

**Ovaj dokument je nastao kao rezultat u realizaciji projekta “zlatna dolina- predeo izuzetne lepote i skrivenog bogatstva“. Predstavlja osnovu za dalji i sažetiji rad svih zainteresovanih strana u lokalnoj zajednici. U kreiranju dokumenta korišćena su iskustva domaćih eksperata iz oblasti turizma i ruralnog razvoja.**

**Zahvaljujemo se svima koji su pomogli u realizaciji projekta, naročito Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija.**

## **„Održivi planinski turizam u opštini Kučevo“**

### **Obrazloženje**

Studija ima za cilj isticanje neophodne održive upotrebe prirodnih i kulturnih resursa u planinskom području ciljne oblasti, Zbog velikog turističkog potencijala ove oblasti, u smislu resursa, istorijskih i kulturnih vrednosti.. Nepravilno korišćenje postojećih turističkih resursa utiče na životnu sredinu i generatore prihoda poslovnog sektora u ciljnom području. U tom kontekstu obavezno je uvođenje novog turističkog proizvoda baziranog na planinskom turizmu, kako bi se postigla bolja kapitalizacija prirodnih resursa. Prema SWOT analizi ciljne oblasti, neke od prednosti se fokusiraju na prirodne turističke resurse, kulturne i etničke raznolikosti i malog uticaja populacije na prirodna područja usled niske gustine naseljenosti.

Ova oblast ima neke važne prednosti za razvoj rekreativnih aktivnosti koje mogu doneti prednosti i zainteresovanim stranama i lokalnim zajednicama. Iako je teško kvantifikovati rezultate razvoja turizma, posebno na kratkoročnom planu, praksa je pokazala da je turizam jedan od retkih sektora u privredi koji može doneti održivi razvoj ovih područja. Stoga je jasno da je neophodnost održivog razvoja planinskog turizma da pokrene i socio-ekonomski razvoj u prekograničnoj oblasti. Razvoj održivog planinskog turizma u lokalnim zajednicama ciljne oblasti može doneti mnoge ekonomske i socijalne prednosti kao što su: Lokalna ekonomija se podstiče razvojem turističke infrastrukture i usluga Ruralna ekonomija se podstiče kroz povećanu proizvodnju lokalnih poljoprivrednih proizvoda koji se mogu prodati Stvaraju se novi poslovi Razvija se komunikaciona infrastruktura koja donosi koristi lokalnim zajednicama Regioni u okruženju mogu se razvijati kroz uvođenje kapitala na tržište Podizanje svesti zainteresovanih strana o održivim aktivnostima planinskog turizma • Prekogranični odnosi se poboljšavaju kapitalizacijom ruralnih tradicija, a lokalne zajednice

se stimulišu da proizvode i kapitalizuju svoje proizvode i običaje. Trenutno, održive turističke aktivnosti u planinskim oblastima postaju veoma atraktivne za glavna turistička tržišta. Do sada nije bilo takvih inicijativa u ciljnoj oblasti.

Ova studija namerava pružiti podršku zainteresovanim stranama sa ciljem da se izrade sveobuhvatna strateška dokumenata i uputstava za razvoj održivih proizvoda planinskog turizma u ciljnoj oblasti. Uzimaju i u obzir celokupan projektni zadatak, odnosno podršku razvoju lokalnih turističkih delatnosti i održivog korišćenja prirodnog i kulturnog nasleđa, studija predlaže plan koji e voditi održivo planiranje prekograničnih područja kao turističke destinacije, što će dovesti do jačanja sektora turizma u narednim godinama. Smernice iz studije se fokusiraju na 4 glavna stuba, iz njih se razvijaju 4 turistička planinska proizvoda sa odgovaraju im ciljevima i akcijama koje treba preduzeti na srednji i dugi rok, naglašavaju i marketing pristup. Studija procenjuje sadašnje operativno okruženje i predlaže ciljeve i niz akcija za postizanje ovih ciljeva koriste i postoje a sredstva i razvijanjem novih jakih turističkih proizvoda, nakon konsultacija sa zainteresovanim stranama i analizom podataka o turističkom sektoru u ciljnoj oblasti. Razvoj održivog planinskog turizma sa prekograničnim pristupom ima će za cilj angažovanje zainteresovanih strana u sektoru turizma i zaštite životne sredine i obezbediti dugotrajan turistički proizvod zasnovan na pametnom korišćenju prirodnog i antropogenog nasleđa. Konačni cilj dovodi do stvaranja jedinstvene planinske destinacije.

## Metodologija

Strategija turizma mora uključiti određivanje trenutne situacije, formulaciju vizije i uspostaviti glavne ciljeve sektora turizma, kao i niz akcija koje moraju jačati sektor u srednjoročnom i dugoročnom periodu. Štaviše, "turistička politika nastoji da obezbedi kvalitetno iskustvo posetioca koji je profitabilan za zainteresovane strane iz destinacije, istovremeno obezbeđuju i da destinacija nije oštećena u smislu svog ekološkog, socijalnog i kulturnog integriteta" (Ritchie & Crouch, 2003). Učinak ovakve strategije je uglavnom povezivanje tendencija turističkog tržišta i turističkih motiva, odgovarajuće kapitalizacije turističkih resursa i ekonomskog razvoja u skladu sa pravilima zaštite životne sredine i održivim pristupom. U okviru ovog procesa, zainteresovane strane igraju važnu ulogu, angažovanjem u akcijama i edukaciji na lokalnom nivou ka održivom turističkom proizvodu. Prema UNWTO (2004) "principi održivosti odnose se na ekološke, ekonomske i socio-kulturne aspekte razvoja turizma, a između ove tri dimenzije mora se uspostaviti odgovaraju a ravnoteža kako bi se garantovala njegova dugoročna održivost .

Tri dimenzije podrazumijevaju ekonomsku održivost, ekološku održivost i socio-kulturnu održivost (Eber, 1992, Schorner, 2011).

**Principi ekonomske održivosti** uključuju održavanje prirodne i antropogene raznovrsnosti koja na dugi rok stvara osnovu za turističku privredu; podršku lokalnim ekonomijama kroz aktivnosti i proizvode koji uzimaju u obzir troškove i vrednosti životne sredine, izbegavaju i

negativne uticaje i marketing turizma koji mora povećati poštovanje životne sredine i zadovoljstvo kupaca.

**Ekološka održivost** podrazumeva očuvanje i održivo korišćenje turističkih resursa i smanjenje prekomerne potrošnje i stvaranja otpada, čime se izbegava ponovno uspostavljanje dugoročnih negativnih uticaja povećavaju i kvalitet turizma i kapacitet neophodan za suočavanje sa promenama.

**Socio-kulturna održivost** uključuje obuku osoblja, koja integriše održivi turizam u postoje u praksu uključivanjem lokalnog stanovništva u turističko tržište. Kontinuirano istraživanje i pra enje turističke aktivnosti sakupljanjem i analizom podataka donosi koristi i turističkoj privredi i potrošačima. Uključivanje lokalnih zajednica i saradnja sa zainteresovanim stranama (turistička privreda, organizacije, institucije), može poboljšati turističko iskustvo u destinaciji i rešiti potencijalne konflikte. Stoga se razvoj turizma mora integrisati u pravilno planiranje u nacionalni i lokalni planski okvir, uz dobru koordinaciju između različitih aktera uključenih u donošenje odluka u cilju dugoročne održivosti turizma. Primeri dobre prakse razvoja održivog turizma uključuju razvoj novih proizvoda povezanih sa lokalnom kulturom koji moraju biti integrisani na glavna tržišta sa komercijalnom održivoš u, uzimaju i u obzir i spoljno finansiranje koje garantuje uspostavljanje partnerstava, ali i neke investicije. Pri razvoju studije uzeto je u obzir nekoliko faza koje su pomogle u identifikaciji glavnih strateških pitanja isvaka faza ima specifičnu metodologiju.

**Prva faza** se odnosi na osnovne informacije o turizmu na globalnom nivou i njegovoj dinamici, naglašavaju i i koncept razvoja održivog turizma sa fokusom na planinski turizam. Bilo je neophodno imati takav kontekst kako bi se procenila trenutna situacija u prekograničnoj oblasti. Trebalo je da se radi na analizi postojeće situacije u ciljnoj oblasti sa fokusom na zainteresovane strane i njihove interese i šta su u suštini potencijali i problemi regiona. Trenutna procena stanja turizma analizira uzroke i efekte procesa, identifikuje glavne prednosti i slabosti.

Analizirane su postojeće studije i izveštaji, prikupljeni su statistički podaci, a takođe su organizovane i fokus grupe sa detaljnim razgovorima sa zainteresovanim stranama. Turističke atrakcije mogu bolje iskoristiti lokalne resurse, iako ograničene prilikom privlačenja međunarodnih turističkih tokova, novih mogućnosti, odnosno različitih oblika turizma ekoturizma, avanturističkog turizma, seoskog turizma itd.. U **drugoju fazi** razrađena je jasna vizija o prekograničnoj destinaciji u smislu održivosti i konkurentnosti. Vizija studije predstavlja zajedničku vrednost ciljne oblasti, zasnovanu na participativnom procesu. Ona zapravo predstavlja osnovu za strateške koncepte razvoja sa nizom ciljeva. Cilj je operativni element strategije i povezan je sa vizijom. Ovi ciljevi određuju smernice za razvoj koji se fokusiraju na pojedine oblasti intervencije regulisati aktivnosti planinskog turizma, stvoriti i održati dobre uslove za turističku infrastrukturu i usluge, obezbediti standarde kvaliteta, obučavati ljudske resurse i na kraju, ali ne najmanje važno, uključiti lokalnu zajednicu. Da bi se odgovorilo na potrebe zainteresovanih strana i lokalnih zajednica, kao i na česta pitanja *kakav je to turizam? koji turisti? gde da započnem?* operativnim planom sa definisanim turističkim proizvodima za ciljane grupe, u **trećoj fazi** predloženo je odgovaraju e pozicioniranje na tržištu, što je ustvari važno za stvaranje dodatne vrednosti. Proces planiranja srednjoročnih i dugoročnih potreba mora imati vrlo jasno utvrđene aktivnosti kako bi se kontrolisao razvoj i organizovao sektor planinskog turizma. Metodologija koja se koristi za **završnu fazu** prikuplja sve važne podatke i informacije vezane za umrežavanje zainteresovanih strana (*ko, kako, s kim?* - znači stvoriti uloge i odgovornosti), stvaraju i učeš e zajednice na participativan način, garantuju i da su zahtevi korisnika ispunjeni. Proces monitoringa i evaluacije, kao i neka opšta zapažanja i preporuke, data su u poslednjem delu

studije. Održivi planinski turizam stvoren je prvenstveno na proizvodu zasnovanom na prirodi. Studija ima za cilj da predložene mere i proizvodi na održiv način donose efikasan i profitabilan razvoj i promociju.

## **Planinski turizam – osnovne informacije**

### **1.1. Pregled turizma, globalni trendovi i dinamika razvoja**

U globalnom smislu, turizam se smatra ekonomskim i društvenim fenomenom jer je tokom godina zabeležio održiv rast i stvarnu diverzifikaciju proizvoda, čime je postao jedan od najbrže rastu ih ekonomskih sektora u svetu (UNWTO, 2017). Povećan broj novih destinacija koje pokušavaju pronaći mesto na globalnom turističkom tržištu i njihov razvoj utvrdilo je dinamiku i modernizaciju turizma koji je ključni pokretač ekonomskog i društvenog napretka. Danas je sektor turizma sa svojim poslovima jednak ili čak prevazilazi prehrambenu i automobilsku industriju, kao i izvoz nafte. Istovremeno, to je glavni izvor prihoda za neke zemlje u razvoju. Ovakav razvoj i jačanje sektora turizma rezultat je konkurencije među destinacijama na globalnom nivou i zbog diverzifikacije turističkih proizvoda. Turizam donosi mnoge koristi u zemljama u razvoju ili razvijenim zemljama u smislu ekonomskih prihoda i razvoja drugih srodnih privrednih sektora (komunikacija, građevinarstvo itd.) Tokom vremena, turizam je doživeo kontinuiranu diverzifikaciju i širenje, postaju i jedan od najvećih rastućih sektora na svetu. Mnoge nove destinacije su se razvile i investirale u turizam uz tradicionalne regione u Evropi i Severnoj Americi. Uprkos ekonomskim i političkim potresima širom sveta, turistički sektor je pokazao otpornost, evidentiraju i samo rast. Stoga turistička ponuda igra važnu ulogu u ekonomskom blagostanju destinacije i mora imati održivo pozicioniranje na nacionalnom i međunarodnom tržištu.

**Trenutni razvoj i turistički trendovi** naglašavaju globalni rast dolazaka od 4,6%, odnosno 1,184 miliona dolazaka u 2016. UNWTO prognozira 1,8 milijardi dolazaka do 2030. godine (UNWTO, Turizam do 2030); 1 od 10 poslova je u sektoru turizma, međunarodni turizam je ostvario 1,4 milijarde dolara u izvoznim prihodima; turizam predstavlja 7% svetskog izvoza i 30% izvoza usluga (UNWTO, 2017).

**Internacionalni dolasci turista** (turisti sa evidentiranim noćenjima) porasli su za 3,9 u 2016. godini, dostigavši 1,235 miliona širom sveta, što je povećanje od 46 miliona u odnosu na 2015. godinu. U 2016. godini zabeležena je sedma uzastopna godina rasta u međunarodnom turizmu nakon ekonomske krize 2009. godine. Zbog nekih terorističkih napada, zabeleženo je preusmeravanje turističkih tokova od nekih destinacija do druge destinacije, ali ključna reč je bila rast zbog velike potražnje za putovanjima, dobre povezanosti i pristupačnog vazdušnog prevoza. Evropa i dalje predstavlja najposećeniji region u svetu sa povećanjem od 2 u odnosu na prethodnu godinu.

Prihodi od **međunarodnog turizma** porasli su sa 495 milijardi dolara u 2000. godini na 1,220 milijardi dolara u 2016. godini, što ih svrstava na treće mesto u kategoriji izvoza nakon hemikalija i goriva, dok su u zemljama u razvoju glavni izvozni element. Prema podacima

*World Travel Monitor-a* (ITB Berlin, 2016. godine), podaci o 2016/2017. godini pokazuju rast **putovanja van zemlje prebivališ** od 2,5% u periodu 2016-2017 uprkos političkim i terorističkim problemima u Evropi. Prema UNWTO-u, **receptivni turizam** je povećan za 4 u 2016. godini, uz dobar rast i u Evropi. **Ukupna zarada od turizma** širom sveta u 2016. godini bila je 1,220 milijardi dolara ili 1,102 milijarde evra. Najposećenije destinacije prema broju ostvarenih noćenja bile su Francuska, SAD, Španija i Kina, a po broju turista, prve rangirane su SAD, Španija, Tajland i Kina. U pogledu **svrhe putovanja**, World Travel Monitor navodi da je broj poslovnih putovanja porastao za oko 1%, dok su posete prijateljima i rođacima (VFR) i druga privatna putovanja porasli na 9%. Posete gradovima ("City-breaks") beleže povećanje od 10% u periodu od januara do avgusta 2016. godine, sa jakih 15% porasta od strane Evropljana, a odmor na plaži porastao je za 6% prema World Travel Monitor-u. UNWTO je izneo da su putovanja za rekreaciju i razonodu učestvovala u pola međunarodnih dolazaka turista. Konkurentnost destinacija je poslednjih godina pogođena jakim fluktuacijama deviznih kurseva koji određuju podizanje ili snižavanje cena, cene nafte porasle su posebno u Evropi, ali takođe i zbog terorističkih napada. UNWTO je naglasio da destinacije moraju da se diversifikuju na nova tržišta, kreiraju nove proizvode i razvijaju nove ciljne segmente. IPK International (2016) je identifikovao novo tržište za turizam, *Millennials*, osobe rođene između 1980. i 2000. godine (starosti od 18 do 38 godina), koje razumeju tehnologiju i ima ih 1,8 milijardi širom sveta. Njihovo ponašanje na putovanjima pokazuje da traže autentičnost, žele da dožive nove kulture, žele različite tipove putovanja, angažuju se sa lokalnim stanovnicima i imaju **autentično iskustvo** u celini, pa žele individualno iskustvo putovanja. Destinacije koje žele da privuku ovaj segment tržišta moraju ponuditi miks proizvod avanture i opuštanja, stvarno iskustvo, koriste i tehnologiju, gde mogu dobiti informacije i deliti svoja iskustva i povratne informacije. Socijalni mediji i blogeri utiču i informišu potrošače i turiste o destinacijama. Takođe seoski turizam predstavljao je skoro 45 ukupnih noćenja turista u EU. Takođe je primećeno da Evropljani više vole složene proizvode, raznolike ponude emocionalnog angažmana i zadovoljstva, a naročito personalizovane. Oni će revitalizovati destinacije koje smatraju zadovoljavaju im u pogledu smeštaja, iskustva, kulture i ponovo će ih posetiti. Internet je glavni alat u marketing pristupu, jer veb stranice mogu otkriti proces brendiranja i turističke proizvode bolje od klasičnih metoda. On-line rezervacije kao i informacije o destinaciji dostupne na različitim sajtovima ili društvenim medijskim kanalima moraju biti dostupne turistima koji naklonjeni eksperimentisanju i imaju više očekivanja.

**Trendovi turizma** na evropskom i globalnom nivou prema IPK International (2016) i UNWTO (2017) su rezimirani u daljem tekstu: Putnici su podeljeni na *Millennials* - e i / ili starija lica i rezerviš se online više nego ikad u prošlosti i da putnici uvek koriste društvene mreže, instrumenti društvenih mreža, čak i blogeri postali su glavni nosioci uticaja na putničko ponašanje. Putnici žele više individualnih odmora, bolje informacije i pristupačniji turizam po pitanju cene i kvaliteta. Letovanja i rekreativni turizam zadržavaju trend rasta, ali tržište avanturističkih putovanja (sport, "zelena putovanja") postaje sve raznovrsnije i podržava lokalne zajednice. U Evropi su zabeležene skromne cifre od 2 rasta tržišta ali posetioci preferiraju duže putovanje. Predviđeni su izgledi rasta sektora turizma. Što se tiče **oblika turizma i turističkih motiva**, u poslednjih nekoliko godina individualizirani su neki trendovi (2016/2017): - aktivni i intenzivni praznični paketi se sve više traže od strane turista, što znači da kombinuju događaje i svečanosti uz učenje novih veština (kao što su skijanje, slikanje, planinarenje itd.) - Nove destinacije zauzimaju mesto tradicionalnim, jer turisti pokušavaju da doživite nešto drugačije u svakom odmoru - Traženje autentičnog odmora, kada turista može da živi kao lokalni meštаниn, postaje sve traženije - Potražnja za kulturnim turizmom i

dalje je u trendu, kapitaliziraju i mobilne (umetničke, arheološke i dokumentarne zbirke) i nepokretne kulturne turističke resurse (istorijske lokacije, zgrade), tj. materijalna sredstva i nematerijalne resurse (tradicije, običaji) - Posete gradovima smatraju se veoma popularnom vrstom odmora među turistima starosti 24-45 godina, slično potražnji za letovanjem, a zaživele su pove anim brojem niskotarifnih letova - vanturistički turizam koji uključuje sportske aktivnosti zabeležio je značajan porast - Wellness i spa odmor takođe imaju tendenciju rasta, popularani kod poslovnih ljudi koji pokušavaju da se osveže na odmoru - Gastronomski turizam je sve ve i fenomen, mnogo puta pomešan s kulturnim turizmom, koji može generisati rekreativna iskustva ili imati zabavne svrhe - Internet kao izvor informacija određuje samoorganizaciju odmora, često mobilni telefon deluje kao virtualni planer ili vodič.

## **1.2. Planinski turizam - model održive kapitalizacije prirodne i kulturne baštine**

Planinske regije su neke od ključnih turističkih destinacija na međunarodnom nivou zbog svojih visoko varijabilnih i diferenciranih ekosistema i bogate kulturne baštine, ali su istovremeno u velikoj meri područja sa krhkim ruralnim ekonomijama. Planinska područja predstavljaju paradoks, nastao zbog dva tipična stanja u planianskim područjima visok stepen biodiverziteta i nesrazmerno učešće marginalizovane ljudske populacije (Pratt & Shilling, 2003). Prema gendi 21, Poglavlje 13, "Vlade na odgovarajućem nivou, uz podršku relevantnih međunarodnih i regionalnih organizacija, treba da diverzifikuju planinske ekonomije, između ostalog, stvaranjem i / ili jačanjem turizma, u skladu sa integrisanim upravljanjem planinskim područjima ". Savet bezbednosti Ujedinjenih nacija (2009) pozdravio je "sve ve i doprinos inicijativa održivog turizma u planinskim regionima kao način za unapređenje zaštite životne sredine i socio-ekonomskih koristi lokalnim zajednicama i činjenicu da se potražnja potrošača sve više kre e ka odgovornom i održivom turizmu . Zemlje zapadne Evrope su odavno priznale važnost turizma u planinskim područjima, kao i njihovu krhkost, potpisuju i 1991. godine Alpsku konvenciju o upravljanju turizmom i kontroli turističkih tokova, strukturnog razvoja kao što su ski liftovi i ski staze, smeštaja i balansiranju razvoja ekonomski slabih oblasti (EK, 2005). Na sreću, Rumunija je nedavno počela da se bavi planskim politikama na integrisan način, slede i model italijanske i francuske, čak još uvek bez odgovaraju e legislative.

### **1.2.1. Princip održivog planinskog turizma i njegovog prekograničnog pristupa**

Generalna skupština UN-a je 2002. godinu proglasila Međunarodnom godinom planina, rekavši da "Međunarodna godina planina 2002. neguje očuvanje i održivi razvoj planinskih područja, čime se osigurava blagostanje planinskih zajednica kao i onih u nizijama". Te godine održan je globalni samit u Kirgistanu, Biškeku, usredsređuju i se na poboljšanje života ljudi koji žive u planinskim područjima i očuvanju planinskih ekosistema. Ovom prilikom izrađen je dokument koji sadrži četiri glavna principa koji se posebno odnose na održivi turizam u planinskim područjima (rever Lama & Sattar, 2004): turizam treba da bude jedno, a ne jedino sredstvo za život i ekonomski razvoj u raznolikim planinskim ekonomijama; prednosti i

mogućnosti koje proizilaze iz planinskog turizma moraju se dosledno i adekvatno kretati ka stanovnicima planinskih područja; uticaji turizma na biodiverzitet i kulturnu raznolikost moraju biti dobro dokumentovani, minimizirani i upravljani, a deo prihoda od turizma reinvestirati u očuvanje i obnovu bioloških resursa, kulturnog nasleđa i sakralnih objekata;

- stanovnici planina moraju igrati aktivnu i odgovornu ulogu u planiranju i sprovođenju planinskog turizma, podržanog od strane drugih zainteresovanih strana i mreža, vladinim politikama i akcijama, tehničkom podrškom i izgradnjom kapaciteta. Prema izveštaju Svetske banke, sveobuhvatna definicija održivosti u planinama, koja bi trebalo da bude univerzalno prihvaćena, nije lak zadatak. ato se treba usredsrediti na karakteristike i attribute koji doprinose održivom korišćenju planinskih resursa (Pratt & Shilling, 2003): održivost ne znači prestajanje svih promena; promena usled ljudske aktivnosti ne narušava sposobnost planinskog regiona da održi promet vitalnih planinskih usluga na neodređeno vreme, dok osigurava da ljudi na planini imaju korist od dobara i pruženih usluga - pitanja održivosti pokrivaju veoma različite vremenske okvire. Planinski ekosistemi su krhki i mogu se brzo degradirati u određenim okolnostima - održivost znači pronalaženje načina upravljanja planinskim resursima i sistemima tako da oni mogu pružiti svoju kritičnu robu i usluge na neodređeno vreme u budućnosti. Planinskim resursima treba upravljati na načine koji obezbeđuju održivu egzistenciju za stanovnike planina i robe i usluge vrednovane u nižim područjima na način koji štiti dugoročne kapacitete planina da i dalje pružaju takve proizvode i usluge. Svaki održivi plan za planiranje turizma treba da obuhvati tri glavne vrste pitanja, tj. socijalna, ekološka i ekonomska pitanja (EUROMONT N, 2011) Planinski turizam pokriva široki spektar tipova turizma, od masovnog turizma do ekoturizma, svaka zemlja definiše svoje oblike u svojim strategijama za razvoj turizma zimski turizam u Slovačkoj, "zeleni turizam, nacionalni parkovi ili funkcionalna alpska infrastruktura za turističko iskustvo u ustriji, lov, jezerski ribolov, poljoprivredni turizam, planinarenje, biciklizam i zimski sportovi u Norveškoj, aktivni odmor u zimskim i letnjim sportovima u Sloveniji, turizam u nacionalnim parkovima i prirodnim rezervama, zimski sportski turizam, ekoturizam, seoski turizam, lovni turizam i aktivni turizam u Rumuniji. U maju 2003. godine, sedam zemalja Karpata: Češka, Mađarska, Poljska, Rumunija, Srbija, Slovačka i Ukrajina potpisale su Okvirnu konvenciju o zaštiti i održivom razvoju Karpata (Karpatska konvencija) u Kijevu, Ukrajina, i ona je stupila na snagu u januaru 2006.

TRI STUBA ODRŽIVOG PLANINSKOG TURIZMA:

- SOCIJALNI :

dobar život za lokalne zajednice

- očuvanje kulturne baštine
- učesće mladih ljudi
- angažovanje mladih ljudi
- lokalno vlasništvo
- praksa socijalnog turizma
- kampanje javnog obrazovanja i podizanja svesti

- EKOLOŠKI :

- Ravnoteža između zaštite biodiverziteta i turizma
- Ekološka mobilnost
- Manji uticaj od odlaganja otpadnih voda
- Uticaj klimatskih promena na turističke aktivnosti (skijanje, planinarenje itd.

- EKONOMSKI :

- Ublažiti relativnu izolaciju planinskih područja
- sertifikacija

- finansiranje lokalnih zanatlija za očuvanje lokalnih proizvoda
- koristiti "I T" za razvoj turizma
- promocija koncepta održivog turizma
- razvoj planinskih farmi
- smanjiti sezonsko zapošljavanje i prihod

To je jedini mehanizam upravljanja na više nivoa koji pokriva čitavu karpatsku oblast i pored Alpske konvencije drugi je regionalni režim zasnovan na ugovoru za zaštitu i održivi razvoj planinskog područja širom sveta. Glavna vizija je da se postigne sveobuhvatna politika i saradnja kako bi se garantovala zaštita i održivi razvoj Karpata, poboljšanjem kvaliteta života, jačanjem lokalnih ekonomija i zajednica i očuvanjem prirodnih vrednosti i kulturnog nasleđa. Konvencija daje okvir za saradnju i koordinaciju multisektorske politike, platformu za zajedničke strategije za održivi razvoj i forum za dijalog između svih zainteresovanih strana - od lokalne zajednice i različitih NVO-a do regionalnih i nacionalnih vlada, institucija Evropske unije i Ujedinjenih nacija (<http://www.carpathianconvention.org/>). Karpatska ekoregionalna inicijativa (CERI) je kreirana 1. marta 2006. godine "da bi se postiglo dugoročno očuvanje jedinstvene prirode globalno značajnih Karpatskih planina, istovremeno podržavaju i njihovu privredu i kulturu za trajnu korist ljudi kroz međunarodno partnerstvo." Ona se bavi zaštitom biodiverziteta kako unutar tako i izvan zaštićenih područja, kao i šuma, pašnjaka, slatkovodnih sistema. Prema Karpatskom osvrtu na životnu sredinu iz 2007 "Samo kroz međunarodnu saradnju i održavanje holističkog pogleda na karpatsko okruženje i zajednički (ili ne kontradiktorni ili sukobljavaju i) put razvoja, vlade i narodi u regionu će uspeti da izgrade održiva budućnost u okviru "karpatskog prostora.

## 1.2.2. Koncept nosećeg kapaciteta i granice prihvatljivih promena

Enciklopaedija ekoturizma (2001) definiše noseći kapacitet kao količinu aktivnosti povezanih sa turizmom koju lokacija ili destinacija može održivo pružiti. Obično se procenjuje u smislu broja posetioca ili posetioca/noćenja u određenom vremenskom periodu, ili po broju raspoloživih smeštajnih jedinica. U cilju povećanja nosivosti bilo koje turističke lokacije, mogu se koristiti različite tehnike upravljanja. Tokom kasnih 1970-ih i početka 1980-ih, naučnici iz *Wilderness Management US Forest Service-a*, dok su istraživali i dostizali planove nosećeg kapaciteta različitih parkova u S D-u, razvili su koncept Granice prihvatljivih promena (LAC) - proces koji je pokušao eksplicitno definisati kompromis između zaštite resursa / posetioca i ciljeva korišćenja rekreacije (Cole & Stankei, 1997). U principu, koncept LAC-a prepoznaje da su promene u okruženju i društvima prirodne i neizbežne posledice rekreacije, te se stoga mora fokusirati na upravljanje željenim uslovima, a ne na kontrolu broja korisnika postavljanjem pitanja kapaciteta u strogi kontekst - *koji je nivo prihvatljive promene?* L C je model planiranja koji se sastoji od 9 koraka, kako je definisao Program Ujedinjenih nacija za životnu sredinu (UNEP), uključuju i:

1. Identifikovati posebne vrednosti, pitanja i interese pripisane ovoj oblasti
2. Identifikovati i opisati klase ili zone za rekreaciju
3. Izabrati indikatore resursa i socijalnih uslova
4. Popisati postojeće društvene resurse i uslove



5. Navesti standard za resurse i socijalne uslove u svakoj klasi mogućnosti
6. Identifikovati alternativne raspodele klasa mogućnosti
7. Identifikovati upravljačke akcije za svaku alternativu
8. Evaluacija i odabir željene alternative
9. Implementirati akcije i nadgledati uslove

**Koraci 1:**

Identifikovati posebne vrednosti, pitanja i interese koji se pripisuju ovoj oblasti

**Preporuke**

- prepoznati posebne osobine ili osobine na koje treba obratiti pažnju
- identifikovati postojeće probleme i brige oko upravljanja

**Komentar**

Podstiče bolje razumevanje baze prirodnih resursa, opšteg koncepta kako se može upravljati resursom, i fokusira se na glavna pitanja upravljanja

**Koraci 2:**

Identifikovati i opisati klase ili zone za rekreaciju

**Preporuke:**

- Identifikovati klase mogućnosti za prirodne resurse
- opisati drugačije uslove koje treba održati

**Komentar :**

Razvijanje klasa pruža način definisanja različitih uslova unutar zaštiti enog područja

**Koraci 3:**

Popisati postojeće društvene resurse i uslove

**Preporuke:**

- Koristiti izabrane pokazatelje za vođenje popisa resursa i socijalnih uslova
- koristiti podatke popisa kako bi se bolje razumela ograničenja i mogućnosti u oblasti

**Komentar:**

Podaci popisa su mapirani, tako da su poznati stanje i lokacija indikatora. Pomaže rukovodiocima da uspostave realne standarde i kasnije ih koriste za procenu posledica alternativa.

**Koraci 4:**

Identifikujte upravljanje lokacijom za svaku alternativu

**Preporuke:**

- Analizirati ve e troškove i prednosti svake alternative
- identifikovati vrste upravljačkih akcija potrebnih za postizanje željenih uslova (direktnih ili indirektnih)

**Komentar:**

Ovi koraci uključuju analizu troškova i koristi od svake alternative

**Koraci 5:**

Evaluacija i zaštita poželjne alternative

**Preporuka:**

- Pregledati troškove u odnosu na koristi od alternativa sa menadžerima, zainteresovanim stranama i zajednicom
- ispitati odzivnost svakog alternativnog pitanja
- eksplicitno navesti faktore koji se razmatraju, i njihovu težinu u odlučivanju

**Komentar :**

Gradi konsenzus i bira najbolju alternativu.

#### **Koraci 6 :**

Sprovođenje akcija i praćenje uslova

#### **Preporuke:**

- Razviti plan implementacije sa akcijama, troškovima, rasporedom i odgovornošću

#### **Komentar:**

Osigurava blagovremenu implementaciju i adaptaciju strategije upravljanja. Praćenje osigurava da efikasnost implementacije bude poznata. Ako nadgledanje pokazuje probleme, mogu se preduzeti određeni postupci.

### **1.2.3. Snabdevanje komponentama proizvoda za planinski turizam i njihova međusobna povezanost**

Postoji 5 glavnih komponenti turističke ponude, tj. atraktivnosti, transport, posrednici, destinacije i aktivnosti.

-**ATRAKTIVNOST :**

- stvorene atrakcije (tematski parkovi, tornjevi, mostovi)
- prirodne atrakcije (pedine kanjoni stene reke i jezera pejzaži određena flora i fauna)
- kulturne atrakcije (istorijske i verske lokacije, spomenici, lokalne umetnosti , zanati folklor muzika i ples događaji

- **TRANSAPORT :**

- drumski saobrađaj auto autobus bicikl)
- železnica •vodeni saobrađaj brodovi trajekti krstarenja
- vazdušni prevoz

- **POSREDNICI :**

- agencije
- turoperaori

-**DESTINACIJA :**

- smeštaj
- restorani
- Turistički objekti pabovi zabavni parkovi tržni centri sportski objekti, kazina itd.)

-**AKTIVNOST :**

- avanturistički sportovi planinski biciklizam rafting kajakaštvo speleologija itd.)
- slobodno vreme za plivanje itd
- poslovne aktivnosti (prisustvovanje seminarima, konferencijama, poslovnim sastancima, radionicama)
- zdravstvene aktivnosti
- kulturne aktivnosti

#### ***Pešačenje, planinarenje i kampovanje***

U planinarske turističke proizvode sa niskim uticajem spadaju pešačenje, planinarenje i kampovanje, gde se posetioци mogu upoznati sa nekoliko staništa i vrsta tokom jednog putovanja. Ipak, u slučaju velikog broja turista, ove aktivnosti sa naizgled niskim uticajem može uticati na ekosisteme i vrste. Zbog toga, veoma je preporučljivo da koristite samo uspostavljene staze i lokacije kad god je to moguće pri izboru ruta i kampova i izbegavate visoko osetljivih područja i loženje vatre. Takođe, broj posetilaca po vodiču ne bi trebalo da

prelazi 15 osoba, da bi se obezbedilo bolje iskustvo, smanjio uticaj i da bi grupa bila fleksibilnija (Charters & Sakon, 2007). Ostale aktivnosti na otvorenom u planinskom području uključuju biciklizam, planinski biciklizam, jahanje konja, kanjoning, penjanje na stene, jedriličarstvo i speleologiju, koji imaju veći uticaj na životnu sredinu zbog upotrebe opreme na osetljivom planinskom pejzažu. Zbog toga je veoma važno pratiti dobre prakse u sprovođenju i upravljanju avanturističkim aktivnostima i time osiguravaju i održivo korišćenje ovih područja.

### ***Rekreativne aktivnosti na vodi***

Planinski vodotokovi, uključuju i reke, jezera, bare, močvare itd, izvor su čiste vode za lokalne zajednice, a istovremeno i podloga za nekoliko turističkih aktivnosti koje turistima pružaju nova iskustva, poput izleta na reci, kupanje, pećanje, ispiranje zlata i drugo. Neophodno je pratiti smernice za očuvanje i upravljanje vodama: podsticati održive ribolovne prakse, koristiti samo čistu vodu i opremu, izbegavati odlaganje otpadnih voda, kanalizacije i smeća u vodu.

### ***Kulturne aktivnosti***

Više turista je zainteresovano za interakciju sa lokalnim ljudima kako bi iskusili elemente lokalnog načina života, hrane i pića, kao i posetili različite kulturno-istorijske znamenitosti, koje su delimično inkorporirane u turističke proizvode. Veoma je važno da posetioci dobiju informacije o lokalnoj kulturi, običajima i tradiciji i usvoje ponašanje koje poštuje lokalna zajednica, a preduzetnici koriste lokalne snabdevače i radnike, uključeni su u razvoj zajednice i konsultuju se sa lokalnim zajednicama kako bi izbegli osetljive lokacije i delili postoje u infrastrukturu i resurse.

## **1.2.4. Planiranje i upravljanje održivim turizmom**

Kreiranje politika, planiranje razvoja i proces upravljanja treba se preduzeti kroz proces koji ima više zainteresovanih strana. Vlade će normalno koordinirati ovaj proces na nacionalnom nivou. Ovaj proces se može preduzeti i na lokalnim nivoima od strane lokalnih vlasti, i trebalo bi da obezbedi snažno uključivanje lokalnih zajednica tokom procesa upravljanja i donošenja odluka. Pored toga, oni koji su odgovorni za razvoj turizma i aktivnosti su podstaknuti da konsultuju i uključe sve relevantne zainteresovane strane, a posebno one koji su ili mogu biti pogođeni takvim razvojem i aktivnostima. Proces se primenjuje i na novi razvoj turizma i na upravljanje postoje im turističkim operacijama . Da bi bio održiv, razvoj turizma na bilo kojoj destinaciji zahteva koordinirano kreiranje politike, planiranje razvoja i upravljanje. Proces kreiranja politike, planiranja i upravljanja obuhvata sledeće korake (SCBD, 2004):

- (a) Osnovne informacije i pregled - aktuelni ekonomski, socijalni i životni uslovi na nacionalnom i lokalnom nivou; trendovi turističkog sektora na međunarodnom, nacionalnom i regionalnom nivou, kulturno osetljive oblasti, turističke koristi za lokalne zajednice;
- (b) Vizija i ciljevi (u skladu sa Konvencijom o biološkoj raznovrsnosti i Konvencijom o svetskoj baštini) trebaju se razvijati na lokalnom nivou uzimaju i u obzir lokalne prioritete kao i nacionalne strategije, nakon konsultacija sa svim zainteresovanim stranama, uključuju i lokalne zajednice;
- (c) Ciljevi;

- (d) Pregled zakonodavstva i mera kontrole;
- (e) Procena uticaja - uticaj na prirodu (vezano za korišćenje zemljišta i resursa za turističku infrastrukturu, oštećenja ekosistema i staništa, neodrživo korišćenje flore i faune od strane turista, zagađenje itd.), socioekonomski i kulturni uticaji, kao i potencijalne koristi od turizma.
- (f) Upravljanje i ublažavanje uticaja;
- (g) Odlučivanje;
- (h) Implementacija;
- (i) Monitoring i izveštavanje - prikupljanje skupa podataka o očuvanju biodiverziteta, osobine turističke industrije;
- (j) Prilagodljivo upravljanje.

## 2. Činjenice i nalazi

### Geografski položaj

Opština Kučevo se nalazi u severo - istočnoj Srbiji u srednjem toku reke Pek. Pripada subregiji Karpatska Srbija, pa otuda i njene osnovne crte reljefa, geološkog sastava, hidrografije, klime, biljnog i životinjskog sveta koje određuju osnovne odlike stanovništva i privrede na tom prostoru. Najveći deo opštine se prostire u mikroregiji Zvižd. Teritorija opštine se nalazi između 44°18' i 44°39' SG[ i 21° 29' i 21° 58' IGD.

Na prostoru opštine se nalaze putevi koji vode prema Beogradu, Negotinskoj krajini, Pomoravlju i Podunavlju.

### Teritorija i granice

Površina opštine Kučevo je 721 km<sup>2</sup> i čini 19% ukupne površine Braničevskog okruga. U opština ima 26 naselja. Teritorija opštine Kučevo, gledano kroz istoriju promenila je mnoge vladare. Na teritoriji opštine postoje tragovi iz praistorijskih perioda na raznim lokalitetima. Tu su se smenjivali Rimljani, Vizantija, u XIII veku oko Braničeva se bore Mađarska i Bugarska, srednjevekovna srpska država, Turska, stanovništvo Zvižda aktivno učestvuje u prvom i drugom srpskom ustanku gde podpada pod srpsku vlast, u vreme prvog i drugog svetskog rata ima istu sudbinu kao i ostali delovi Srbije. Teritorija opštine Kučevo i njeni

stanovnici često su se nalazili u žiži značajnih istorijskih događaja iz dva razloga: geografski položaj i rudno bogatstvo.

Opština pripada Braničevskom okrugu, gde pored Kučeva spadaju i sledeće opštine: Požarevac, Veliko Gradište, Golubac, Malo Crniće, @abari, Petrovac i @agubica. Braničevski okrug se graniči sa Podunavskim, Pomoravskim, Borskim i Južno - Banatskim okrugom, a na severu se graniči sa Rumunijom. Opština Kučevo se graniči sa sledećim opštinama: na severu sa opštinama Golubac i Veliko Gradište, na istoku sa opštinom Majdanpek, na jugu sa opštinom @agubica i na zapadu sa opštinama Malo Crniće i Petrovac na Mlavi.

Na severu granica opštine seče tok reke Pek (gde je i najniža tačka opštine) i preko Tumanskog crnog vrha ide do Crnog vrha iznad Brnjice, dalje Kornovskim vrhom i razvojem između Dunava i Peka (vrhom Severnog Kučaja) gde između razvoja Brodice i Boljetinske reke (Vojinova ^uka, 708 m) povija prema jugu. Odatle počinje istočna granica opštine, gde takođe razvojem preko Starice ponovo seče tok reke Pek uzvodno od Blagojev Kamena i uz Markovu Krčmu izlazi na Homoljske planine. Vrhom Homoljskih planina čini južnu granicu opštine do vrha [tubej (940 m, koji je najviša tačka opštine). Granica skreće prema severu (čineći zapadnu granicu opštine) i ide razvojem između dolina Peka i Mlave do Male Bresnice .

## **Turistički položaj**

Turistički položaj opštine Kučevo predstavlja njen odnos prema glavnim turističkim pravcima u Srbiji, i zavisi od saobraćajnog i geografskog položaja. S obzorom da opština ima dobar geografski položaj i dobru saobraćajnu povezanost sa drugim opštinskim centrima u okolini ima i dobre uslove za razvoj turizma. Povoljnost turističkog položaja ogleda se u neposrednoj blizini većih gradskih centara između kojih struje mejugradska i mejuokružna privredna kretanja.

## **Saobraćajni položaj**

Dolina reke Pek pruža se celom dužinom opštine što predstavlja pogodnost za razvoj drumskog i železničkog saobraćaja. Dolina se pruža pravcem severozapad - jugoistok i odvaja Homoljske planine od Severnog Kučaja, čineći ovaj deo istočne Srbije prohodnim. Prohodnost je dosta uticala i na istorijsku prošlost Zvižda. Još od praistorije ovuda su prolazili značajni putevi. Iz Podunavlja polazilo je više značajnih saobraćajnica ka jugu, i one su prolazile kroz Zvižd. Privlačnim su ovaj kraj činila rudna bogatstva koja su se u ovom kraju eksploatisala.

Iako je glavni magistralni put asfaltiran, ako se želi dalji razvoj turizma potrebno je celokupnu saobraćajnu infrastrukturu revitalizovati i obnoviti. Potrebno je i lokalne puteve, naročito one koje vode do glavnih turističkih mesta proširiti i asfaltirati jer bi time i turisti kojima cilj nije poseta našoj opštini odvojili svoje dragoceno vreme i na kratko obišli te turističke lokacije.

@eleznička pruga se odvaja od pravca Beograd - Niš kod Male Krsne i ide preko Požarevca i teritorije Zvižda do Bora i Prahova.

## **Funkcionalni položaj**

Funkcionalni položaj je uslovljen geografskim prostorom i saobraćajem. Zvižd ima polivalentni položaj. Polivalentnost proizilazi iz položaja opštine, jer njena teritorija povezuje peripanonsku regiju Srbije sa planinsko - kotlinskom makroregijom. I sama opština se sastoji iz dve celine koje to potvrđuju: ravničarske i brdske - planinske. Polivalentnost bi imala dosta značaja u razvoju turizma Zvižda. Značajna je iz tog razloga što bi turisti na jednom relativno malom prostoru uz odgovarajuću turističku ponudu doživeli i videli odlike Južnih Karpata i oboda Panonskog basena. Putovanje kroz ovakve prostore omogućuje upoznavanje različitih predeonih celina. Na teritoriji Zvižda spajali su se i prožimali brojni događaji i uticaji iz prošlosti. Na ovim prostorima promenile su se razne

kulture od praistorije do savremenog doba što je ostavilo traga na današnji izgled i prilike u Zviždu. Ovo je značajno za turističku ponudu jer na malom prostoru postoje različite turističke vrednosti koje su antropogeno specifične.

## **2.1. Turistički resursi – karakteristike**

Na prostoru opštine postoje povoljni prirodni uslovi za razvoj turizma, ali oni nisu dovoljno iskorišćeni. Neiskorišćeni su zbog nedostatka novčanih sredstava, pasivnosti stanovništva i lokalne vlasti da pokrenu turističko aktiviranje i ponudu, kao i zbog još uvek nedovoljne ispitanosti i istraženosti pojedinih prirodnih objekata. U ataru opštine nalaze se brojne pećine: Ceremošnja, Ravništarka, Gaura Mare, Bigar pećina u Ševici, Kamenička pećina u Kaoni i druge koje nisu poznate široj javnosti a koje mogu biti veoma interesantne za speleologe.

Od hidroloških rariteta ovde osim brojnih kraških izvora postoji i jedinstvena potajnica (intermitentno vrelo), izvor mineralne vode veoma povoljnog hemijskog sastava, zlatonosna reka Pek, vodopad Sige u Plavčevu, vodopad Brodičke reke u blizini ušća u Pek, izvor Dajše u Turiji, vodopad ševičke reke i druge znamenitosti. Tu su kanjon reke u Staroj Turiji, kanjon Dubočke reke i njenih pritoka. Prirodne lepote nisu dovoljno valorizovane pa nisu ni konkurentne spram lepota susednih opština, ali to ne znači da one nisu i atraktivne i da nije moguće njihovo turističko aktiviranje.

Kaonska klisura predstavlja otoku zviškog jezera. Tu se Pek usekao u krečnjačku Jelenu Stenu (349 m), koja je od okolnog terena viša i tako stvorio epigenetsku klisuru strmih strana I kao takva predstavlja prirodno stanište jorgovana.

Planine koje se pružaju na teritoriji opštine su: sa leve dolinske strane Peka pružaju se Homoljske planine, a sa desna dolinske strane Peka pruža se Severni Kučaj. Najviša tačka je vrh [tubej od 940 m i s obzirom na tu visinu spadaju u grupu niskih i srednjih planina što ih čini povoljnim za izletnički, rekreativni, sportsko - manifestacioni i druge vrste turizma. Pogodne su za odmor, oporavak, aktivnu rekreaciju i turistički boravak. S obzorom da su ove planine krečnjačkog sastava u njima postoje brojne klisure koje na pojedinim delovima imaju kanjonske doline, zatim vrtače, pećine, ponornice, kraške izvore itd

**Biljni i životinjski svet kao turistička vrednost**

Opština Kučevo kao deo Karpatske Srbije – centar biodiverziteta u Srbiji

Karpatska Srbija je označena kao jedan od važnih centara biodiverziteta u Republici. Naučno-stručna istraživanja ustanovila su da je ona stanište velikog broja vrsta vaskularnih biljaka, ptica i leptirova. Za druge grupe živih bića istraživanja su u toku ali preliminarni rezultati pokazuju da se radi o sisarima, gljivama i velikom broju insekatskih vrsta (osim već pomenutih leptira).

Ovakvo bogat biodiverzitet Karpatske Srbije obavezuje sve članove društva da ovoj oblasti pruže pomoć oko zaštite ovog prirodnog resursa. Resurs je vrlo značajan za održivi razvoj cele Srbije. Do sada su učinjeni prvi koraci za zaštitu kako samog biodiverziteta tako i staništa na kojima se nalaze.

U Karpatskoj Srbiji se ovaj biodiverzitet i ekonomski eksploatiše. To se pre svega odnosi na sakupljače bilja, gljiva, lovce, ribolovce, pčelare, stočare i šumare. Staništa se iskorišćavaju u rudarskoj, ratarskoj, stočarskoj i turističkoj privredi.

Način iskorišćavanja biodiverziteta i staništa često nisu u skladu sa principima održivosti. Naime dolazi do preterane eksploatacije koju kapacitet životne sredine teško ili nikako ne nadoknađuje. Zatim, zbog još uvek nedovoljno istraženih kapaciteta, katalogizacije ugroženih i retkih vrsta kao i neznanja korisnika prilikom eksploatacije dolazi do ekoloških akcidenata koji se teško ili nikako ne mogu popraviti.

Trendovi su kod pojedinih kategorija različiti. Kod rudarstva eksploatacija ruda bakra je dominantna i u trendu rasta bez nekog osvrta na ekološke potrebe okoline. Uglavnom prevladava uski ekonomski interes eksplatora. U poljoprivredi sa opadanjem broja stanovnika i starenjem populacije izuzetno se smanjio interes za tzv. "intenzivnom" poljoprivrednom proizvodnjom a raste ubrzano trend organske proizvodnje. Kod eksploatacije biodiverziteta postoji trend povećane eksploatacije ali bez prethodne ozbiljne studije o kapacitetima područja i bez odgovarajućeg obrazovanja korisnika. Kontrola eksploatacije je osim kod lovstva na niskom nivou.

Ovakvo trenutno stanje i trendovi zahtevaju primenu određenih programa za zaštitu i unapređenje biodiverziteta i staništa.

Forsiranje organske proizvodnje celom području. Favorizovala bi se organska proizvodnja bez upotrebe veštačkih hraniva i pesticida a celo područje bi dobilo šansu da proizvede organske pčelarske proizvode. Dalje, organska proizvodnja u sebe uključuje i veću upotrebu starih područja dobro prilagođenih sorti i rasa.

Lov



Homolje je manja geografska oblast u Istočnoj Srbiji, tačnije u Braničevskom okrugu i predstavlja pretežno brdsko–planinski kraj, u kome se smenjuju predeli pod brdskim livadama i pašnjacima sa predelima obraslim gustom hrastovom i bukovom šumom. Prepoznatljivo je po prirodnim lepotama, raznovrsnom etnološkom i kulturnom nasleđu. Pored planina i kotlina, cela oblast obiluje brojnim klisurama, uvalama i pećinama. Zahvaljujući očuvanim prirodnim bogatstvima, koja predstavljaju harmoniju veoma privlačnih ambijentalnih vrednosti, kao što su reljefni oblici, očuvane šume, čisti vodotoci, , od kojih su mnogi prave prirodne retkosti, ovaj kraj kao retko koji u Srbiji, pruža izuzetno prijatnu sliku ljudskom oku.

**Lovišta** u homolju su veoma bogata i

u njemu su zastupljene sledeće vrste divljači: divlja svinja, srna, zec, fazan, prepelica, poljska jarebica, vuk, šakal, lisica, kuna belica, kuna zlatica, ris... Imajući u vidu specifičnosti ovog lovišta, može slobodno da se kaže, da je priroda prema njemu bila izuzetno darežljiva. I pored toga, što lov u "Homolju" nije nimalo lak, zbog teškog i izlomljenog terena, boravak u njemu, sigurno ostaje u lepom sećanju do kraja života. Lovište obiluje terenima na kojima se naizmenično prepliću poljoprivredne i šumske površine, što divljači izuzetno pogoduje i što je rezultiralo njenom ekspanzijom u poslednjih nekoliko godina. Ovo se pogotovo odnosi na divlje svinje i srneću divljač, a takođe je primetan i porast brojnog stanja svih ostalih vrsta plemenite divljači. U lovištu koje predstavlja zelenu oazu nezagađene prirode, često se viđaju i divokoze, zatim jelenska divljač i mrki medvedi, koji su u prolazu. Međutim, poseban kuriozitet predstavlja povratak vidre u Homoljske potoke. Postoji nekoliko razloga zbog kojih homoljska regija obiluje brojnim vrstama divljači. Prvi i najvažniji je taj, što je opštine u ovom regionu jedne od najnerazvijenijih opština u Srbiji, tako da ne postoje veliki zagađivači, što izuzetno pogoduje svim vrstama divljači. Drugi razlog je taj, što je brdsko–planinski deo regije većim delom godine praktično neuznemiravan od strane čoveka, tako da divljač ima neophodni mir.

Ono što karakteriše bogatstvo životinjskim vrstama u homoljskoj regiji je povratak vuka.. Inače, lovišta u Homolju su veoma specifična, jer su u njemu, pored vuka prisutni šakal i ris, pa je samim tim, i plemenita divljač izložena velikom pritisku od strane ovih predatora.

Nepregledne šume prošarane livadama i pašnjacima, kao i nezagađene vode predstavljaju pravi prirodni potencijal, koji u velikoj meri pozitivno utiče na opstanak i ostanak svih vrsta divljači na ovim prostorima. Ogroman deo lovišta predstavlja potpuno nenaseljenu teritoriju od strane čoveka, što divljači obezbeđuje potpuni mir. Kada istinski zaljubljenik u prirodu kroči u ove predele, na momente oseti da je hiljadama kilometara udaljen od civilizacije. S prvim snegom, malobrojni stočari

napuštaju ovaj predeo zbog surove klime i prepuštaju ga njegovim iskonskim stanovnicima – vukovima, divljim svinjama, srnama, kao i drugim vrstama divljači, koje do proleća jedine prave prtinu kroz smetove.

**Foto-lov**– iskrenih ljubitelja prirode i divljači, koji su okom kamere zabeležili divlji svet Homolja, odnosno zelenu oazu u netaknutom delu Istočne Srbije, koja pruža stanište brojnim vrstama divljači – vuku, medvedu, risu, jelenu, divokozi itd. Inače, foto-lov predstavlja pravu atrakciju i sve je popularniji širom sveta.

Na kraju možemo konstatovati, da lov u Homolju predstavlja pravu radost za svakog lovca, koji obožava prirodu i koji zna da uživa u njoj.

Iz svega pomenutog možemo zaključiti sledeće:

- Seoski turizam je osnovni proizvod planinskih regiona koji predstavljaju autentičnu kulturu i poljoprivredu sela kao turistički proizvod. Obezbeđuje ekonomske prednosti u planinskim oblastima, a povezan sa gastronomijom, lokalnom hranom i sa održivom poljoprivredom predstavlja važno pitanje razvoja
- Lokalna gastronomija, tzv. "Slow Movement" postaje sve poznatija u gotovo svakoj zemlji i zasnovana je na tematskom putu Karpatske gastronomije koji želi da poboljša i brendira gastronomiju.

- Kulturno nasleđe ovog opštine Kučevo je veoma bogato, sa lokalitetima kulturnog nasleđa i korisnim informacijama, ali nedostaju tematske staze na karpatskom putu, homoljskoj transverzali, spoju reke I planine I drugo.
- Geoturizam je jedna od najvažnijih alternativa u planinskim područjima, sa nekoliko različitih aktivnosti. Iako je kvalitet infrastrukture i dostupnih informacija različit, važno je odrediti, razviti i održavati putanje planinarenja, biciklizma (ili jahanja).
- Avanturistički turizam je pogodan proizvod za privlačenje mladih putnika sa velikim troškovima.
- Ekoturizam je posebno zanimljiv u zaštiti enim područjima i oko njih, gde se centri za posetioce, obrazovne staze, kao i lokalni servisi kao što su vođenje, smeštaj, jahanje, iznajmljivanje bicikala itd. razvijaju, iako nema dovoljno informacija (mape, cene, programi).
- Turizam slobodnog vremena u opštem značenju, tj. odmor, rekreacija i opuštanje u planinama, na čistom i svežem vazduhu, u miru i slično, može se spomenuti, naročito u van sezone kada ovaj vid turizma može pružiti dodatni način privlačenja turista.
- 

## **2.2. Infrastruktura specifična za razvoj turizam**

Opština Kučevo ima slabo razvijen seoski turizam I samim tim veoma mali broj kategorisanih objekata. Za smestaj izdajamo Hotel Rudnik sa (2ili3) zvezde, restoran Šumadija I pet eko kuća (brvnara) u okviru kompleksa Ravništarka.

U cilju uključivanja i procene mišljenja zainteresovanih strana u pogledu potencijala i budućeg razvoja planinskog turizma ciljnog područja, održana je fokus grupa. Prisutni su dali odgovore na nekoliko pitanja vezanih za stavove o turizmu u našoj opštini i razvoju i upravljanju destinacijama.

Izgleda da se skoro svi ispitanici slažu da ne postoji koherentna strategija za razvoj turizma u analiziranoj oblasti, uprkos velikim potencijalima ove oblasti.

Što se tiče turističke ponude po mišljenju većine ispitanika smatra se da je kvalitet smeštajnih usluga, restorana i ugostiteljskih i zabavnih objekata na srednjem nivou, kao i odnos i ponašanje pružalaca turističkih usluga i sposobnost za organizovanje posebnih događaja. Osim toga, većina anketiranih smatra da je obuka osoblja koje radi u sektoru turizma prilično loša I da je potrebna kotuinirana edukacija svih aktera u procesu pružanja usluga.

Sadašnje istraživanje pokazuje da su internet i socijalni mediji (uglavnom Facebook) elementi koji se najviše koriste za promovisanje svoje ponude, dok samo 35 koristi medijske i turističke agencije ili sajmove. Iz ovoga se zaključuje da je neophodno na promociji svih potencijala u lancu turističke ponude.

Ipak, uprkos velikom potencijalu, turistički resursi u ovom području trenutno nisu adekvatno kapitalizovani.

## **Razvoj i upravljanje destinacijama**

Podaci iz studije ukazuju na to da zainteresovane strane unutar ovakvih područja smatraju da avanturistički turizam, netaknuta priroda i kulturni turizam imaju najbolji potencijal za razvoj u ciljnoj oblasti.

**Što se tiče najvažnijih aktivnosti koje se preduzimaju u cilju kapitalizacije resursa:** upotreba biodiverziteta i prirodnih resursa za turizam je najvažnija aktivnost koja se preduzima kao adekvatna kapitalizacija resursa. Nakon toga sledi povećana dostupnost sa okolnim opštinama, povećana saradnja u upravljanju resursima prekograničnog regiona, povećana briga o zaštiti životne sredine, promovisanje regionalno označene hrane i pića.

### **Ekonomski uticaj turizma I održivost na lokalnom, regionalnom I nacionalnom nivou.**

- Razvijati /poboljšati infrastrukturu za posetioce koji praktikuju rekreaciju na otvorenom I turizam zasnovan na prirodi.
- Obezbediti više programa (mogućnosti) za posetioce , da dožive domaće proizvode, kulturu I nasleđe
- Razviti / proširiti sisteme puteva za rekreaciju na otvorenom

### **Komunikacija i koordinacija**

- Saradnja svih zainteresovanih strana sektora (administrativni akteri, biznisi, nevladini akteri) može utvrditi budućnost utvrđenog područja kao atraktivnu destinaciju za održivi turizam na međunarodnom turističkom tržištu. Oni moraju da planiraju, razvijaju i upravljaju aktivnostima u regionu na održiv način i razvijaju odlična putovanja za turiste.
- Održivi turizam se u ovoj oblasti vidi kao nešto što donosi koristi lokalnim zajednicama i ekonomijama. Sve veća popularnost planinskih područja može postati pretnja prirodnim resursima. Konkurentnost sektora zapravo je zasnovana na održivosti resursa. Izazov predstavlja koordinacija između razvoja infrastrukture i turističkih aktivnosti sa jedne strane i ekosistema i lokalnih zajednica sa druge strane. Potrebna je zapravo komunikacija između svih uključenih aktera u smislu odgovornog korišćenja prirodnih resursa, uzimaju i u obzir uticaj aktivnosti na životnu sredinu, zaštitu nasleđa, kvalitet i održivost kreiranih poslova.

### **Zajedničko brendiranje i razvoj proizvoda**

- U razvoju je nekoliko turističkih proizvoda, uključuju i aktivnosti slobodnog vremena, kao što su planinarenje, ribolov, posmatranje ptica, lov, itd. i zainteresovane strane moraju zajednički raditi na zajedničkim prednostima.
- Zajednički brend i proizvodi sa istim turističkim identitetom mogu stvoriti bolje razumevanje osnovnih vrednosti regiona I karpatskog područja u prekograničnoj oblasti. Pravilno brendiranje se može uspešno održati samo uz koordinaciju i komunikaciju između zainteresovanih strana.
- Zajednička politika standarda u pogledu smeštaja, staza, planinarenja, lova I ribolova itd. zahteva blisku saradnju i može biti dobar sistem za primenu indikatora i kriterijuma koji se mogu proceniti i nadgledati u određenim vremenskim periodima

kako bi se povećao kvalitet turizma. Ova procena mora se vršiti samo u okviru sličnih standard kvaliteta.

## 3. Vizija i ciljevi

Turizam je ekonomska aktivnost koja generiše značajnu dobit, a poslovno okruženje se pokazalo veoma proaktivnim kada se pojavljuju novi turistički proizvodi. Ova studija se odnosi na uspostavljanje održivih turističkih proizvoda koji će osigurati dugoročne turističke aktivnosti, uz minimizirane šanse za uništavanje prirodnog i kulturnog nasleđa ovog područja, čime se diverzifikuje postojeća ponuda.

### 3.1. Vizija

Planine predstavljaju glavnu destinaciju u aktuelnom urbanizovanom svetu zbog svojih pejzaža i prirodne i kulturne raznolikosti, pružaju i priliku za beg iz modernog stresnog života. Značaj takve strategije za održivi planinski turizam podrazumeva neke globalne tendencije turističkog tržišta, kao i turističke motive. Sve gore pomenute stvari, zajedno sa propisima ciljnog područja, svi ekonomski, socijalni, kulturni aspekti planinskog turizma i negativni uticaji turističkog haotičnog razvoja određuju stvarnu neophodnost takve strategije.

#### - **Globalne tendencije u turizmu:**

- Nove turističke motivacije
- Povećana potražnja za putovanjima u prirodi
- Velika briga o zaštiti životne sredine i održivim aktivnostima
- Više slobodnog vremena za putovanja
- Promene u društvenim obrascima
- Visoka mobilnost turista
- Svest o prednostima razvoja turizma

#### - **Motivacije za putovanja .**

- Povećanje turističkog iskustva: mešavina između avanturističkih aktivnosti vođenih putovanja, kulturnih resursa i ruralnih tradicija
- Pravilna kapitalizacija prirodnih i stvorenih turističkih resursa
- Poznavanje novih kultura i tradicija
- Pružanje kvalitetnog vremena u prirodnom okruženju izbegavanje urbane zagušenosti

#### - **Održivi planinski turizam :**

- Susret sa divljim životinjama u zaštićenim područjima
- Avanturističke aktivnosti u okruženju (uključujući i zimske sportove)
- Kulturne i istorijske znamenitosti u ciljnoj oblasti

- Seoska tradicija, običaji i način života sa odgovarajućim etnografskim proizvodima

## 3.2. Ciljevi

### Opšti cilj

Primeniti strateške akcije za razvoj održivih planinskih proizvoda u opštini Kučevo i njenoj blizini kako bi postala konkurentna na nacionalnom i međunarodnom turističkom tržištu.

### Detaljni ciljevi

- Uspješna implementacija najmanje dva održiva proizvoda za planinski turizam prepoznatih na regionalnom i nacionalnom nivou u narednih 5 godina
- Razvoj infrastrukture planinskog turizma i opšte infrastrukture u ciljnoj oblasti
- Povećanje prihoda od turizma lokalnih zajednica u ciljnoj oblasti za najmanje 5% u narednih 5 godina
- Povećajte noćenje na 10% i dužine boravka do 3-5 dana

### Specifični ciljevi

#### 3.2.1. Ekonomska održivost i konkurentnost

- Stvaranje okvira saradnje u cilju povećanja javno-privatnog partnerstva na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou (stvaranje mreže stručnjaka iz oblasti turizma) - Povećanje konkurentnosti kroz programe razvoja (planinskog) turizma.
- Kontinuirane i održive studije tržišta i istraživanja kako bi se dobila zajednička baza podataka sa potrebnim informacijama koje mogu koristiti organizacije uključene u sektor turizma kako bi brže i bolje donosile odluke
- Povećati nivo pristupa informacijama

#### 3.2.2. Turistička infrastruktura i usluge

- Stvaranje i rehabilitacija turističkih atrakcija, tj. očuvanje tradicionalne arhitekture i ograničavanje antropogenih intervencija u planinskom okruženju
- Rehabilitacija i razvoj specifične planinske infrastrukture u cilju proširenja usluga koje nude lokalna preduzeća

#### 3.2.3. Odgovornost za životnu sredinu i zaštita

- Bolja i održiva kapitalizacija prirodnih i kulturnih turističkih resursa u skladu sa propisima o zaštiti životne sredine kroz pravilno očuvanje prirodnog i kulturnog nasleđa
- Primena aktivnosti održivog razvoja na nivou planinskih destinacija
- Stroga kontrola turističkih aktivnosti i tokova u smislu zaštite životne sredine

- Održivo upravljanje otpadom

### **3.2.4. Inovativni razvoj turističkih proizvoda**

- Razvoj održivog snabdevanja planinskim turističkim proizvodima uz podršku lokalnih zajednica (diverzifikacija proizvoda i zanata)
- Regulisanje planinskog turizma i njegove podrške
- Poboljšanje kvaliteta doživljaja planinskog turizma
- Efikasniji kanali distribucije održivih proizvoda za planinski turizam
- Promocija proizvoda na nacionalnom i međunarodnom nivou

### **3.2.5. Angažman lokalne zajednice i zainteresovanih strana**

- Povećanje nivoa svesti o prirodnim i kulturnim resursima među lokalnim zajednicama i turistima
- Aktivno učešće i udruživanje aktera u povećanju atraktivnosti istraživanog područja područja i usmeravanju turističkog ponašanja prema odgovornosti, učešću, angažovanju u održivim turističkim aktivnostima
- Unapređenje nivoa stručnog usavršavanja osoblja u sektoru turizma i razvojne obuke svih aktera uključenih u sector turizma
- Socijalna solidarnost pružanjem moralne i materijalne podrške za pojedince i grupe koje imaju iste interese, motivacije i ciljeve

**Istraživanje uspešnih strategija razvoja planinskog turizma pokazuje da je neophodno prvo shvatiti lokalni kontekst kako bi se primenio integrisani pristup i ojačale organizacije u zajednici. Ovo podrazumeva uspostavljanje i održavanje odnosa s vlastima, izgradnju lokalne posvećenosti i podsticanje lokalne kontrole nad odlukama o razvoju. Osim toga, fokus mora biti na malim proizvodnim sistemima i lakom pristupu resursima, uz adekvatan monitoring i evaluaciju održivog razvoja planinskog turizma (Byers, 1995.).**

## **4. Razvijanje održivih proizvoda planinskog turizma**

### **4.1. Razvoj 4 glavna stuba**

Turistički proizvodi su veoma potrebni kako bi dopunili osnovnu turističku ponudu smeštaja i restorana. Kreiranje proizvoda zasniva se na nekim ključnim elementima, a to su motivacija za putovanja, resursi i atrakcije destinacije, razvoj specifičnih aktivnosti i iskustava (turistička ponuda odredišta), komunikacija i promocija proizvoda.

Ova studija predlaže plan koji će voditi održivo planiranje i upravljanje područja kao konkurentnog planinskog turističkog odredišta, zasnovanog na trenutnom operativnom okruženju, postojećim lokalnim resursima i tržišnim trendovima.

Tako su identifikovane 4 glavne vrste iskustva posetioca koji kapitalizuju postojeće snage:

- Podzemno blago
- biodiverzitet
- avantuizam
- kultura življenja (mistika istočne Srbije)
- ruralno

## **BIODIVERZITET**

**Proširiti ekonomske prihode planinskih zajednica pružanjem konkurentnih usluga i iskustava turistima, pritom čuvajući i štiteći prirodno okruženje**

- **Naglasiti potrebu za zaštitom prirodnih resursa i očuvanju prirodnih staništa u kojima bi mogle uživati mnoge generacije uživaoca u ruralnim područjima**
- **Razviti nova iskustva bazirana na “netaknutoj prirodi”**
- **Povećati i diverzifikovati izvore prihoda za lokalne zajednice**
- **Poboljšati društvenu integraciju marginalizovanih zajednica**

**Netaknuta priroda se može koristiti kao atribut za privlačenje potencijalnih turista u to područje, promovisanjem drugih aktivnosti (uglavnom aktivne rekreacije) ili usluga (smštaj za one objekte koji se nalaze u neposrednoj blizini staništa bogatih divljim životinjama).**

**Besplatna edukativna predavanja o divljim životinjama, gljivama, pticama I drugim prirodnim potencijalima regiona.**

**Gledanje divljih životinja I ptica u toku biciklističkih tura - biciklizam može doprineti atraktivnosti proizvoda divljine.**

**Trebalo bi razviti sistem staza koji obuhvata nekoliko različitih ekosistema, kao što su jezera, livade i šume, praćen adekvatnim tekstom na info-tablama, kako bi se pokrila obrazovna komponenta proizvoda divljine. Ovaj sistem staza takođe može koristiti i lokalno stanovništvo, koje bi se ponosilo na svoj prirodni ambijent i time postalo više zainteresovano za očuvanje eko-sistema.**



## Avanturistički turizam

Avanturistički turizam je među najbrže rastućim segmentom turističkog tržišta, sa potencijalom da privuče turiste van sezone, i sve je više turista koji traže otkrivanje novih destinacija. Avanturistički turizam je tržište koje predlaže iskustva i uzbuđenja. Brzo je porastao, jer se rekreacija na otvorenom sve više komercijalizovala kao kratkoročno iskustvo sa odmora koje se jednostavno može kupiti nasuprot postepeno stečenim veštinama u svakodnevnom životu (Bucklei, 2007).

Avanturistički turizam uključuje dve vrste aktivnosti, odnosno lake i teške avanture.

Lake avanturističke aktivnosti ne podrazumevaju nikakve bezbednosne pretnje i nikakve posebne veštine.

Teške avanturističke aktivnosti su namenjene turistima koji imaju dobru fizičku spremnost, posebno znanje i veštine, a koji takođe traže uzbuđenje.

Prema studijama *Adventure Travel Association*, laki avanturistički turizam čini oko 23 evropskog turističkog tržišta. Avanturisti traže nove destinacije, aktivnosti i turističke proizvode, obično putuju u inostranstvo i u grupama, traže opuštanje, istražuju nova mesta i upoznaju nove i različite kulture (UNWTO, 20).

**Biciklistička infrastruktura je veoma potrebna, kako bi se privukli turisti, kao i diverzifikovale prevozne mogućnosti za stanovnike.**

**Avanturistički turizam privlači pažnju naglaskom na ruralna područja, lokalnoj kulturi i zato što se često može razvijati unutar postojeće infrastructure.**

**Najvedi segment predstavljaju putnici koji vole lagane avanturističke aktivnosti zajedno sa uživanjem u slobodnom vremenu. Ovaj segment obuhvata:**

- mladi putnici (koji obično vole da rizikuju do nekih granica, pretražuju internet za novim destinacijama i preferiraju nekoliko dana da se opuste na kraju svog odmora) i - zreli putnici, koji su uglavnom doživeli avanturistički turizam od svoje mladosti, imaju više novca i slobodnog vremena, vole fizički i mentalni izazov, manje su iskusni sa internetom, i češće koriste turističke agencije (CBI, 2015).
- **Ljubitelji avanturističkog turizma čine manji segment, uključujući ljude čija je jedinstvena svrha odmora avantura, jer vole da budu fizički i psihički izazvani tokom svojih aktivnosti.**

## Kultura življenja

Resursi nasleđa mogu se grupisati u dve glavne kategorije materijalno i nematerijalno nasleđe, od kojih svako sadrži različite podkategorije.

Jedinstvene osobine zajednica, lokacija nasleđa ili kulturnih događaja treba predstaviti kao tematske priče i pružajući autentična iskustva koja turisti traže. Postoji potreba za integracijom nasleđa i kulture u razvoj proizvoda, kao i podizanje svesti o visokoj obrazovnoj i konzervatorskoj vrednosti kulture i nasleđa.

Koristiti kulturno nasleđe i bogate multikulturalne resurse kako bi konsolidovali identitet područja i proširili asortiman kulturnog turizma

**Kada se razvija proizvode kulturnog turizma, region bi trebao da:**

**Naglasiti raznovrsnost kulturnih dobara, ističući vodeće atrakcije**

**Podstiče razvoj turističkih proizvoda zasnovanih na zajednici**

**Uvek se fokusira na originalne, autentične elemente**

## **Ruralni životni stil**

**Ruralni turizam je opisan kao kultura, filozofija, dužnost i način života. To je "iskustvo zemlje uključujući širok spektar aktivnosti i atrakcija koje se nalaze u ruralnim područjima. Tako je seoski turizam:**

- Stvoren po karakteristikama ruralnog sveta tradicionalnim društvima i praksama, otvorenim prostorom, kontaktom sa prirodom, malim proizvođačima

- Ruralan po obimu - kako u pogledu zgrada, tako i naselja - i obično malih razmera.
- Tradicionalnog karaktera, povezan sa lokalnim porodicama, često se kontroliše lokalno (Lane, 1994).

Unaprediti ekonomske mogućnosti u ruralnom području kroz razvoj ruralnog turizma, kroz saradnju i zajedničke akcije među zainteresovanim stranama i lokalnim zajednicama

Stvoriti mogućnosti za zapošljavanje ruralnih zajednica (zaposleni u seoskim domaćinstvima, lokalni vodiči, zanatlije, doma i proizvođači hrane)

*Planovi moraju biti razvijeni da bi se bolje kapitalizovali resursi područja i poveća broj posetilaca i dužina njihovog boravka.*

Planiranje i razvoj ovih tura trebalo bi da se zasnivaju na razgovorima sa lokalnim dobavljačima i turističkim udruženjima, uzimaju i u obzir ključne elemente bilo koje uspešne ture:

- raznovrsnost lokalnih turističkih resursa,
- karakteristične osobine područja,

Seosko domaćinstvo treba da bude u srži ruralnog turizma, jer turisti koji borave na farmi ili u pansionu moraju kupiti neke obroke, gde neka, ako ne i sva hrana dolazi iz lokalnih gazdinstava. Lokalni prehrambeni sektor obuhvata različite aktivnosti, od poljoprivrede do prerade, prehrambenih usluga i maloprodajnih aktivnosti. Kako je poljoprivreda glavna aktivnost stanovništva u ruralnim područjima, poljoprivreda i lokalni proizvodi predstavljaju dobru priliku za meštane da prošire svoje prihode, prodajom svojih

proizvoda u restoranima, specijalizovanim radnjama ili tokom različitih festival gde se služi i prodaje hrana ili na pijaci.

**Da bi privukle i zadržale posetioce, ruralne destinacije moraju da:**

- ✓ **Ponude ne samo smeštaj, već i mešavinu aktivnosti, događaja i usluga koje će obezbediti nezaboravna iskustva za posetioce.**
- ✓ **Razviju neke porodične rekreativne i edukativne aktivnosti.**
- ✓ **Formiraju klastere za poboljšanje održivosti ponude, povezujući komplementarne usluge i na taj način doneti koristi za više od jedne farme ili jednog sela.**

Aktivnosti ruralnog turizma u okviru ruralnog područja uglavnom se fokusiraju na smeštaj u seoskim područjima, a u mnogo manjoj meri na iskustva i aktivnosti poput:

- *pešačenje i planinarenje* - ovo je veoma važno jer je bilo koji oblik pešačenja na kružnim stazama omogući avaj posetiocima da uživaju u tom području u sopstvenom tempu i maksimiziraju interakciju sa lokalnim zajednicama

- mesta za razgledanje i posetu
- lokalni festivali, muzika i ples
- avanturističke i sportske aktivnosti,
- regionalni specijaliteti hrane.

Takođe treba uključiti:

- vodiče u prirodi;
- agro-turističke aktivnosti, odnosno poljoprivredne i aktivnosti branja plodova
- edukativne aktivnosti: zanati, časovi narodnih plesova, lokalne kuhinje.

*Planovi moraju biti razvijeni da bi se bolje kapitalizovali resursi područja i povećao broj posetilaca i dužina njihovog boravka.*

Planiranje i razvoj ovih tura trebalo bi da se zasnivaju na razgovorima sa lokalnim dobavljačima i turističkim udruženjima, uzimaju i u obzir ključne elemente bilo koje uspešne ture:

- raznovrsnost lokalnih turističkih resursa,
- karakteristične osobine područja,
- postojeća infrastruktura (smeštaj, restorani, odgovarajuće vođene, rekreativne i edukativne aktivnosti za koje posetioci mogu biti zainteresovani),
- blizina važnih lokacija (zaštićeno područje, veliki grad) Planovi i aktivnosti su veoma važni jer turisti češće provode više dana u ruralnim područjima i dele svoja iskustva sa drugim potencijalnim posetiocima ako imaju detaljne informacije o aktivnostima koje region nudi.

**Smeštaj - Dostupnost i kapaciteti**

**Da bi privukle i zadržale posetioce, ruralne destinacije moraju da:**

- ✓ **Ponude ne samo smeštaj, već i mešavinu aktivnosti, događaja i usluga koje će obezbediti nezaboravna iskustva za posetioce.**
- ✓ **Razviju neke porodične rekreativne i edukativne aktivnosti.**
- ✓ **Formiraju klastere za poboljšanje održivosti ponude, povezujući**

## **komplementarne usluge i na taj način doneti koristi za više od jedne farme ili jednog sela.**

- Starije generacije, stare 50 i više godina, čine najve u grupu ljudi koji uživaju u seoskom turizmu; obično su iskusni putnici koji uživaju u tihom okruženju i traže nova iskustva, spremni su da plate više za autentična iskustva.
- Mladi putnici od 18 do 44 godina su drugi po veličini segment, sa puno bogatog iskustva u putovanjima i sve više su zainteresovani za istraživanje novih destinacija. Oni se dele u dve kategorije: 1. visoki prihodi, kratka putovanja, starosti od 21 do 44 godina, koji često putuju u parovima i traže nova iskustva 2. manji prihodi, duža putovanja, mlađi, uglavnom 18-30 godina, koji obično putuju duži vremenski period i žele da se angažuju sa lokalnim zajednicama i doživljavaju lokalne aktivnosti.
- Porodice predstavljaju sve ve i segment entuzijasta ruralnog turizma koji žele da kombinuju zabavu sa kulturnim bogatstvom tokom svog odmora u seoskom području.
- Među ljudima sa posebnim seoskim interesovanjem spadaju i oni koji se interesuju za seosku rekreaciju, uglavnom biciklizam i pešačenje.

## **Marketing plan**

U opštini Kučevo ima puno turističkih ponuda, ali ne uspevaju sve doći do turista i marketinških lanaca koje imaju organizatori tura i agencije jer ili im nedostaju najosnovniji promotivni materijali ili koriste neadekvatne komunikacijske kanale.

### **Opšti cilj:**

Podići vidljivost ruralnog planinskog područja kao jedinstvenog turističkog odredišta

### **Akcije**

- Stvoriti turistički brend planinske oblasti koji će imati sveobuhvatnu, integrisanu, globalnu izloženost
- Sprovesti obimna marketinška istraživanja kako bi bolje razumeli potrebe i očekivanja turista u toj oblasti i kako bi razvili i plasirali proizvode u cilju zadovoljenja te potrebe
- Izraditi promotivne materijale i distribuirati ih putem različitih kanala, uključuju i turoperatore i internet
- Pošto se sve više turista oslanja na tehnologiju, informacije moraju biti dostupne on-line i putem mobilnog uređaja. Stoga se preporučuje - Poboljšati prisustvo planinske oblasti na internetu - (Re) Izraditi regionalnu web stranicu posvećenu promociji turizma u ovoj oblasti
- Identifikovati i podsticati mogućnosti za zajednički marketing sa drugim poslovima u prekograničnoj oblasti
- Organizovati turističke ture za domaće i međunarodne turoperatore.

**Ovaj cilj de se postidi samo kroz zajednički pristup između zainteresovanih strana i partnera u turizmu kako bi se zadovoljili prioriteta razvoja iskustvenog putovanja.**

# Strateške smernice

## Srednji i dugoročni zahtevi i akcije

Nakon *SWOT* analize planinskog turizma u opštini Kučevo, izrađene u Studiji *State of Art*, glavne naglašene pretnje su očigledan trend depopulacije, loše upravljanje prirodnim i kulturnim resursima i visoka ekonomska nestabilnost.

Akcije predložene u ovom poglavlju imaju za cilj da iskoriste mogućnosti koje nudi ova oblast, odnosno bogato prirodno i kulturno nasleđe, diverzitet predela, postojeću infrastrukturu planinskog turizma, zanatske i ekološke turističke aktivnosti koje se mogu transformisati u turističku ponudu domaćeg turizma.

### - **Ekonomska održivost I konkurentnost**

#### **Diverzifikacija turističke ponude :**

- Stvaranje i promocija turističkih proizvoda sa nacionalnom specifičnošću, tradicionalnim zanatima, naglašavaju i jedinstvene i autentične karakteristike regiona
- Program razvoja turizma / Diverzifikacija turističke ponude

### **Razvijanje lokalnih biznisa u sektoru turizma**

- Partnerstvo za stvaranje konkurentnih turističkih paketa i aktivnosti za promociju turizma
- Razvoj javno-privatnog partnerstva (JPP) i službeni registar eksperata u oblasti turizma
- Podrška stvaranju malih i srednjih preduzeća u planinskom turizmu, agroturizmu i ruralnom turizmu
- Podrška detaljnom istraživanju turizma kroz klustere, centre za transfer tehnologije, promociju dobrih praksi u istraživanju radi boljeg razumevanja potreba i očekivanja turista

### - **Turistička infrastruktura I usluge**

#### **Stvaranje i revitalizacija turističkih atrakcija**

- Revitalizacija istorijskih lokacija, uključuju i pristup, restauraciju, osvetljenje, signalizaciju i stvaranje prijemnih mesta za turiste.
- Stvaranje i razvoj infrastrukture potrebne za razvoj turizma u planinskim područjima i u zaštićenim područjima.
- Izgradnja turističkih informacionih centara
- Modernizacija / stvaranje rekreativnih objekata u turističkim područjima ciljnog područja

### **Rehabilitacija i razvoj turističke infrastructure**

- Modernizacija smeštajnih jedinica proširenjem specifičnih i opštih objekata
- Modernizacija javnih komunalnih mreža (vodosnabdijevanje, kanalizacija, kućni otpad itd.)

### **Planiranje, razvoj i modernizacija mreže puteva / staza u turističkim područjima**

- Izgradnja i sanacija putne infrastrukture za pristup turističkim područjima u ciljnog području
- Stvaranje sistema pešačkih staza koji obuhvata nekoliko ekosistema i bolje koristi postojeće Evropske pešačke puteve.

## **- Odgovornost I očuvanje životne sredine**

### **Zaštita i restauracija resursa istorijskog i kulturnog nasleđa i njihova održiva kapitalizacija**

- Organizovanje kulturnih događaja
- Podrška međunarodnoj razmeni kulturnih proizvoda
- Organizovanje izložbi, kulturnih i omladinskih događaja
- Modernizacija i proširenje sportskih i rekreativnih objekata

### **Primena aktivnosti održivog razvoja na nivou planinskih destinacija**

- Organizovanje kampanje informisanja / podizanja svesti o životnoj sredini i važnosti njene zaštite
- Organizovanje konkretnih akcija za zaštitu životne sredine i ponovnog pošumljavanja nekih oblasti.
- Organizovanje kampanja informisanja i podizanja svesti o rešavanju nekih specifičnih problema životne sredine
- Stvaranje i širenje obrazovnih i informativnih materijala o zaštiti životne sredine, pravima, obavezama i odgovornostima pojedinaca, lokalne zajednice i zainteresovanih strana
- Informisanje stanovništva o uticaju zagađenja životne sredine na zdravlje ljudi

### **Održivo upravljanje otpadom**

- Implementacija selektivnih sistema za sakupljanje otpada
- Realizacija transfer stanica i stanice za sakupljanje otpada
- Stvaranje biorazgradivih postrojenja za kompostiranje otpada
- Zatvaranje postojećih deponija u određenim rokovima

### **Inovativni razvoj turističkih proizvoda**

#### **Planinski turistički proizvod**

- Razvoj i implementacija savremenog planiranja planinskih odmarališta.
- Podrška investitorima zainteresovanim za razvoj planinskog turizma
- Održivo i efikasno korišćenje resursa koje pruža prirodna sredina za razvoj turističke infrastrukture (izgradnja / adaptacija smeštajnih kapaciteta, rekreativne infrastrukture) i opšte infrastrukture (vodosnabdevanje, kanalizacija, sakupljanje kućnog otpada)
- Stvoriti pristupačnije puteve / šumske staze kako bi istakli privlačne oblasti

#### **Proizvod ekoturizma**

- Podsticanje ovog oblika turizma u skladu sa zakonskim odredbama i planovima upravljanja
- Stvaranje potrebnih objekata za sportski turizam sa ekološkim aktivnostima (penjališta, biciklističke staze itd.)
- Izgradnja mesta za zaustavljanje, kampova, vidikovca i poboljšanje uslova razgledanja pećine, vodopadi, kanjoni, geomorfološki fenomeni,

#### **Proizvod seoskog turizma**

- Stvaranje odgovarajuće ekološke infrastrukture (vodosnabdevanje, kanalizacija, sakupljanje kućnog otpada) za ruralna područja sa turističkim potencijalom
- Podrška porodičnim firmama i ruralnim mikro-preduzećima za pružanje različitih turističkih proizvoda i usluga koje promovišu specifičnost ovog područja (folklor i tradicija, tradicionalni kursevi zanata, tradicionalne kuće,), kao i za proizvodnju i plasiranje vlastitih proizvoda
- Organizovanje informativnih kampanja o agroturizmu i ruralnom turizmu

## **Kulturni turistički proizvod**

- Organizovanje obilazaka turističkih kulturnih lokaliteta
- Razvoj tematskih izleta na ciljnom području (planinski, religiozni, avantura, itd.)

## **Implementacija dinamičnog i efikasnog sistema za razvoj i promociju turističkih proizvoda / destinacija**

- Uspostavljanje glavnih turističkih proizvoda koji se na konkurentan način isporučuju tržištu (ciljevi i marketinški plan za svaki proizvod)
- Izrada i implementacija integrisane marketinške i komunikacione strategije, koherentnog i jedinstvenog pristupa promocije turističkog potencijala, atraktivnosti i identiteta na nacionalnom i međunarodnom nivou
- Kreiranje promotivnih alata brošure, web stranice, mape, turistički vodiči itd.
- Podsticati mogućnosti za zajednički marketing
- Učestvovati na sajmovima i organizovati godišnje sastanke radi podsticanja turističkih agencije da ponude turističke proizvode ciljnog područja

## **Angažovanje lokalne zajednice I zainteresovanih strana**

### **Obuka osoblja iz sektora turizma:**

- Podrška inicijativama za obuku u turizmu u smislu specijalizovanog vođenja i tumačenja baštine
- Stručno osposobljavanje ljudskih resursa u turizmu
- Stvaranje jedinstvenog operativnog okvira za osoblje u turističkoj industriji
- Obuka zainteresovanih strana i članova lokalnih zajednica o održivom planinskom turizmu koja nudi primere dobre prakse i relevantnu razmenu iskustva

### **Socijalna solidarnost pružanjem moralne i materijalne podrške za pojedince i grupe koje imaju iste interese, motivaciju i ciljeve**

- Izrada programa stručnog usavršavanja u skladu sa potrebama poslodavaca
- Predviđanje trendova i mogućnosti na tržištu rada
- Podsticanje geografske i profesionalne mobilnosti
- Saradnja u savetovanju za samozapošljavanje i pokretanje biznisa
- Stvaranje mreže turističkih promotera na lokalnom nivou
- Uključivanje aktivnosti zajednice u programe razvoja zajednice

### **Aktivno učešće i udruživanje zainteresovanih strana prema odgovornosti, učešću i angažovanju u održivim turističkim aktivnostima**

- Podržati mlade ljude da ostanu u ruralnim područjima
- Kampanje za informisanje i promociju poslovnih mogućnosti u ruralnom i planinskom području
- Identifikacija konkretnih objekata koji se mogu dodeliti pojedincima koji započinju posao samostalno
- Pokrenuti aktivnosti socijalne podrške za planinska područja pogođena privrednim padom
- Partnerstvo za razvoj programa u cilju stvaranja novih radnih mesta
- Uključiti mladu generaciju u aktivnosti da bolje upozna etnografiju, lokalne / regionalne folklore i lokalne / regionalne tradicije
- Stvaranje ruralnih institucija koje mogu održavati i obnoviti svoje vrednosti, strukturisanih za određene lokalne ekonomske aktivnosti

## **Strateške akcije u vremenskim okviru**

***-Ekonomska održivost i konkurentnost***

**\*Program razvoja turizma / Diverzifikacija turističke ponude**

**\*Razvijanje lokalnih biznisa u sektoru turizma**

***-Turistička infrastruktura i usluge***

**\*Stvaranje i rehabilitacija turističkih atrakcija**

**\*Rehabilitacija i razvoj turističke infrastructure**

**\*Planiranje, razvoj i modernizacija mreže puteva / staza u turističkim područjima**

***- Odgovornost za životnu sredinu I konzervacija***

**\*Očuvanje i restauracija resursa istorijskog i kulturnog nasleđa i njihove održive kapitalizacije**

**\*Primena akcija održivog razvoja na nivou planinskih destinacija**

**\*Održivo upravljanje otpadom**

***- Inovativni razvoj turističkih proizvoda***

**\*Turizam fokusiran na određeni turistički proizvod/uslugu (niche tourism) protiv razvoja masovnih turističkih proizvoda**

**\*Implementacija dinamičnog i efikasnog sistema za razvoj i promociju turističkih proizvoda / destinacija**

**- Implementacija dinamičnog i efikasnog sistema za razvoj i promociju turističkih proizvoda / destinacija**

**\*Obuka osoblja iz sektora turizma**

**\*Socijalna solidarnost pružanjem moralne i materijalne podrške za pojedince i grupe koje imaju iste interese, motivaciju i ciljeve**

**\*Aktivno učešće i udruživanje aktera u sektoru prema odgovornosti, učešću i angažovanju u održivim turističkim aktivnostima**

## **Glavne ciljne dimenzije održivog planinskog turizma u Karpatskoj prekograničnoj oblasti**

### **Ekonomska dimenzija**

➤ Nivoje prihoda i zaposlenosti treba održavati i povećavati uzimajući u obzir društveno i geografski prihvatljivu raspodelu

➤ Produktivni kapital, zasnovan na socijalnom i ljudskom kapitalu, treba najmanje zadržati kako bi se pokazalo kvalitativno poboljšanje



- Treba poboljšati ekonomsku konkurentnost i kapacitet za inovacije
- Tržišni mehanizmi (cene) trebali bi biti primarne ekonomske determinante, uz uvažavanje eksternih troškova

### **Ekološka dimenzija**

- Oblasti od prirodnog značaja i biodiverzitet treba sačuvati
- Potrošnju turističkih resursa treba zadržati ispod nivoa urušavanja ili prirodnog dopunjavanja
- Svaki uticaj toksičnih supstanci, otpada, emisija na prirodnu sredinu (voda, tlo, vazduh, klima) i zdravlje ljudi treba smanjiti na siguran nivo
- Mora se dobro upravljati uticajem turističkih aktivnosti na životnu sredinu
- Rizik po životnu sredinu treba prihvatiti samo u meri u kojoj ne bi došlo do trajne štete

### **Socijalna dimenzija**

- Promovisati kulturu, zajedno sa očuvanjem i razvojem društvenih vrednosti i resursa koji čine društveni kapital
- Treba obezbediti obrazovanje, osiguravaju i individualni razvoj i identitet
- Jednaka prava i pravnu sigurnost treba garantovati za sve, s posebnom pažnjom na područja sa ekonomskim padom

### **Prioriteti politike za održivi razvoj planinskog turizma**

- Decentralizovati donošenje odluka i kontrolu resursa u političkom, ekonomskom i socijalnom sektoru
- Postaviti planine i njene stanovnike na razvojnu agendu, prepoznajući jedinstvene karakteristike planinskih regija i naroda u formulisanju politika
- Promovisati regionalnu saradnju kako bi se podstaklo očuvanje životne sredine, i povećao slobodan protok informacija u vezi sa planinskim regionima
- Povećati ekološki, socijalni i ekonomski doprinos investicionim odlukama
- Jačanje partnerstva sa nevladinim organizacijama
- Podržati lokalne zajednice i povećati njihovu kontrolu nad lokalnim resursima
- Uravnotežiti ekonomske interese sa ciljevima životne sredine i osnovnim potrebama planinske populacije
- Pažljivo proceniti uticaj velikih infrastrukturnih projekata na planinska okruženja

## **Implementacija, monitoring i evaluacija**

**Kriteriumi uspeha** za evaluaciju projekta izražavaju se u ciljevima studije i njenim isporukama, uglavnom kroz aktivno angažovanje i podizanje svesti zainteresovanih strana u postupanju, kroz pristup s velikim poverenjem u informacije u studiji i sve predložene strateške smernice i naravno kroz ispunjavanje svih rokova. Sprovođenje se mora izvršiti u skladu sa vremenski utvrđenim okvirom

. **Monitoring** konstantno vrši proveru da li se realizacija vizije, ciljeva i vremenskog programa studije pravilno sprovodi i da li ima predviđene efekte. Praćenje i njegovi rezultati treba da pomognu u formiranju odluka o tome kako planom treba upravljati u budućnosti. Očekuje se da će odgovaraju i i jasni monitoring i evaluaciju preduzeti svi akteri uključeni u proces, poslovni sektor koji se bavi turizmom, predstavnici javnih vlasti, institucije i

organizacije koje deluju u oblasti životne sredine i turizma, stručnjaci koji se bave održivim turizmom i srodnim sektorima i stanovnici planinske oblasti.

## **Preporuke za implementaciju održivog razvoja planinskog turizma u Opštini Kučevo**

### **- na međunarodnom nivou:**

1. Implementacija održivog turizma mora biti zasnovana na dugoročnim strateškim akcijama.
2. Noseći kapacitet mora biti izgrađen za sve zainteresovane strane, pogotovo za vlasti na svim nivoima
3. Turistički projekti od velikog uticaja trebali bi dobiti potpunu podršku na relevantnim lokalnim, nacionalnim i / ili prekograničnim nivoima.
4. Trebalo bi da postoji razmena informacija na svim horizontalnim i vertikalnim nivoima.
5. Od suštinskog je značaja uspostaviti sisteme monitoringa kako bi se postigao održivi turizam.
6. Zajednički planovi i programi i drugi multilateralni ekološki ili turistički sporazumi moraju biti podstaknuti zajedničkim odgovornostima.
7. Potrebno je ojačati inicijative koje promovišu održivo korišćenje biodiverziteta integraciju u relevantne međusektorske strategije, programe i politike
8. Treba ojačati očuvanje i održivo korišćenje turističkih resursa, promociju i podršku inicijativama regionalne i međunarodne mreže.
9. Aktivnosti i razvoj turizma treba da poštuju ekološke karakteristike i kapacitete lokalnog okruženja u kojima se odvijaju i treba ih ograničiti ili zabraniti u ekološki osetljivim područjima.

### **- na lokalnom nivou**

1. Potrebna je snažna podrška da se lokalni proizvodi i usluge uključe u ponude koje se pružaju turistima.
2. Uključiti stanovnike u planinskim područjima, lokalne zajednice i zainteresovane strane u aktivnosti održivog turizma.
3. Svest o lokalnim kulturama / tradicijama / običajima / sajmovima.

## **Ishodi održivog razvoja planinskog turizma**

Omogućiti lokalnim zajednicama da budu deo procesa donošenja odluka za razvoj turizma, kao i zainteresovane strane o (turističkim) razvojnim projektima i omogu avaju i njihovo aktivno učešće

Potrebna da javne institucije i vlada pruže finansijsku podršku razvoju zajednice u smislu komunikacionih puteva, kanalizacije, vodovodnih cevi, turističke infrastrukture, obuka itd.

Reinvestirati prihode od turizma u iste lokalne zajednice što omogućava poboljšanje infrastrukture, stvaranje obrazovnih sistema, svesnost i angažovanje

Poboljšati planinske uslove kroz ulaganja u projekte infrastrukture i opreme

Održati ravnotežu između tri stuba održivog razvoja za pravilno planiranje

Saradnja u regionalnom području u smislu održivog planinskog (turističkog) razvoja

## Reference

*Biers, E (1995) Planska agenda: ekološki održive i pravične mogućnosti za razvoj Planinski institut, Franklin, Zapadna Virdžinija, SA Brevet Lama V & Sattar N. (2004) Planinski turizam i očuvanje biološke i kulturne raznolikosti u ceni MF, Janski LF, Iatsenia AA (eds) Ključna pitanja za planinska područja, Univerzitet u Sjedinjenim ržavama, Tokio: 111-148*

*Bucklei, R C (2007) Proizvodi za avanturistički turizam: cena, trajanje, veličina, veština, daljina Upravljanje turizmom, 28, 1428-1433 Centar za promociju uvoza iz zemalja u razvoju CBI (2016), Koje su mogućnosti za avanturistički turizam iz Evrope ?, dostupno na internetu na <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/adventure-tourism/adventure-tourism> -Evropa/ CBI (2017), turizam u prirodi iz Evrope, dostupan na internetu na <https://www.cbi.eu/marketinformation/tourism/wildlife-tourism/europe-africa/> Čarteri, T, Sakson, E (2007), Turizam i planine Praktični vodič za upravljanje ekološkim i socijalnim utjecajima planinarskih tura, Program Ujedinjenih nacija za životnu sredinu Cole, D. N., & Stankei, G. H. (1997). Istorijski razvoj granica prihvatljivih promena: konceptualna pojašnjenja i moguda proširenja. SA , O ELJENJE POLJOPRIVRE E, ŠUMSKE USLUGE, GENERALNI TEHNIČKI IZVEŠTAJ INT, 5-9. atzira-Masip, J (2006), Turizam u kulturnom nasleđu - Mogudnosti za razvoj proizvoda: slučaj Barselone, Pregled turizma, Vol 61, Broj 1 AIEST*

Eber, S. (1992). *Iza zelenog horizonta: diskusija o principima održivog turizma* London, Ujedinjeno Kraljevstvo: VVF i Tourism Concern. EC (2005), *Protokol o implementaciji Alpske konvencije iz 1991. godine u oblasti turizma*, <http://www.alpconv.org/NR/rdonlres/B44EC4DC-2200-4EC5-BE38-5641BD085B4D/0/TourismProtocolEN.pdf> EUROMANTANA (2011), *Pozadinski dokument o održivom planinskom turizmu*, [https://www.euromontana.org/vp-content/uploads/2014/07/2011\\_09\\_EM\\_backgroundpaper\\_Iverness.pdf](https://www.euromontana.org/vp-content/uploads/2014/07/2011_09_EM_backgroundpaper_Iverness.pdf) IPK International, Goodnov, J. (1. februar 2005). *Adventure group traveler*. Preuzeto sa: NTFONLINE: <http://www.ntfonline.com/researchResources/Adventure-Group-Traveler.php> ITB Berlin (2016), *ITB Svetski izveštaj o trendovima putovanja 2016/2017*, Objavio Messe Berlin Lane, B (1994) *Šta je ruralni turizam? Časopis održivog turizma*, 2, 7-21. <http://dk.doi.org/10.1080/09669589409510680> Pratt, J., Shilling, J (2003), *Održivi razvoj u planinama: upravljanje resursima i smanjenje siromaštva inamičan razvoj u održivom svetu* Ritchie, B., Crouch, G (2003) *Konkurentna destinacija: perspektiva održivog turizma* CABI Velika Britanija Sekretarijat Konvencije o biološkom diverzitetu - SCBD (2004) *Smernice o razvoju biodiverziteta i turizma: Međunarodne smernice za aktivnosti vezane za razvoj održivog turizma u ugroženim kopnenim, morskim i obalnim ekosistemima i staništima od velikog značaja za biološku raznovrsnost i zaštiđena područja, uključujući krhke obalne i planinske ekosisteme. (Smjernice CBD-a) Montreal: Sekretarijat Konvencije o biološkoj raznovrsnosti 29 str* Weaver, D.B. (Ed.) (2001), *"Enciklopedija ekoturizma"*, CABI Publishing, U.K. Savet bezbednosti Ujedinjenih nacija (2009), *Izveštaj generalnog sekretara o unapređenju medijacije i njenih aktivnosti podrške*, (S / 2009/189), <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N09/474> UNEP-Konzervacija internacionalnog turizma i planin: *Praktični vodič za upravljanje ekološkim i socijalnim uticajima planinskih putovanja \*\*\* (1996) Bela knjiga o umetnosti, kulturi i nasleđu \*\*\* (Svetska turistička organizacija) "Menadžment zagušenja turizma na prirodnim i kulturnim lokalitetima Vodič " Madrid, Španija 2004* [www.world-tourism.org/frameset/frame\\_sustainable.html](http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html) \*\*\* UNVTO *Turistička obeležja 2017 izdanje \*\*\* UNVTO, turizam ka 2030 \*\*\* UNVTO (2014) Globalni izveštaj o avanturističkom turizmu Madrid: UNVTO* Preuzeto sa UNVTO-a: [http://cf.cdn.unvto.org/sites/all/files/pdf/final\\_1global\\_report\\_on\\_adventure\\_tourism.pdf](http://cf.cdn.unvto.org/sites/all/files/pdf/final_1global_report_on_adventure_tourism.pdf) \*\*\* Škola Vašingtona žordža Vašingtona, *Turistička udruženja za avanturističke putovanja, KSOLA (2010) Izveštaj o tržištu avanturističkog turizma* [https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb\\_dl\\_all/itb\\_presse\\_all/World\\_Travel\\_Report\\_2016\\_2017.pdf](https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/World_Travel_Report_2016_2017.pdf) <http://www2.unvto.org/content/vhi-tourism> <http://www.unep.fr/shared/publications/other/3084/BP8-6.pdf> <https://www.ibisworld.com/industry-trends/global-industry-reports/additional-reports/tourism.html> [http://www.ontit.it/opencms/ekport/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT\\_2009-03-04\\_02101.pdf](http://www.ontit.it/opencms/ekport/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2009-03-04_02101.pdf) <http://www.carpathianconvention.org/>