usluga: škola ribolova, škola upravljanja i vođenja brodova ( <i>river boating courses</i> ) i sl.	X				
Kvalitet i kvantitet turističkih informacija	X				
Poznavanje, nivo informisanosti i promocija	X				
Zabavna ponuda: dan/noć, programi animacija i sl.	X	x			
Imidž Srbije i geografskog (Dunav - Tisa)	X	x	x		

Izvor: *Strategija razvoja turizma Republike Srbije, prvi fazni izveštaj, Horwath Consulting Zagreb i Ekonomski fakultet Beograd, 2005.*

Prema informacijama dobijenim iz istraživanja u okviru Strategije razvoja turizma Srbije iz 2005. godine (uvažavajući pri tom kretanja na globalnom turističkom tržištu, trendove u korišćenju slobodnog vremena i, s tim povezane, promene u zahtevima tražnje, kao i postojeću resursnu osnovu Srbije) došlo se do zaključka da trenutno dostignuti nivo konkurentnosti Srbije u sferi nautike nije preterano dobar kao što je prikazano u tabeli 1 (prosečna ocena iznosi 1,6 na skali od 5). Međutim, takođe je i evidentno da Srbija ima vrlo dobar resursni potencijal za razvoj ovog proizvoda, koristeći se pri tom pre svega rečnim tokovima Dunava, Tise, Save.

#### **4. KONKURENTNOST NAUČKOG TURIZMA VOJVODINE**

Vojvodina kao multinacionalna, multikonfesionalna i multikulturalna sredina ima izuzetne preduslove za veći privredni i društveni razvoj. Naravno, kada se pominje privredni i društveni razvoj, nezaobilazno polje interesovanja mora biti i veći razvoj turizma. Vrlo je malo sredina ne samo u Evropi, već i u svetu, koje mogu da se ponose mnoštvom različitosti, a upravo u toj činjenici leži i potencijalna prednost razvoja turizma Vojvodine.

Izvori stvaranja bogatstva jedne zemlje ili regiona ne potiču isključivo od njihovih prirodnih komparativnih prednosti koje su rezultat nasleđenih faktora (zemljište, ljudi, prostorni faktori) već zavise i od sposobnosti da se unapredi kvalitet faktora kojima se raspolaze i način na koji se oni koriste, kao i od sposobnosti da se stvori ambijent koji će privući sve mobilnije i senzitivnije faktore proizvodnje (obrazovana radna snaga i kapital). Konkurentnost se danas stvara, ne nasleđuje se.

Konkurentnost turističke destinacije se zasniva na stavu da je iskustvo, odnosno doživljaj koji turista stiže u turističkoj destinaciji, osnovni proizvod u turizmu. Konkurentnost turističke destinacije je sposobnost destinacije da poveća turističku potrošnju, da privlači više turista obezbeđujući im zadovoljavajuća iskustva koja se pamte i da to čini na profitabilni način uz poboljšanje dobrobiti lokalnog stanovništva i očuvanje prirodnih i kulturnih blaga destinacije za buduće generacije. [2]

Konkurentnost neke turističke destinacije na globalnom tržištu je najuže povezana s različitim elementima turističke ponude kao što su npr. jedinstvenost, diferenciranost u odnosu na druge destinacije, brojnost i kvalitet smeštajnih kapaciteta, raznovrsnost i kvalitet ugostiteljske ponude, prirodna i kulturna baština, stanje komunalne infrastrukture, ali i gostoljubivost, vrednost za novac, zakonska rešenja koja regulišu turističku delatnost, dostupnost, turistička signalizacija i sl. Drugim rečima, da bi neka turistička destinacija bila konkurentna, potrebno je da mnogobrojni elementi turističke ponude budu složeni na adekvatan način. [3]

Plovidbeni potencijal Vojvodine se odlikuje nizom rezervata prirode, arheoloških nalazišta iz drevnih epoha i sistemom fortifikacija iz Srednjeg veka. Uz gastronomsku ponudu (domaća hrana, sveže rečne ribe, vina) i prigodnim

manifestacijama Vojvodina može u turizmu na rekama zauzeti visoko konkurentne pozicije u regionu. Međutim kada se sa jedne strane posmatraju potencijali, a sa druge dostignuti stepen razvoja, jasno je uočljiv paradoks u vojvođanskom turizmu. Naime, nautički turizam i njegov razvoj u Vojvodini se već godinama zasniva isključivo na skromnoj ličnoj inicijativi i entuzijazmu pojedinaca (ugostitelja i nautičkih klubova). Za sveukupan i sistematičan razvoj ipak je potrebno pre svega uključivanje svih turističkih (a i drugih) subjekata u mrežu partnerstva. Zajedničkim, udruženim snagama kroz mrežu partnerstva i uz koordiniranu komunikaciju i dobro osmišljenu marketing strategiju svakako bi nautički turizam u Vojvodini bio mnogo konkurentniji i za turiste zanimljiv i primamljiv oblik turizma.

U cilju sagledavanja konkretnih potreba turista (potrošača), sprovedena je anketa u Novom Sadu. Ispitanici su bili turisti sa nekoliko turističkih brodova (pretežno iz SAD-a i Nemačke). Od 300 ispitanika 94% se izjasnilo da su već bili učesnici kruzing putovanja (Karibi, Japansko more, Mediteran, ruske i kineske reke). Ni jedan od ispitanika nije ranije boravio u Novom Sadu, a oko 97% nikada nije bilo u Srbiji. Navedene činjenice ukazuju na značaj i potencijal za ovaj vid turizma na našim prostorima. Zanimljivo je istaći da je oko 98% ispitanika zainteresovano, na prvom mestu, za upoznavanje nacionalne gastronomske ponude (poseta vinskim podrumima, salašima, nacionalnim restoranima), a oko 92% primat daje i posetama kulturnih ustanova (muzeji, galerije, folklorne manifestacije i sl.)

Prema podacima TOS-a (Turističke organizacije Srbije) broj turističkih brodova koji su pristali u Novi Sad povećan je sa 60 u 2003. na 266 u 2008. godini, a broj putnika sa oko 8.000 na 35.000. To je i najveći broj putnika u poslednjih pet godina, iako je broj brodova manji nego 2005. i 2006. godine (Tabela 2) [12]. Na osnovu procena i projekcija rađenih za potrebe Marketing strategije turizma Vojvodine predviđa se da će se broj noćenja u okviru nautičkog turizma povećati za čak 20 puta do 2015. godine, u odnosu na 2004. godinu (Tabela 2) [5].

**Tabela 2: Broj turističkih brodova koji su pristali u Srbiju 2008. godine**

Grad	Brodovi pristali 2008.	Broj putnika 2008.
Beograd	400	52.000
Novi Sad	266	35.000
Donji Milanovac	19	2.760

*Izvor: Turistička organizacija Srbije*

Međutim kada bi se uradila tačna analiza zarađenog novca od ovog impozantnog broja turista i uporedi sa bilo kojom drugom vrstom turizma dobićemo nažalost gotovo sigurno poražavajući rezultat – da je prihod toliko mali da je gotovo zanemarljiv po glavi turista. Prihod od ovog vida turizma za sada gotovo neprimetan upravo iz razloga nemogućnosti da ovi turisti (sa rečnih kruzera) troše novac kod nas. Ne ostvaruju noćenja u našim hotelima, oni ne troše novac za suvenire, oni ne jedu u restoranima, gorivo ne sipaju jer u našoj

zemlji praktično i nemaju gde, a ne postoje ni specijalni brodovi koji bi mogli primiti otpadne vode sa velikih brodova.

Da bi se gore pomenuti statistički podaci pretvorili u novac potrebno je pre svega uraditi sledeće:

- Postojanje menjačnica pored luke da bi turisti prilikom izlaska iz broda mogli odmah promenuti novac;
- Kada bi u blizini luke postojala velika suvenirnica koja bi mogla brzo opslužiti veliki broj posetilaca (naravno i prihvatati kreditne kartice). Suvenirnice su uglavnom zavučene po pasažima u centru grada i sa malom kvadraturom pa kada dođe brod sa preko 100 ljudi koji krenu u razgledanje, nema mogućnosti da se taj šoping obavi brzo kako bi se ispoštovale satnice. Problem predstavlja i to što autobusi nemaju gde da parkiraju u luci pa policija prosto kao da čeka brodove i dolazi da od vozača autobusa naplati kazne za nepropisno parkiranje;
- Potrebno je da se turoperatori ubede da bar jedan obrok organizuju u nekom restoranu u gradu ili salašu;
- Izgraditi benzinske pumpe u lukama gde bi se brodovi mogli snabdevati gorivom (pod uslovom da je cena ista ili niža nego u susednim državama), tako bi prihod od kruzera bio značajno veći;

Prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije Vojvodina se strateški pozicionira kao iskustvo vode i panonski užitak. Ona, dakle, igra na kartu rečnog i kanalskog vodenog blaga, nautičkog turizma i banja i vrlo diversifikovane atrakcijske strukture urbanih naselja, salaša, lovišta, konjskih trkališta, čardi i aktivnosti specijalnih interesa. Ocena ekonomske konkurentnosti Vojvodine kao destinacije u okviru proizvoda nautičkog turizma ogleda se pre svega u nedostatku infrastrukture (potrebno je razviti elementarnu infrastrukturu – marine, rečne vezove za brodove i benzinske stanice), zatim pakovanja i plasiranja ponude ovog oblika turizma na domaćem i stranom tržištu od strane organizatora putovanja i turističkih agencija. Pored toga, uočljiv je i nedostatak specijalizovanih vodiča u segmentu nautičkog turizma. [9]

Za razvoj i plasman turističkih proizvoda Vojvodine za ova tržišta potrebno je turistima velikih dunavskih kruzera koji su u kratkim posetama (koje ne podrazumevaju noćenja), razviti i plasirati proizvode sa ciljno usmerenim dopunskim aktivnostima za uspotavljanje novih veza, kako bi se Vojvodina mogla pozicionirati i kao destinacija za rečne kruzere, u okviru nautičkog turizma.

## **5. POTENCIJAL I ZNAČAJ REKE DUNAV ZA NAUČKI TURIZAM VOJVODINE**

Dunav, kao jedan od najvećih turističkih resursa Srbije i Vojvodine, predstavlja budućnost domaćeg turizma. Dunav preko Budimpešte i Beča povezuje Srbiju sa rečnim tokovima visokorazvijenih zemalja Zapadne Evrope, odnosno

Rumunijom i Bugarskom, kao članicama Evropske unije. Otvaranjem plovnih puteva Dunavom, kao i Tisom i kanalima između te dve reke, postoji definitivna potreba za profesionalnom artikulacijom ovog proizvoda na globalnom tržištu. Osim toga, celi tok Dunava kroz Srbiju obiluje izuzetno lepim panoramskim vidicima, mestima bogatim kulturno-istorijskim nasleđem, gastronomijom, što sve zajedno pogoduje razvoju rečnog krizinga i drugih vidova nautičkog turizma.

U Beogradu je još 1948. godine potpisana Konvencija o režimu plovidbe na Dunavu. Konvenciju su potpisale sledeće zemlje: Mađarska, Bugarska, Rumunija, Sovjetski Savez, Čehoslovačka, Ukrajina i Jugoslavija. Osnovni cilj Konvencije bio je da obezbedi slobodnu plovidbu na Dunavu u skladu sa interesima i suverenim pravima podunavskih zemalja kao i da obezbedi konsolidaciju međunarodnih ekonomskih i kulturnih veza. Austrija je ovoj Konvenciji takođe pristupila 1960. godine [14].

Dunav se, neosporivo, smatra najznačajnijom evropskom rekom čemu u prilog ide i činjenica da je sastavni deo transevropskog plovidbenog sistema Rajna-Majna-Dunav, koji svojom dužinom od 3.505 km plovnog puta spaja Atlantik i Mediteran, povezuje zapad i istok Evrope. Takođe, Dunav je i kroz istoriju uvek bio važan međunarodni plovni put a dugo vremena je bio severoistočna granica rimske imperije. O tome svedoče vredni arheološki ostaci koji se nalaze duž njegovog toka, a upravo iz potrebe za valorizovanjem pomenutog kulturnog bogatstva došlo je do realizacije poznatog projekta „Put rimskih careva“.

Dunav protiče kroz ili čini granicu deset zemalja u koje spadaju: Nemačka, Austrija, Slovačka, Mađarska, Hrvatska, Srbija, Bugarska, Rumunija, Moldavija i Ukrajina (slika 1). Izvire na planini Švarcvald u Nemačkoj i uliva se u Crno more na prostoru Rumunije. Tokom dugim 2.888 km predstavlja drugu po veličini evropsku reku (posle Volge duge 3.692 km).



**Slika 1. Tok reke Dunav**



Takođe, budući da je Dunav u direktnom kontaktu sa Svetskim morem, to praktično znači da je dostupan turističkim plovilima iz celog sveta. Realno je, dakle, očekivati interes nautičara iz severozapadne i centralne Evrope da svoja krstarenja jahtama i drugim nautičkim plovilima, obogate iskustvima sa Dunava. Takođe, sa razvojem turističke saradnje između Srbije i drugih podunavskih zemalja treba očekivati znatno intenzivniji saobraćaj čamaca i jahti, a potom uspostavljanje i brodske turističke linije.

Deo Dunava koji protiče kroz Republiku Srbiju se može podeliti na četiri glavna dela:

- Vojvođanska ravnica
- Beograd- Đerdap
- Đerdapska klisura
- Kladovo-Ušće Timoka

Na putu Dunava kroz Vojvodinu nalazi se nekoliko prirodnih rezervata, među kojima su Nacionalni park Fruška gora, Apatinski rit (deo specijalnog rezervata prirode „Gornje Podunavlje“), Karađorđevo (specijalni rezervat prirode), Petrovaradinsko-Koviljski rit (specijalni rezervat prirode) i Deliblatska peščara (specijalni rezervat prirode). Turističku atrakciju predstavljaju i podunavski gradovi i mesta sa brojnim kulturno-istorijskim spomenicima, kao i bogate muzejske zbirke. Među najznačajnijim atrakcijama, ovog dela Dunava, mogu se izdvojiti: Prevodnica na Bezdanu, Tvrđava Bač, Lovište Kozara u Bačkom Monoštru, Lovište Plavna, kao i Petrovaradinska tvrđava u Novom Sadu.

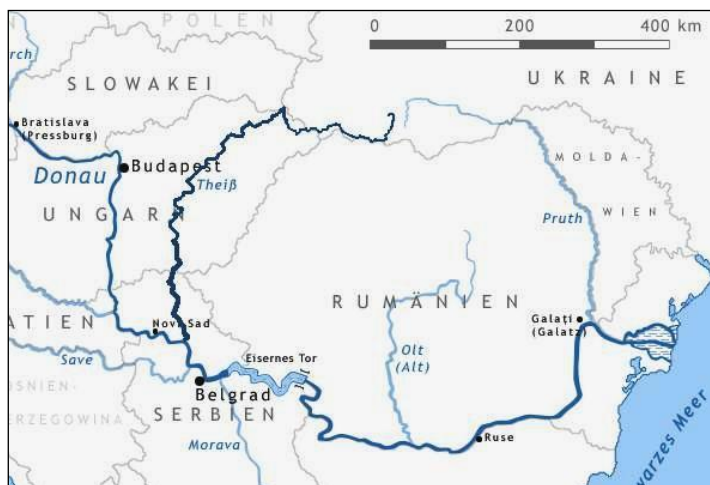
Turistička organizacija Vojvodine je pre dve godine objavila Atlas Dunava, publikaciju namenjenu svima koji žele da plove najvećom evropskom rekom kroz Srbiju, koja je izazvala veliko interesovanje na međunarodnim turističkim sajmovima. Od nedavna slične publikacije nautičarima su dostupne i za reke Savu i Tisu, kao dva velika i značajna plovna puta koja se ulivaju u Dunav.

## **6. POTENCIJAL I ZNAČAJ REKE TISE ZA NAUTIČKI TURIZAM VOJVODINE**

Tisa je sinonim ležernosti, pa ploviti njome znači odmarati se. Ovaj zeleni put kroz Srbiju vijuga dužinom od 164 kilometra pre nego što se ulije u Dunav. To je mirna, gotovo lenja, reka koja protiče kroz Vojvodinu, za razliku od toka kroz Ukrajinu gde ima sve odlike planinske reke.

Reka Tisa izvire u Ukrajini, na Karpatima u oblasti Bukovina, i dalje prolazi kroz Mađarsku, Rumuniju, Slovačku i Srbiju. Protičući kroz Panonsku niziju dužinom toka od 966 km, Tisa predstavlja najveću levu pritoku Dunava. U Dunav se uliva u Srbiji, kod mesta Titel. Reka Tisa je plovna skoro na celoj svojoj dužini kroz Srbiju (164 km) i ima IV kategoriju plovnog puta. Hidro sistem *Dunav-Tisa-Dunav* je višenamenski vodoprivredni sistem, čija je glavna funkcija navodnjavanje i odvođenje suvišnih unutrašnjih voda, ali predstavlja i plovni put.

Sastoji se od 12 plovnih kanala Bačke i Banata (ukupne dužine 600,6 km), svrstanih u pet kategorija.



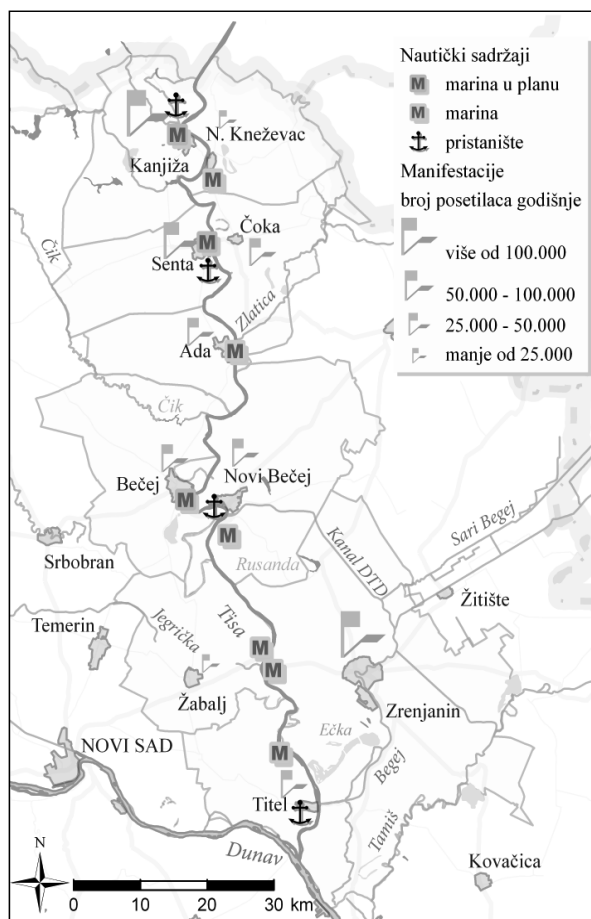
Slika 2. Mapa Tise i dela Dunava

Uprkos nabrojanim negativnim faktorima koji danas otežavaju razvoj turizma na Tisi, za ovu reku se može reći da je do početka intenzivnijeg zagađivanja predstavljala vodeni tok sa jednom od najdužih rekreativnih tradicija. 30. januara 2000, pogon za preradu zlata iz Baja Mare, na severu Rumunije, ispustio je 100.000 m<sup>3</sup> vode zagađene cijanidom u reku Samoš. Ispuštanje cijanida u Samoš desilo se usled topljenja snega i podzemnih voda koje su oštetile akumulaciju gde je cijanid skladišten. Ovo zagađenje se proširilo dalje niz reku Tisu i uništilo gotovo sav živi svet u reci. Zagađenje je stiglo do Beograda 14. februara 2000. U neposrednoj blizini gradova koji se nalaze na Tisi, postojale su dobro uređene i posećene plaže, tzv. štrandovi. Poslednjih godina, uprkos zagađenjima, kupališta na Tisi ponovo postaju aktuelna kako kod domaćih, tako i u manjem broju kod stranih gostiju, a obogaćeni su rekreativnim sadržajima za decu i odrasle, ugostiteljskom ponudom, a mogu se iznajmiti čamci za sportski ribolov i za vožnju po Tisi. Kuriozitet ove reke je jedinstveni prirodni fenomen: *cvetanje reke Tise*. Svake godine krajem proleća, početkom leta na reci se može videti Tiski cvet (*Palingenia longicauda*) kada nad površinom reke lete milioni žutih insekata. Cvetanje reke Tise svake godine biva praćeno manifestacijama na reci u pratnji mnoštva čamaca, kanua, kajaka i posetilaca na obali Tise.

Tokom 2009. godine u Vojvodini je održana *Svetska konferencija o kanalima*. Tom prilikom je prezentovan projekat usmeren i na promociju turizma Vojvodine kroz efikasnije upravljanje kanalskim mrežama. Regate i festivali koji su usledili nakon konferencije ukazuju na veliki potencijal kanalske mreže za nautički turizam Vojvodine. Kada je konkretno u pitanju razvoj nautičkog turizma na reci Tisa, ne može se računati na velike brodove - kruzere. Međutim, potencijal je u

manjim brodovima čamcima i individualnim nautičarima i turistima. Pretpostavlja se da će individualni turisti sa malim čamcima trošiti veću sumu novca u odnosu na turiste koji plove velikim brodovima - kruzera. Ova pretpostavka se zasniva na činjenici da turisti sa velikih brodova - kruzera koji posećuju našu zelju provode samo par sati van broda-kruzera, a vreme im je ispunjeno unapred organizovanim programom i turističkim obilascima.

Prema podacima Evropske unije, preko milion čamac trenutno krstari plovnim putevima širom kontinenta, i taj se broj svake godine uvećava za oko 3 procenta. Poseban akcenat je dat jačanju modernizaciji kanalske mreže koja prolazi kroz zaštićena dobra i nacionalne parkove uz rad na smanjivanju zagađenja i otpada, kao i održavanje resursa pijaće vode. Zato je neophodno privući turiste iz susednih zemalja, koji plove Dunavom, da pređu i na Tisu i da se zadrže duže uz obale Tise.



**Slika 3. Nautički sadržaji i manifestacije u Potisju**

*Izvor: Akcioni plan za razvoj turizma u regionu Potisja*

Nepostojanje luka, marina, pristaništa, pumpi i drugih potrebnih objekata za pristan brodova umanjuje mogućnost razvoja nautičkog turizma u Potisju. Plovni put je obeležen, ali problem je što nema tabli sa oznakom gradova i pojedini mostovi nisu obeleženi i osvetljeni, što onemogućuje noćnu plovidbu. Osnovni preduslov za razvoj nautičkog turizma, osim raščišćenih plovnih puteva, jeste da se turistima obezbedi jednostavan i podsticajni administrativni tretman pri ulasku na državnu teritoriju, neophodne informacije o plovidbenom putu, mogućnost pristupa pijaćoj vodi, gorivu, kao i odgovarajući nivo bezbednosti i sigurnosti. Studijom mreže prihvatnih objekata nautičkog turizma na Tisi u AP Vojvodini (2007) definisane su u prvoj fazi lokacije 6 marina: Ušće Tise u Dunav, Jegrička marina, Novi Bečej, Ada marina, Senta marina, Kanjiža marina (slika 2). Pored marina planirana je izgradnja pristaništa za turističke i izletničke brodove [1].

## **7. POTENCIJAL I ZNAČAJ REKE SAVE ZA NAUČKI TURIZAM VOJVODINE**

Reka Sava je 940 kilometara duga internacionalna reka, sa ukupnom dužinom od 945 km. Nastaje spajanjem reka Sava dolinka (izvire na Kranjskoj gori i spušta se Karavankama i Julijskim alpama na jugoistok) i Sava bohinjka (izvire južno od Triglava) kod Radovljice i teče na jugoistok pored Kranja. Velikim svojim delom je pogranična reka između Hrvatske i Bosne i Hercegovine. U Dunav se uliva u Beogradu. Za rečne brodove, Sava je plovna od Siska do Beograda.

Reka Sava pruža odlične uslove za razvoj nautičkog turizma i sportova na vodi. Zbog svoje plovnosti ima i veliki saobraćajni značaj.

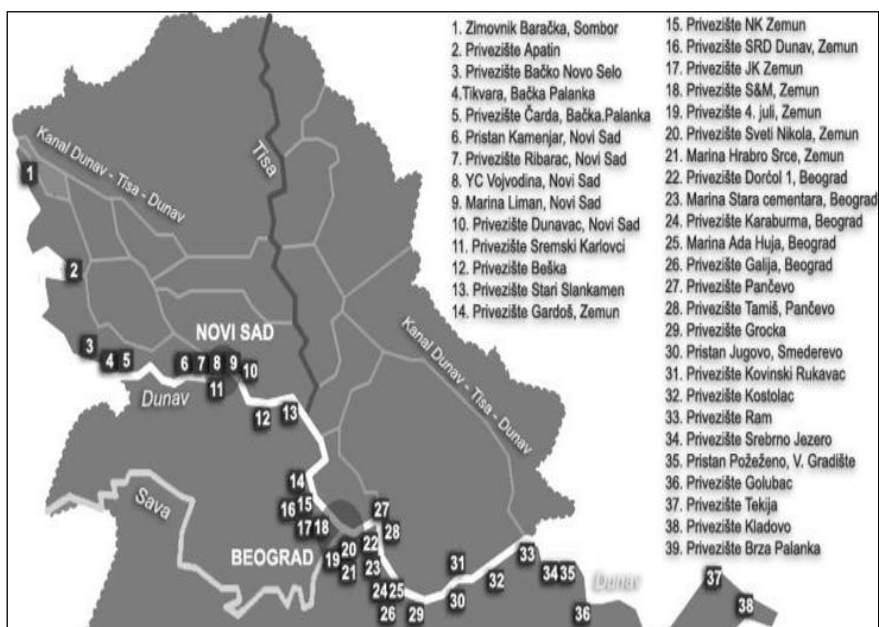
Sava je druga po dužini pritoka Dunava, duža od nje je Tisa, ali je Sava bogatija vodom. Reka Sava ima važnu perspektivu u razvoju nautičkog, ribolovnog, lovnog i eko turizma. Za nautičare je prava ljubimica jer je pitomija i mirnija od Dunava. Do ušća Save u Dunav može se mnogo toga videti i doživeti: od arheoloških nalazišta iz rimskog doba, rezervata prirode i staništa ptica močvarica, do prijatnih restorana sa sadržajima za rekreaciju.

## **8. PROJEKTI PODRŠKE RAZVOJU NAUČKOG TURIZMA U VOJVODINI**

Vojvodina od oktobra 2008. godine ima status punopravnog člana Radne zajednice zemalja Dunavskog regiona, čija je inicijativa usmerena ka zajedničkom prostornom planiranju i razvoju svih evropskih regiona kroz koje protiče Dunav. Kako je razvoj nautičkog turizma za Vojvodinu od posebnog značaja, ulažu se veliki naponi za njegovo podsticanje u šta svakako spadaju mnogobrojne studije, istraživanja i projekti.

### 8.1. Program razvoja nautičkog turizma u Vojvodini

Programi privrednog razvoja usmereni su na unapređivanje preduslova za privlačenje stranih i domaćih investicija u Vojvodinu u cilju značajne podrške socioekonomskom razvojnom procesu vojvođanskog regiona. Program razvoja nautičkog turizma (NTD - *Nautical Tourism Development*) je jedan od 14 prioriternih projekata Programa privrednog razvoja Vojvodine. Za cilj ima da se razvije nautička infrastruktura i izgrade neophodni objekti, privuku investitori, da se poveže region sa dunavskim rečnim turama i dovedu turisti u Vojvodinu [6].



**Slika 4. Položaj marina na Dunavu nakon završetka projekta**

*Izvor: Program razvoja nautičkog turizma (NTD - Nautical Tourism Development)*

Za potrebe NTD projekta urađena je Studija mreže marina na Dunavu, koja analizira načine strateškog iskorišćavanja potencijala koje ova reka ima. Studijom je u 16 podunavskih opština utvrđeno 56 potencijalnih lokacija, od kojih je 13 identifikovano kao primarno: Novi Sad (zimovnik), Sremski Karlovc, Apatin, Kanal Bogoevo, Veliki Kanal, Bačko Novo Selo, Tikvara, Bеоčin, Stari Slankamen, Stari Banovci, Ušće Tamiša, Kовin (zimovnik) i Stara Palanka (slika 3). Lokacije su obrađene sa stanovišta položaja, pristupa, stepena izgrađenosti infrastrukture i komunalne opremljenosti, kao i pogodnosti i ograničenja za izgradnju marina. Predložena je i kategorizacija budućih marina, koja podrazumeva tehničku opremljenost priveza, mesta za čuvanje plovnih objekata, servisne usluge, restoran, benzinsku pumpu, čuvarsku službu itd.

Ciljevi Programa NTD su:

- Razvoj nautičkog turizma na Dunavu
- Izgradnja kapaciteta nautičke infrastrukture
- Privlačenje domaćih i stranih investitora
- Privlačenje i dolazak turista u Vojvodinu
- Povezivanje Vojvodine, kao regiona, sa Dunavskim rečnim turama
- Turistička promocija i ekonomski razvoj šireg okruženja uz objekte nautičkog turizma

Projekat nautičkog turizma - NTD realizuje se u partnerstvu sa vojvođanskim podunavskim opštinama, institucijama i kompanijama koje se staraju o prostornom planiranju, vodama, šumama i zaštiti prirode u Vojvodini kao i sa nevladinim organizacijama kao što je Međunarodni naučni forum „Dunav - reka saradnje“. Implementacija Programa razvoja nautičkog turizma je započela početkom 2006. godine izradom „Studije mreže marina na Dunavu u AP Vojvodini“ koja je završena i verifikovana od strane stručne komisije u septembru 2006. godine. Prva marina iz ovog Programa sa benzinskom pumpom i drugim pratećim sadržajima izgrađena je u Apatinu, koja je, letnje turističke sezone 2009. godine, primila veći broj jahti, čamaca i drugih plovila turista nautičara. Urađen je Plan detaljne regulacije marine na lokaciji „Veliki kanal“ u Somboru, a u toku je izrada planova detaljne regulacije za izgradnju marina u opštinama Bela Crkva, Sremski Karlovci, Inđija, Bač i Pančevo. Aktivnosti na realizaciji Projekta NTD prezentovane su na više međunarodnih i domaćih konferencija i stručnih skupova, sa ciljem privlačenja inostranih i domaćih investitora. Posebno se ističe ogranizovanje Svetske konferencije o kanalima u Novom Sadu u septembru 2009. godine. Skup su organizovale Vode Vojvodine, a među učesnicima iz 17 država došlo je do razmene iskustava vezanim za plovidbene i turističke potencijale kanala.

Očekivani rezultati Projekta NTD su:

- Otvaranje novih radnih mesta
- Porast zaposlenosti i prihoda lokalnog stanovništva
- Veći devizni i dinarski priliv od turizma

## **8.2. Istraživanje „Dunav 2009“**

Grupacija za nautičku privredu i turizam Privredne komore Srbije – NATUS realizovala je tokom 2009. godine istraživanje „Dunav 2009“. Osnovni cilj istraživanja je bio prikupljanje podataka iz oblasti nautičkog turizma, posebno o kapacitetima stacionarnih objekata za prihvatanje čamaca i jahti (marine, pristaništa, privezišta). Stanje ovih objekata je značajan preduslov za razvoj turizma i stavljanje prirodnih, kulturnih i materijalnih resursa Podunavlja u funkciju intenzivnog razvoja. Preliminarni rezultati istraživanja pokazuju da se nautički turizam na Dunavu intenzivno razvija i da je broj objekata za prihvatanje čamaca i jahti u poslednjih 5 godina gotovo dupliran. Posebno je intenzivan rast na toku Dunava kroz Vojvodinu i Beograd. Novinu u odnosu na prethodne godine čini i nekoliko objekata u rangu marina u Apatinu, Novom Sadu, Zemunu i Beogradu. Kako je Pravilnik o kategorizaciji objekata nautičkog turizma završen, ovi objekti

imaju i zvanični status marina sa po nekoliko „propelera“ kao oznakama kategorije [11].

### **8.3. „Datourway“- Projekat transnacionalnog programa Jugoistočne Evrope (SEE)**

Projekat pod nazivom „Datourway“ predstavlja izuzetan primer transnacionalne saradnje koji se sprovodi u okviru SEE programa (Programa Jugoistočne Evrope) i koji se zalaže za razvoj turizma na srednjem i jugo-istočnom delu Dunava, uz poklanjanje posebne pažnje na zaštitu i unapređenje prirodnih i kulturnih resursa koji se nalaze uz sliv Dunava. Turizam se u projekatu tumači u širem smislu. Definiše se kao svestrana aktivnost, orijentisana na rekreaciju, odmor i razonodu, kulturno bogaćenje, uživanje u prirodnim lepotama i rekreaciji. Cilj projekta je da se ojača i propagira transnacionalna saradnja u oblasti turizma vezana za mnogobrojne turističke potencijale reke, obale, kao i prirodnih lepota priobalnih područja, arhitektura gradova i sela duž Dunava. Rezultati projekta uključuju [18]:

- postavljanje jedinstvenog informacionog sistema zasnovanog je ujedinjavanju i integraciji nacionalnih, regionalnih i, delimično, lokalnih statističkih podataka i istraživanja, kao i dostupnih studija i programa,
- sprovođenje nacionalnih ciljnih analiza uz evaluaciju njihovih rezultata
- elaboriranje, raspravljanje i usvajanje strategija za integrisani, ekološki i održivi turizam u jugoistočnom delu Dunava,
- sprovođenje pilot projekata na područjima partnerskih država kao što su projekat pejzaž krivine Dunava (Mađarska-Slovačka), studija ekonomskog oporavka putem turizma (Mađarska-Hrvatska-Srbija), povezivanje urbanog i ruralnog turizma (Rumunija-Bugarska) i poređenje delti reka (Rumunija-Italija)
- osnivanje turističke organizacije zadužene za širenje informacija javnosti o međunarodnim turističkim mogućnostima ovog dela Dunava, kao i o uslugama koje opštine uz Dunav mogu da ponude.

U projektu učestvuje sedam zemalja uključujući i Srbiju, započeo 2009. godine, a njegov završetak planiran je za 2015. godinu.

### **8.4. Podunavski turistički klaster „Istar 21“**

Formiranje klastera je od izuzetnog značaja za povećanje konkurentnosti domaćih preduzeća. Zbog toga naša država, oslanjajući se na dobre primere iz

prakse evropskih zemalja, izdvaja sve više sredstava za finansiranje projekata za razvoj MSP i podsticanje osnivanja klastera i biznis inkubatora. U okviru tih projekata data je mogućnost različitim vrstama organizacija da, na kreativan način u direktnoj saradnji sa privrednicima, daje predloge za osnivanje klastera. Prednost u osnivanju klastera imaju preduzetnici koji sami predlože projekat za udruživanje i povezivanje. Procenju je se da sektor MSP-a učestvu je sa oko 35% u stvaranju BDP, dok je relativno učešće u BDV blizu 60%. U ovom sektoru beleži se kontinuirano povećanje zaposlenosti, tako da ovaj sektor zapošljava preko 940.000 radnika. Takođe, ostvaruje se 66,6% ukupnog prometa, zatim 45,9% izvoza i 60,5% uvoza. Sektor MSP je veoma aktivan i po pitanju investicija, imajući u vidu da se blizu ukupnih 58% investicija realizuje u ovom sektoru.

Klasteri su grupe međusobno povezanih preduzeća, dobavljača, srodnih institucija i organizacija koje se nalaze na određenom geografskom području i funkcionišu kao mrežni sistem. Prednosti ovakvog načina udruživanja su smanjenje troškova poslovanja, povećanje produktivnosti, lakši pristup tržištima, veće mogućnosti za saradnju preduzetnika, doprinos razvoju lokalne samouprave i smanjenje nezaposlenosti.

Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja u periodu od 2006. do 2011. godine sprovodi višegodišnji *Program za podršku razvoju klastera*. Program ima za cilj da podstakne privredni razvoj, rast zapošljavanja i izvoza kroz umrežavanje preduzeća, istraživačko-razvojnih institucija i poslovnih udruženja u klaster. Ovim programom do sada je podržano 20 klastera, od koji su pet turistički: Istar 21, Turistički klaster Srem, fond Kraljevski odmor, Asocijacija za razvoj poslovnog, M.I.C.E., i manifestacionog turizma i klaster Medicinskog turizma.

**Prva faza** Programa je faza konsultacije i pripreme programa (kraj 2005. i 2006. godine), **druga faza** je faza stabilizacije i rasta klastera (2007. godine), **treća faza** je fokusirana na jačanje operativnih kapaciteta i komercijalizaciju postojećih klastera (2008. godina), a u **četvrtj fazi** održivosti planira se uključivanje klastera u međunarodne poslovne tokove, zajedničke inovativne projekte i razvoj inovacijske infrastrukture (od 2009. godine). Realizacija Programa za podršku razvoju klastera u 2007. godini ostvarena je uz finansijsku podršku Vlade Kraljevine Norveške. Raspored sredstava kojima Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja podržava klastere bazira se na izboru najboljih projekata kojima preduzeća i institucije konkurišu za bespovratna sredstva namenjena za sufinansiranje do 50% troškova aktivnosti klastera u različitim fazama razvoja: početne inicijative za povezivanje po konceptu klastera (prva faza), rad klastera u početnom periodu organizovanog rada (druga faza), rast i komercijalizacija klastera (treća faza) i održivost klastera (četvrta faza). [22]

Klaster Istar 21 je udruženje subjekata turističke privrede i institucija/organizacija zainteresovanih za razvoj turizma na području Podunavlja. Osnovan je 2008. godine i pokriva region celokupnog toka Dunava kroz Republiku Srbiju. Cilj klastera je povezivanje pružalaca turističkih usluga kao i ostalih aktera kako bi se kreirao autentičan turistički proizvod duž Dunava, atraktivan za domaće i



strane turiste. Cilj članova klastera je podizanje kvaliteta usluge, promocija kroz zajedničko predstavljanje i povećanje turističkog prometa i profita svih članica. Članstvo klastera čine 14 preduzeća i 7 naučno-istraživačkih i potpornih institucija sa ukupno 228 zaposlenih i sa ukupnim prometom preduzeća u klasteru od 3.014.932,00 eura u protekloj godini [19].

**Tabela 3: Struktura klastera „Istar 21“**

Broj preduzeća u klasteru	14
Broj naučno-istraživačkih i potpornih institucija	7
Broj zaposlenih	228
Ukupan promet preduzeća u klasteru (2008. god.)	3.014.932,00 EUR

Izvor: <http://www.istar21.com>

Klaster Istar 21 je osnovan kao udruženje za unapređenje saradnje i razvoj turizma u Podunavlju i upisan je u Registar udruženja društvenih organizacija i političkih organizacija, na registarskom listu br. 4625 pod rednim brojem 13307 koji se vodi u Ministarstvu za državnu upravu i lokalnu samoupravu Republike Srbije.

Pravci delovanja klastera su:

- Formiranje zajedničkog turističkog proizvoda;
- Zajedničke promotivne aktivnosti;
- Priprema edukativnih programa za članice u klasteru u cilju uspostavljanja standarda i podizanja kvaliteta usluga;

Klaster Istar 21 se bavi unapređenjem saradnje i razvojem turizma u Podunavlju, ispitivanjem tržišta, kreiranjem turističkih proizvoda, edukacijom zaposlenih u turizmu, promocijom i propagandom turizma. Klaster obuhvata područje celog toka reke Dunav u našoj zemlji i ima želju da ovo područje predstavi kao jedinstven turistički proizvod kako na domaćem tako i na međunarodnom tržištu.

Udruživanjem u klaster Istar 21 subjekti turističke privrede i institucije zainteresovane za razvoj turizma na području vojvođanskog Podunavlja žele doprineti stvaranju autentičnog regionalnog turističkog proizvoda koji bi se mogao plasirati na evropsko tržište, biti konkurentan i omogućiti povećanje turističkog prometa i profita svih članova.

Klaster Istar 21 obuhvata kako opštine na Dunavu, tako i preduzetnike - ugostitelje, nautičare, vlasnike smeštajnih objekata, proizvođače i prodavnice suvenira, turističke agencije i organizacije, proizvođače vina, rakija i drugih prehrambenih proizvoda i sve druge subjekte koji čine turističku privredu ili je snabdevaju proizvodima, kao i onih koji mogu da obezbede bolji plasman turističke ponude na Dunavu.

S obzirom da se radi o udruženju koje okuplja veći broj različitih preduzeća, institucija i organizacija, aktivnosti su na nivou članica i klastera kao celine.

Efekti koji se žele postići aktivnostima klastera su identifikacija ključnih elemenata turističkog proizvoda, uobličavanje proizvoda lokalne i regionalne ponude po merilima evropskog i svetskog tržišta, nabavka i prodaja proizvoda na nivou klastera i na lokalnom nivou, unapređenje marketinških aktivnosti, izgradnja i razvoj zajedničkog informacionog sistema, obezbeđenje potrebnih finansijskih sredstava, edukacija kadrova, povećanje konkurentnosti dodavanjem vrednosti kroz ceo lanac, kao i saradnja članica na svim mogućim nivoima.

**Tabela 4: Članovi klastera „Istar 21“**

Turistička organizacija Vojvodine	Kao ključna pokrajinska turistička institucija obavlja aktivnosti promocije, koordinacije sa lokalnim turističkim organizacijama kao i nacionalnom turističkom organizacijom, doprinosi širenju turističke ponude Vojvodine i međunarodnom povezivanju.
NATUS	Grupacija za nautičku privredu i turizam pri privrednoj komori Srbije.
Asocijacija za razvoj seoskog turizma Vojvodine i Srbije	Osnovana je sa ciljem da doprinese plasiranju ruralne turističke ponude i širenju mogućnosti za investiranje u seoski turizam, ali i da pomogne u očuvanju seoskog ambijenta, domaćih proizvoda „zdrave hrane“ i lepšem životu na selu
Srednja škola „Svetozar Miletić“, Novi Sad	Obrazuje i usavršava kadrove za turističku priredu
„Magelan corporation“, Novi Sad	Afirmisana receptivna turistička agencija se uključila u klaster sa ciljem da učestvuje u stvaranju novih turističkih programa duž Dunava, naročito kulturnih, biciklističkih, pešačkih i drugih tematskih tura. Istovremeno, ova agencija želi da afirmiše razvoj prvog domaćeg rezervacionog on-line sistema <a href="http://www.VisitSerbia.org">www.VisitSerbia.org</a> . Uključivanjem smeštajnih kapaciteta duž Dunava u sistem ponudiće se mogućnost rezervacije preko interneta.
Pčelarski muzej i vinarija porodice Živanović, Sremski Karlovci	Reafirmisanjem proizvodnje meda i vina ova porodica je otvorila vrata vinskom turizmu.
Turistička organizacija opštine Sremski Karlovci	Pridružila se ovoj klaster inicijativi želeći da unapredi ponudu desne obale Dunava i uključi Sremske Karlovce u evropske turističke tokove.
Salaš 137, Čenej	Prepoznatljiv panonski salaš, u okviru kog se nalazi restoran sa tradicionalnom Vojvođanskom kuhinjom, letnja bašta i sportsko društvo „Jastreb“ koje okuplja ljubitelje sportskog i rekreativnog jahanja.
Kafe klub „Giardino“ i „Baby Blue“, Novi Sad	Novosadski ugostiteljski objekti, smešteni na atraktivnim lokacijama u centru grada, prateći ritam ubrzanog gradskog života, zadovoljavaju potrebe pretežno mlađih gostiju, domaćih i stranih turista, koji iz godine u godinu u sve većem broju posećuju vojvođansku kulturnu prestonicu.
SZTR „Ister souvenir“, Novi Sad	Izrađuje i prodaje upotrebne, unikatne i ukrasne suvenire.

Čarda „Florida“, Bačka Palanka	Nalazi se na samoj obali Dunava, nadomak Bačke Palanke, gde savremeni način života uzmiče pred silinom reke i lepotom prirode. Pored sale za ručavanje i terase gde se služe nezaboravni riblji specijaliteti, poseduje tri apartmana, pristan i vez za jahte i čamce.
Turistička agencija „Fijaker“, Bačka Palanka	Opređeljena prvenstveno za razvoj receptivnog turizma nudi niz programa na području Vojvodine pod zajedničkim sloganom: Krenite fijakerom želja i obiđite Vojvodinu biciklom, na konju, u čamcu...
„Iverta“, d.o.o., Bač	Lovački dom u Baču koji pruža usluge ishrane, pića i smeštaja prvenstveno lovcima koji zbog neposredne blizine lovišta Ristovača, Plavna i Karađorđevo često svraćaju, ali i svim ostalim gostima.
„Tim“, St. Pazova	Agencija za marketing iz St. Pazove se bavi pružanjem svih usluga vezanih za promotivno-propagandne delatnosti.
„NS Express“, Novi Sad	Autoprevoznik iz Novog Sada bavi se prevozom putnika putničkim i kombi vozilima.
Turistička organizacija opštine Sombor	Pridružila se ovoj klaster inicijativi želeći da unapredi turistički ponudu opštine
Turistička organizacija opštine Odžaci	Pridružila se ovoj klaster inicijativi želeći da unapredi turistički ponudu opštine

*Izvor: Prilagođeno prema <http://www.istar21.com>*

Web-sajt [www.istar21.com](http://www.istar21.com) pruža informacije o svim članicama klastera, njihovim proizvodima i uslugama, kao i zajedničkim proizvodima i uslugama klastera kao celine. Na sajtu klastera se posetioci upoznaju sa ponudom, mogućnostima klastera i članica, ali i o planiranim aktivnostima i potencijalnim načinima saradnje. Članice klastera se u okviru sajta informišu o ostalim članicama klastera, njihovim aktivnostima i mogućnostima saradnje.

Članovi klastera u bazi podataka web-sajta podeljeni su po sledećim kategorijama (delatnostima):

1. Smeštajni kapaciteti
2. Ugostiteljski objekti
3. Proizvodjači pića (vino, rakija)
4. Proizvodjači prehrambenih proizvoda
5. Stari zanati i tradicionalni proizvodi
6. Suveniri
7. Upravljači kulturnim dobrima (etno kuće, arheološki lokaliteti, muzeji, galerije i sl.)
8. Upravljači zaštićenim prirodnim dobrima (Nacionalni parkovi, specijalni rezervati, rezervati prirode, lovišta i sl.)
9. Turističke organizacije

10. Organizatori manifestacija
11. Banje
12. Sportsko rekreativni centri i udruženja
13. Nevladine organizacije koje se bave turizmom i zaštitom prirode
14. Marine
15. Ostali

The screenshot shows the website for the Istar21 cluster. The header features the 'istar21' logo and navigation links: 'Naslovna', 'O nama', 'Kontakt', and 'Sitemap'. A search bar is located in the top right. The main content area is divided into a left sidebar with navigation links (Vesti, Aktivnosti, Manifestacije, Projekti, Press clipping, Galerija slika, O nama, Misija, Uloga, Vizija, Ciljevi, Klaster Istar 21, Članstvo, Organizaciona struktura) and a main article titled 'Novi projekat - Multi Kulti Danube'. The article text discusses the EU's strategy for the Danube region and the 'Multi Kulti Danube' project. A sidebar on the right contains a login form (Korisničko ime, Lozinka, prijavi se) and a list of recent news items (Vesti) including 'Tražite novu lozinku', 'Jezik' (English), and 'Počinje Festival vina u Novom Sadu'.

Slika 5. Web prezentacija klastera Istar 21

Izvor: <http://www.istar21.com>

Pored web prezentacije sa bazom podataka izdata je i brošura koja predstavlja vodič kroz 5 podunavskih regiona u našoj zemlji sa mapama i smernicama na pojedine objekte, atrakcije i manifestacije duž toka Dunava. Manifestacije imaju poseban značaj u formiranju imidža destinacije i mogu doprineti njenoj promociji. U tom cilju urađen je flajer o manifestacijama na Dunavu koji je promovisan na sajmovima turizma u zemlji i inostranstvu. Klaster redovno nastupa na sajmovima turizma ali i brojnim drugim manifestacijama.

Budući projekti vezani za aktivnosti klastera nisu vezane samo za nautički turizam, ali će se njihovom realizacijom značajno obogatiti i unaprediti ponuda koja će doprineti i bogatijoj nautičkoj ponudi. Pored aktivnosti na promociji članica klastera, edukaciji menadžera ali i ostalog osoblja zaposlenog u ugostiteljskim i turističkim objektima, podizanju kvaliteta i uvođenju standarda, klaster ima još nekoliko projekata među kojima je najznačajniji projekat „Multi-kulti“ u Podunavlju. S obzirom da EU priprema Strategiju Dunavskog regiona koji obuhvata sve zemlje kroz koje Dunav protiče i koje su u Dunavskom slivu, klaster Istar 21 priprema ovaj projekat kojim želi konkurisati ostalim Evropskim

regionima. Ideja je da se duž Dunava identifikuje 10 sela, specifičnih po svom nacionalnom sastavu gde ljudi čuvaju svoju specifičnu kulturu, običaje, folklor, muziku, gastronomiju, stare zanate i sl. U ovim selima bi se odradile sve aktivnosti na edukaciji i unapređenju ponude a zatim bi se pristupilo promociji koji bi ovaj deo Dunava mogao predstaviti kao jedinstven i autentičan turistički prostor vredan posete. Uvezivanjem ovih sela dobija se desetodnevni program (po želji klijenata i kraće) gde bi se turisti svaki dan upoznavali sa drugim narodima ili narodnostima koji žive u Vojvodini i Podunavlju. Ovako kreiran turistički proizvod bio bi apsolutno jedinstven u Evropi a možda i u svetu. Uz ovakav proizvod mogli bi se pakovati i vinski putevi, manastiri, salaši, banje, manifestacije i sve ostalo.

Ideja je da se stvore uslovi da turisti mogu da dolaze tokom cele godine a ne samo kada su neke lokalne manifestacije, da se od njihovih tradicionalnih proizvoda stvori brend svakog od ovih sela, da se ljudi edukuju i da im se obezbedi promocija koja će im dovesti turiste. Interes članica klastera za razvoj ovakvog programa je u tome što će to generalno doprineti velikoj promociji i popularizaciji Vojvodine i Podunavlja na domaćoj i svetskoj turističkoj sceni sa jedinstvenim turističkim proizvodom koji ispunjava upravo zahteve modernih turista koji traže ovakve sadržaje. Kroz realizaciju ovakvog programa dodatno će se zaposliti žene i mladi na selu, obezbedio bi se dodatni plasman prehrambenih proizvoda a kroz pripremu za realizaciju bi se ova sela sredila, uredila, očistila od smeća i sl.

Kreiranjem novog brenda Vojvodine kao „multi-kulti” destinacije kreirao bi se „magnet” i za nautičare i koji bi doprineo razvoju nautičkog turizma ne samo u većim gradskim centrima već upravo u selima kojima bi turizam mogao doneti značajne prihode i osnaživanje celokupne lokalne zajednice.



**Slika 6. Brošura manifestacija u Podunavlju klastera Istar 21**

## **8.5. Dunavska strategija**

Evropska Unija je sredinom 2009. donela odluku da se do kraja 2010. pripremi EU strategija za Dunav. Ovaj zadatak realizuje Evropska komisija, a očekuje se da Strategija bude pripremljena do kraja 2010, a usvojena krajem prvog polugodišta 2011, tokom mađarskog predsedavanja EU.

Generalno posmatrano, Dunavska strategija je osmišljena u funkciji većeg prosperiteta, bezbednosti i mira za žitelje regiona, posebno kroz jačanje prekogranične, transregionalne i transnacionalne saradnje i koordinacije s obzirom na činjenicu da region Dunava obuhvata 14 država (od kojih su 8 članice EU) - od Nemačke na izvoru do Ukrajine na ušću u Crno more.

Strategija u osnovi počiva na tri stuba: [21]

1. Unapređenje povezanosti i sistema komunikacije (posebno u oblastima transporta, energije i informacija);
2. Očuvanje životne sredine i prevencija od prirodnih kriza;
3. Ojačavanje potencijala za društveno-ekonomski razvoj.

Na toj osnovi ističu se sledeći ciljevi i prioriteti:

- Unapređenje transportne infrastrukture i energetske veze;
- Zaštita okoline i borba protiv zagađenja;
- Unapređenje ekonomske saradnje i održivog razvoja, kao i kulturne saradnje i turizma;
- Unapređenje saradnje u oblasti prevencije prirodnih katastrofa (poplave i drugo), odnosno jačanje saradnje u sektoru bezbednosti.

Dunavska strategija Evropske Unije je prva strategija u koju je Srbija uključena od samog početka i u kojoj učestvuje kao partner i na isti način kao i sve zemlje članice Evropske Unije. Uključivanjem Republike Srbije u izradu ove strategije i njenom kasnijom primenom, doprineće se: jačanju ekonomije, integraciji sektorskih politika Republike Srbije u razvojne planove EU, pospešivanju bilateralne i multilateralne saradnje Republike Srbije sa svim zemljama dunavskog sliva. Svojim učešćem u procesu izrade i kasnijom primenom Strategije, Republika Srbija potvrđuje svoje strateško opredeljenje za punopravnim članstvom u Evropskoj Uniji.

Iako druga po dužini, Dunav je evropska reka sa najvećim potencijalom, a Srbija raspolaže četvrtinom njegovog (najkvalitetnijeg) toka (588 km). Inače, prva ovakva strategija, usvojena je od strane EU 2009. godine i odnosi se na Baltičko more. U cilju definisanja Dunavske strategije EU, neophodno je da se, tokom 2010. godine, sve podunavske države aktivno angažuju na identifikaciji potreba svojih regija i na definisanju budućih projekata koji će biti osnov za izradu generalnog plana Dunavske strategije. Generalni plan Dunavske strategije biće usvojen od strane EU do kraja novembra 2010. godine. Tri su osnovna stuba Dunavske strategije: transport, zaštita životne

sredine i socijalno-ekonomski razvoj dunavskih regija i regija koje mu gravitiraju. Predlog Srbije bio je da se na tri osnovna stuba Dunavske strategije dodaju još dva izuzetno važna cilja: uspostavljanje sistema bezbedne plovidbe i afirmacija principa vladavine prava duž čitavog toka Dunava kroz Srbiju i stvaranje ekonomije znanja kroz saradnju u regionu Podunavlja i aktivna uloga nauke u postizanju ciljeva Dunavske strategije. [21]

**Vizija:** Bezbedan Dunav povezuje narode i države i doprinosi njihovom sveukupnom razvoju.

**Opšti cilj:** Korišćenje potencijala Dunava kao značajnog resursa za održivi razvoj Republike Srbije.

**Specifični ciljevi:**

37. Uspostavljanje sistema bezbedne plovidbe i afirmacija principa vladavine prava duž čitavog toka Dunava;
38. Razvoj transporta, energetike i informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) duž čitavog toka Dunava;
39. Zaštita životne sredine i održivo korišćenje prirodnog bogatstva u slivu reke Dunav;
40. Ekonomski razvoj i jačanje regionalne saradnje i partnerstva u regionu Podunavlja;
41. Stvaranje ekonomije znanja kroz saradnju u regionu Podunavlja i aktivna uloga nauke u postizanju ciljeva Strategije.

Učešćem u Dunavskoj strategiji EU, Srbiji (sa 24 opštine koje direktno izlaze na Dunav i sa preko 80 opština koje mu gravitiraju) se otvaraju velike mogućnosti vezano za razvoj infrastrukture, zaštite životne sredine, turizma, transporta i dr. Zahvaljujući sredstvima iz EU fondova biće realizovana dva projekta koji su do sada spremni za finansiranje, a to su izmeštanja tunela iz Golubačke tvrđave i uvođenje struje i izgradnja kanalizacije u oblasti Srebrnog jezera. Takođe mnogobrojni propratni događaji vezani za Dunavsku strategiju su već održani ili će biti održani.

Prema navodima predstavnika nautičke privrede i udruženja (klastera) mnogobrojni problemi otežavaju razvoj ove oblasti, a jedan od ključnih problema su neadekvatno regulisane takse na plovila. A od 35 odobrenih lokacija za marine u Srbiji, jedino je Apatin uspeo da napravi marinu sa 400 vezova, 160 kabina i benzinskom pumpom na pontonu, kakvu na celom toku Dunava osim Apatina ima još jedino Beč. Apatinska marina izgrađena je po najnovijoj svetskoj tehnologiji od plutajućeg betona.

Privredna komora Srbije i Grupacija za nautičku privredu i turizam - NATUS pripremili su i projekat „Info centar za nautički turizam u Srbiji sa Info punktovima“. U cilju poboljšanja infrastrukture, uvođenja digitalizacije i poboljšanja kapaciteta za promociju nautičkog turizma, projekat predviđa izgradnju info centra u Beogradu i info punktova u Apatinu, Novom Sadu i Kladvu. Ovo je jedan od projekata kojima je Srbija konkurisala za dobijanje sredstava iz Dunavske strategije Evropske unije.

## 9. ZAKLJUČAK

Nautički turizam može doprineti konkurentnosti turizma Vojvodine pre svega zbog Dunava kao jednog od najatraktivnijih plovnih puteva u svetu a zatim i rekama Tisa i Sava i potom bogatoj mreži kanala. „Pakovanjem“ bogate kulturne ponude uz prethodno obezbeđenje svih neophodnih infrastrukturnih preduslova, i uz adekvatne promotivne aktivnosti i kanale prodaje može se doprineti stvaranju visoke atraktivnosti i konkurentske prednosti i dodatne vrednosti za privlačenje novih ciljnih grupa među kojima nautičari imaju poseban značaj.

Prateći zahteve i potrebe koje pred nas postavljaju nautičari i njihova plovila, prateći trendove u tehnologijama, interesovanjima ove ciljne grupe, brinući o očuvanju prirode, moramo se uhvatiti u koštac sa tržišnim izazovima i obezbediti visoko zauzeće i poverenje nautičara, a svojim identitetom i vrednostima se razlikovati od konkurencije ili bar obezbediti razloge za njihov što duži boravak na našoj teritoriji.

Razvoj nautičkog turizma zahteva:

- obezbeđenje neophodne infrastrukture
- uspostavljanje sistema informisanja
- pomoći za nautičare koji plove kroz našu zemlju
- edukaciju svih direktnih i indirektnih pružalaca usluga
- promociju i uspostavljanje kanala prodaje

Preduslovi za razvoj su:

- kategorizacija plovila, zakonska regulativa
- jasna vizija razvoja lokalne zajednice i uloga nautičkog turizma u istoj
- donošenje detaljnih urbanističkih planova kao preduslova za privlačenje investitora
- uspostavljanje modela saradnje za partnerstvo javnog i privatnog sektora
- ukidanje skupih taksi na registraciju plovnih vozila koja bi bila u funkciji turističke ponude (ako se time ostvaruje osnovni prihod) i stimulisanje kupovine malih čamaca kako bi se ojačao i domaća tražnja za plovidbe našim rekama i kanalima

Razvoj nautičkog turizma zahteva dakle detaljne pripreme a zatim i značajna ulaganja koja bi uz adekvatnu promociju mogla u periodu od 2-3 godine (od izgradnje infrastrukture) značajno uticati na proširenje (obogaćivanje) turističke ponude, otvaranja novih radnih mesta i razvoj lokalne zajednice kroz ostvarivanje prihoda od usluga ostvarenih kroz nautički turizam.



## LITERATURA

1. Akcioni plan za razvoj turizma u regionu Potisja, Projekat „Koherentni prekogranični razvoj ekonomije Potisja“, Centar za strateška ekonomska istraživanja – „Vojvodina CESS“, Novi Sad, 2008.
2. Bakić O. (2008): *Marketing u turizmu*, Fakultet za uslužni biznis, Sremska Kamenica
3. Bakić O. (2009): *Marketing menadžment turističke destinacije*, 4. dopunjeno izdanje, Educons Univerzitet, Sremska Kamenica
4. Hrabovski-Tomić E. (2008): *Selektivni oblici turizma*, Fakultet za uslužni biznis, Sremska Kamenica
5. *Marketing strategija turizma Vojvodine*, Univerzitet Educons, Sremska Kamenica, 2009.
6. *Program privrednog razvoja AP Vojvodine*, Centar za strateško ekonomska istraživanja „Vojvodina-CESS“, 2004.
7. Romelić J. (2006): *Istraživanje uslova i faktora organizacije i funkcionisanja nautičkog turizma na Dunavu*, Časopis Turizam, Novi Sad
8. *Strategija razvoja turizma Republike Srbije*, prvi fazni izveštaj, Horwath Consulting Zagreb, Ekonomski Fakultet, Beograd, 2005.
9. *Strategija razvoja turizma Republike Srbije*, drugi fazni izveštaj - Strateški marketing plan, Horwath Consulting Zagreb, Ekonomski Fakultet Beograd, 2006.
10. Štetić S. (2007): *Posebni oblici turizma*, Forma B, Beograd
11. Turistički informator „Hello Serbia“, Blumen group d.o.o., Vol.8
12. Unković S., Zečević B. (2007): *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd
13. <http://www.gct.com> - Grand Circle Travel
14. <http://www.plovput.co.rs> - Direkcija za unutrašnje plovne puteve
15. <http://www.serbia-tourism.org> - Turistička organizacija Srbije
16. <http://www.vip.org.rs> - Fond za podršku investicija u Vojvodini
17. <http://www.world-tourism.org> - World Tourism Organization - Svetska turistička organizacija
18. <http://www.southeast-europe.net> - South East Europe - Transnational Cooperation Program
19. <http://www.istar21.com> - Udruženje za unapredjenje saradnje i razvoj turizma u Podunavlju
20. <http://www.pansion.co.yu/plovidbadunavom.html> - Dunavom kroz Srbiju
21. <http://www.danube-cooperation.com> - Dunavska strategija Evropske Unije
22. <http://klasteri.merr.gov.rs> - Program za podršku razvoju klastera