



**МАПА ПУТА
ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА БАЗИРАНОГ НА АВАНТУРАМА
У ПРЕКОГРАНИЧНОМ РЕГИОНУ БЕЛОГРАДЧИК-ЧУПРЕНЕ-КЊАЖЕВАЦ**

Пројекат "ADVISION - Визија за развој туризма базираног на авантурама/ ADVISION -
Vision for Development of Adventure Tourism ,
финансиран преко Програма INTERREG - IPA CBC BULGARIA-SERBIA 2014-2020"

Садржај

1. Увод.....	3
2. Управљање дестинацијом	6
2.1. ДМО.....	6
2.2. Туристичко планирање	7
2.3. Јавно-приватно партнерство.....	8
3. Очување и валоризација туристичких ресурса	10
3.1. Природни ресурси	10
3.2. Културно-историјски споменици.....	13
3.3. Нематеријална културна баштина	14
4. Побољшање инфраструктуре.....	15
4.1. Приступ и унутаррегионалне везе	15
4.2. Побољшање укупне инфраструктуре	16
4.3. Развој туристичке суперструктуре.....	16
5. Маркетинг и реклама.....	18
6. Људски ресурси.....	20

1. Увод

У контексту чланства Бугарске у ЕУ и у процесу приступања Србије Европској унији, те у духу заједничке прошлости, добросуседства и сарадње, и као израз ставова јавности о развоју туризма, ова Мапа пута одражава вољу општина Белоградчик, Чупрене и Књажевац продубити међусобну интеракцију и заједно изградити прекограничну регију као туристичку дестинацију за авантуристички туризам.

Проучавање развојног потенцијала авантуристичког туризма у прекограничном региону Белоградчик-Чупрене-Књажевац у оквиру овог пројекта констатовало је **постојање заједничких ресурса и локалног интереса на основу којих је могуће развити заједничке производе на подручју авантуристичког туризма**, нарочито у овом широком разумевању његове суштине.

Истовремено, тренутне **туристичке понуде у наведеним општинама се формирају око различитих производа**, односно оријентисане су ка различитим тржиштима и сегментима. У прекограничном региону **нису доступне комплетне понуде производа**, те свака општина покушава да се позиционира самостално (или у комбинацији са другим општинама, али не са партнерима по пројекту) на туристичком тржишту. Поред тога, постоје **ограничена инфраструктурна повезаност и унутаррегионалне везе** (посебно прекограничне), те **одсуство координације и усаглашеност туристичког планирања и управљања**.

Ово садашње стање дефинише регион пре свега као **сусудне територије са сличним ресурсима**, а не као општу дестинацију са заједничким производима и јединственим тржишним присуством.

У том смислу, координирани развој авантуристичког туризма може се посматрати и као инструмент за организовање и трансформацију прекограничног региона у јединствену туристичку дестинацију, што такође дефинише **крајњи циљ ове**

Мапа пута за развој - претварање прекограничног региона у туристичку дестинацију на основу ресурса авантуристичког туризма.

На основу изведене Студија о потенцијалу за развој авантуристичког туризма у прекограничном региону Белоградчик-Чупрене-Књажевац, те на основу наведених констатација и препорука, ова **Мапа пута дефинише принципе и приступе који ће бити предмет туристичког развоја, правца, области, кључних активности и пројеката** у које заинтересовани органи владе, привредна друштва, организације и заједнице треба да уложе напоре, како би се обезбедили неопходни предуслови и услови за развој авантуристичког туризма у региону.

Мапа пута дефинише **5 главних подручја – области утицаја** на које ће заинтересоване стране усредсредити своје напоре:

1. Институционално јачање (Управљање дестинацијом)
2. Очување и валоризација туристичких ресурса
3. Побољшање инфраструктуре
4. Маркетинг и реклама
5. Људски ресурси

Избор наведених области утицаја предодређује студија о потенцијалу, а истовремено покрива све главне компоненте туристичког производа (у области авантуристичком туризму) и оријентисан је на водеће карактеристике функционалне дестинације.

У том формату **Мапа пута је пресега концептуални документ који дефинише оквир у којем накнадно ће се реализовати стратешко планирање и развој туризма.**

Принципи

Туризам је виђен као снажан фактор регионалног развоја, извор прихода и запослености, те покретачка снага за мала и средња предузећа, за међурегионалну повезаност и интеркултуралности, као могућност за одрживо коришћење и очување природних ресурса и културне баштине. Његов хетерогени производ захтева учешће широког спектра учесника, те мисија локалне управе је обезбедити неопходан контекст

за његов развој као привредни сектор, уз обезбеђивање локалног социјалног и еколошког интереса.

На основу ових схватања, Мапа пута је састављена у складу са и с обзиром на накнадно спровођење одређених принципа:

Одрживост. Усвајање принципа одрживог развоја као "... развој који задовољава потребе садашње генерације без угрожавања могућности будућих генерација да задовоље своје потребе" води до разумевања да развој туризма у региону је потребно комбиновати са дугорочном економском ефикасношћу, дугорочном толеранцијом животне средине и социјалном компатибилношћу, те мора да буде повезан са праведном расподелом користи и губитака.

Демократски приступ. Управљање дестинацијом треба да користи јавни приступ. Потребно је осигурати високи ниво учешћа локалног становништва у процесу управљања дестинацијом. Ово, са друге стране, гарантује јавну контролу над развојем туризма.

Локални идентитет. Развој туризма мора бити доследан и повезан са основним вредностима локалне заједнице, користећи његову способност да их очува и одржи.

Туризам – средство, а не циљ. Развој туризма се реализује да помогне избалансирању локалног економског, социјалног и еколошког развоја што акцентује његове трговинске интересе и способности у служби заједничког локалног интереса.

2. Управљање дестинацијом

2.1. ДМО

Примарни задатак је развити систем управљања туризмом на локалном и регионалном нивоу како би се осигурало учешће свих заинтересованих страна и институција у његовом развоју. Овај систем треба да обезбеди развој туризма на основу дугорочног планирања и координације, да укључује неопходне организационе структуре према врсти, броју и капацитету организација и да утврди радне механизме за сарадњу, одлучивање и финансирање.

С обзиром на прекограничне карактеристике региона, **у овој фази је тешко постићи утврђивање јединствене структуре са потребним овлашћењима према националном законодавству.**

Немогућност да се изгради ДМО у традиционалном облику захтева да његове суштинске функције буду преузете од стране постојећих заинтересованих страна, при чему би требало напори да буду усмерени не на стварање нове организације, него на **изградњу и одржавање поузданог модела комуникације и партнерства** у вези са развојем туризма, што би омогућило синергију и комплементарност напора и резултата, али пре свега би довело до доследности у процесу одлучивања. Кључна активност за успостављање таквог модела јесте

Успостављање јединице за координацију на регионалном нивоу. Садашње добро партнерство између општина је добра основа за рад на сталном координационом облику на регионалном нивоу. Таква јединица не мора да буде самостално правно лице са сопственим буџетом и особљем, него може да се састоји од релевантних стручњака из ове три општине и других заинтересованих структура. Њена главна улога је синхронизација активности у различитим аспектима - маркетинг, организовање догађаја, партнерство са трећим странама (тур операторима, инвеститорима), развој заједничких пројеката итд. Паралелно, то ће обезбедити константан канал комуникације и форме (окружења) за дискутовање и генерисање решења.

Присутност формалне платформе унутрашње комуникације на првом месту ће допринети ефикасном привлачању и задржавању заинтересованих страна из (и ван) региона које из једног или другог разлога нису укључене у процес изградње и управљања туристичким производом, те не треба потцењивати способност за привлачање спољних маркетиншких стручњака. Штавише, може се очекивати да таква врста комуникационог окружења може подстаћи повећан интерес инвеститора - формални односи и размена информација на таквом су нивоу и извор међусобне повезаности и већег поверења у контексту пројектних и инвестиционих намера / активности. Исто тако, последње, али не и најмање важно, ова комуникациона платформа ће допринети формализацији система за управљање знањем - одржавање база података, спровођење истраживања и анализа, складиштење и архивирање података о локалним ресурсима, стварање и истраживање најбољих пракси, обрада модела, итд.

2.2. Туристичко планирање

Настојање да се формира јединствена дестинација са заједничким производима је немогуће без јединственог планирања и управљања. Ово се односи на развој дестинације, како у смислу инфраструктурног резервисања - путеви и друга путна инфраструктура, комуникације и пружање информација, безбедност, сигнализација и други, тако и у смислу перспективе квалитета услуга које се пружају - управљање кадровима, управљање односима са посетиоцима, управљање заштитом животне средине, улагање у модернизацију и одржавање суперструктуре, формална и неформална радна партнерства на локалном и регионалном нивоу.

У том смислу потребни су општа подршка визији и циљевима развоја туризма, стварање оквира законских и стратешких докумената различитог хоризонта, стварање механизма финансирања, те органа и пракси консултација и интеракције, уједињених у радном, дугорочном моделу. Активности морају бити спроведене у два правца:

Синхронизација визије и циљева унутар региона. Уколико свака општина располаже стратешким документима у области туризма (сопствени и/или део општег плана за економски развој), полазна тачка треба да буде њихов преглед и, где је то потребно – њихово ажурирање како би се на нивоу планирања утврдили заједничка визија, циљеви и синхронизоване појединачне активности. Алтернативна опција (или

додатни корак) је развој јединственог мастер плана региона кроз који да се реализује заједничко планирање развоја туризма, и у смислу авантуристичког туризма.

- **Интеграција у планирању на регионалном и националном нивоу.**

Интеграција у вези мера авантуристичког туризма у прекограничном региону у процесу општег економског планирања (на основу подручних, регионалних и националних планова) је алат за лобирање, побољшање управљачког разумевања и за спровођење одређених политика и активности. Такође она проширује опсег потенцијалних финансијских извора. Што се тиче туристичког производа, интеграција у плановима великих размера је основа за наредну сарадњу у већим, видљивим и конкурентним производима.

2.3. Јавно-приватно партнерство

У ужем смислу, ЈПП представља начин за реализацију активности у јавном интересу који укључује невладине субјекте. То је својствено за сложеније пројекте који захтевају дуготрајне и значајне финансијске ресурсе и представља "дугорочна уговорна сарадња између једног или више јавних партнера с једне стране, и једног или више приватних партнера, са друге стране, за обављање послова од јавног интереса у постизању боље вредности уложених јавних средстава и у дељењу ризика међу партнерима."

Тренутно, јавно-приватно партнерство у Бугарској је ограничене примене. Постоји посебан закон (Закон о јавно-приватном партнерству), чија се примена доводи у питање, што чини јавне набавке (у смислу Закона о јавним набавкама) и концесију применљивим формама рада.

Најчешће коришћена форма је партнерство путем јавних набавки које су, у смислу великих инвестиционих пројеката, повезане (односно ометене) са знатним јавним ресурсима.

Концесије се примењују на локације, имовину или делове имовине од јавног интереса (јавна или приватна, као и јавна или приватна општинска имовина), које имају

економску активност, те се углавном примењују на кориштење одређених извора или објеката (нпр. бање, бране, плаже, аеродроми) или подручја (скијашке зоне).

Широко распрострањено схватање о ЈПП-у обухвата све могуће облике координације и интеракције између сектора што омогућава поштовање и заштиту њихових интереса и доприноси постизању заједничке, обострано корисне сврхе. Такве форме су како законске прописане (у Бугарској) - нпр. Саветодавни одбор за туризам код градоначелника општине, тако и праксе за суфинансирање и спровођење појединих краткорочних и ниско буџетних активности, углавном у области маркетинга, оглашавања и организовања догађаја.

У том контексту, вреди напоменути искуство стварања скијашке зоне „Стара планина”. Пошто се почетни концепт привлачења инвеститора није могао реализовати, зона се гради јавним ресурсима. Међутим то накнадно буди интересовање неких мањих инвеститора у вези са пружањем основних и додатних туристичких услуга, што практично постиже првобитни циљ изградње ски дестинације захваљајући синергији између јавних и приватних ресурса.

Још једна корисна пракса на локалном нивоу је стварање/ подршка за туристичке организације, као одговарајућа форма комбиновања управних овлашћења и стручних капацитета у области туризма. У региону постоји велики број удружења и клубова који су укључени у одређене производе – бицикле, спортске и енолошке активности. Будући да су структуре приватних интереса, заједнички рад са њима ће осигурати дијалог и јавно-приватно партнерство као предуслов за развој ове економске гране.

Упркос нестабилној, па чак и контроверзној пракси, са ограниченим локалним ресурсима и недовољним екстерним интересовањем, развој туризма (авантуристичког туризма и дестинације уопште) је функција комбиновања ресурса свих сектора. Увођење ефикасних пракси за јавно-приватно партнерство треба да буде оријентисано на изградњу одговарајућег окружења (управљање ресурсима, инфраструктура), те директно на туристичке понуде. Избор најприкладнијег и најповољнијег облика је у зависности од појединих случаја, објеката, пројеката, инвестиција.

3. Очување и валоризација туристичких ресурса

Кључна важност за изградњу регионалног идентитета и за обликовање специфичног, конкурентног туристичког производа имају природни и културни ресурси. Њихово очувања и валоризација захтевају пуно пажње, јер они су од пресудног значаја за успех развоја туризма, али и жариште многих, често супротстављених интереса.

Валоризација ресурса и њихова употреба у туристичке сврхе треба реализовати у мери у којој се они могу очувати. Ова специфичност захтева истовремени развој у два главна правца:

- Истраживање, проучавање и популаризација природног и културног наслеђа.
- Изградња специјализиране инфраструктуре за излагање

Разноликост и различита природа ресурса одређују другачији приступ, односно мере за њихову интеграцију у туристичку понуду.

3.1. Природни ресурси

Природно богатство, његова разноврсност и високи степен очувања су главни потенцијал регионалног туристичког производа како би стекао конкурентску предност. Како би се очували ресурси уз обезбеђивање њихове економске користи, неопходно је развити инфраструктуру за посетиоце и спортске догађаје која посредује контакт туриста са природом. Ови кључни кораци се могу узети у обзир:

- **Изградња скијалишта Миджур.** Пројекат ове области треба да нагласи концепт целогодишње употребе преко изградње туристичке инфраструктуре за посетиоце током топлих сезона. Планиране атракције и инфраструктура ће посредовати целогодишњи контакт са природним окружењем, ће усредоточити и контролисати туристички притисак у изабраним областима, без утицаја на најосетљивије области и врсте.

Реализација пројекта и даљи развој скијалишта ослања се на ЈПП на два нивоа. Изградња скијалишта и туристичке инфраструктуре треба да се реализује кроз директно учешће инвеститора (нпр. кроз заједничко улагање или концесије). У другој фази, на основу већ успостављених предуслова се очекује привлачење пажње инвеститора за пружање основних туристичких услуга у околним насељима.

- **Развој скијашког центра Стара Планина.** Скијалиште Бабин зуб је центар туризма у српском делу региона и његов развој као што је планирано и према утврђеним оквирима је алат за туристичко коришћење територије и утврђивање целог региона као туристичку дестинацију. Истовремено, као главно туристичко језгро региона, област треба да буде основа диверсификације производа (укљ. авантуристичког туризма) и брендирања дестинације.

- **Изградња мреже за бициклички туризам.** Спроведена студија идентификовала је бициклички туризам (укључујући планински бициклизам и бициклизам на путу), као водећи производ авантуристичког туризма око којег се мора развијати дестинација и који је носилац кључне поруке њеног укупног бренда. Успостављање региона као бициклички дестинацију пролази кроз комплекс мера за њено обликовање и промоцију:

- повезивање постојећих рута у региону у заједнички систем;
- успостављање веза са ширим рутама кроз које се регион интегрише;
- дизајнирање и промовисање заједничког календарског догађаја за бициклизам за рекламирање региона као дестинације за бициклисте;
- Евро бицикличка рута 13 "Пут гвоздене завесе" - развој главног дела паневропске бицикличке руте (у Србији) и алтернативне трасе - преко границе.
- Евро бицикличка рута 6 "Рута река" - интеграција региона као комплементарни предлог на паневропску руту.

Реализација овог дела мапе пута има за циљ продубљивање партнерства између јавности, невладиног и приватног сектора, где локалне бицикличке и туристичке организације имају водећу и координациону улогу. Ово партнерство првенствено се односи на усклађивање ресурса, надлежности и координиране примене надлежности

заинтересованих група. Бициклически клубови имају главни ангажман у вези са развојем производа, укључујући идентификовање и одржавање рута, организацију туристичке понуде, популаризацију (и на нивоу локалног становништва) итд. Важан аспект њихове улоге је привлачење екстерног интереса (специјализовани туроператори, национална и међународна удружења и организације) преко којег се врше пренос знања (нпр. у односу на стандарде), интеграција у веће производе, промоција и стварна понуда регионалног производа. У том контексту, улога локалне управе је стварање неопходних услова (просторно планирање, регулисање, итд.) и пружање подршке (укључујући и финансијске подршке).

- **Изградња интерпретативне инфраструктуре у/на заштићена подручја и значајније природне локације**

Свака од општина има широку мрежу рута и планинарских стаза различите тешкоће које посредују у контакт са природом и подстичу физичку активност. Њихово обликовање као основа за пружање услуга авантуристичког туризма пролази кроз **јачање интерпретативног и образовног елемента** - и кроз материјално обезбеђивање (информативне табле, локације за посматрање, итд), те оне нуде додатне услуге (водиче, специјализоване водиче). Развојем и понудом еко-тура (интерпретативних), образовних стаза, повећају се могућности за посматрање ретких и заштићених врста, специфичних крајолика и других, те контакт са природом и физичке активности ће осигурати инхерентни за авантуристички туризам когнитивни елемент.

Главне локације ове сврхе су заштићена подручја и природне атракције, који одређује локалне самоуправе и владини органи одговарајућих територија, као водећи фактори у реализацији, у блиској сарадњи са еколошким и туристичким удружењима.

Поред тога, добро развијена мрежа ловачких дестинација и ловачке инфраструктуре у комбинацији са присуством ретких и заштићених врста и богатог биодиверзитета су предуслов да се прошири диверсификација понуда на основу излета са сликањем и фото лов.

Диверсификација доступних рута са елементима **авантуре/ опстанка** је још једна могућност за њихов развој у правцу веће атрактивности. Осим тога, могуће је да се

прошири инфраструктура за рекреацију стварањем места за камповање на отвореном, увођење понуде "извиђачки камп", итд, а ако постоји интерес инвеститора - и већих атракција, нпр. авантуристички парк.

Спровођење ове мере пружа широке могућности за ЈПП у којем управа даје оквирне услове и права, док приватни сектор обавља стварне инвестиције и накнадну понуду услуге/ атракције.

Искоришћавање ресурса региона за типичне **авантуристичке активности** као што су пењање, јамање, параглајдинг, водени спортови, теренски прелази и сафари, јахање коња и трекинг, летови са балоном итд., првенствено се односи на успостављање редовне, професионалне понуде неопходних услуга, не само материјалних и техничких објеката, већ и водича, инструктора, службе, спасилаца и тако даље.

3.2. Културно-историјски споменици

Побољшање презентације и социјализација ресурса не би требало да престану, јер су њихови могући облици веома разноврсни - увођење савремених облика презентације, развој атракција, стварање тампон зона, малопродајних објеката и потребне инфраструктуре, организована понуда и промоција могућности за демонстрације/ учешће у занатима, обичајима, традицијама.

Истовремено, овај регион има неопходне ресурсе да развија и специјализовану понуду - **специјализоване туре** (нпр. археолошке и историјске туре), посете или учешће у реконструисање историјских догађаја или локалних ритуала и празника - различити облици који продубљују како контакт са локалном заједницом, тако и елементе открића/ експеримента у путовању.

Карактеристике и осетљивост ресурса захтевају да се његово истраживање, развој и излагање врши строго у правном оквиру од стране надлежних лица - научних и музејских институција. Улога локалне власти је да обезбеди физичку интеграцију одређеног објекта (приступ превоза, јавни превоз) и да регулише пружање додатних услуга (просторно планирање тампон зоне, укључујући паркове, куповине, итд). Са

своје стране, развој и реализација специјализоване туристичке услуге - турнеје, демонстрације, атракције, треба се вршити (или у партнерству са) од стране локалних удружења/ или специјализованих туроператора.

3.3. Нематеријална културна баштина

Традиције, фолклор, традиционалне локалне индустрије и нематеријално наслеђе су генерално веома потцењени део туристичких ресурса у региону. Истовремено, актуелни трендови на туристичком тржишту воде до појаве атракција развијених на њиховом основу, као доказано средство стварања туристичког интереса – авантура кроз истраживање и интеграцију у локалну заједницу.

У том погледу, најмање искоришћени елемент ресурса, специфични и заједнички за цео регион, је начин живота и традиција Торлака. Специјализовани програми посвећени контакту и упознавању са Торлацима који укључују пасивне когнитивне компоненте и учешће (у догађаје, традиционалне индустрије, итд) су типични примери "културне авантуре."

Уколико и у овом тренутку део туриста је мотивисан **локалном кухињом и вином**, ови ресурси имају потенцијал да привуче посебно интересовање - кулинарске авантуре, винске туре, етно-одмор. Облик и степен преклапања вина и кухиње у производу је функција интересовања релевантног тржишног сегмента и овде можемо имати велику разноликост - специјализоване енолошке туре, комплексни програми за упознавање са традиционалним обичајима и локалним индустријама, кулинарске туре, промоције домаће кухиње и пића, укљ. кроз специјализоване установе, атракције/ дегустације, учешће туриста у традиционалном производњом, сувенире за храну, итд.

Од битног је значаја да регион одржава и развија догађаје и атракције попут фестивала "Опера на врховима – Белоградчишке стене", те дегустације вина и културне догађаје у пећини Магура. Поред јединствености самог искуства - уобичајене активности у необичном окружењу, слични догађаји су усмерени на посетиоце са већим приходима,

вишим нивоом образовања и културних интереса, чиме доприносе популаризацији и позиционирању дестинације.

4. Побољшање инфраструктуре

Обезбеђивање приступа туристичким локалитетима и потребни туристички обиљежавања и сигнализације су експлицитни ангажман локалних власти са директним утицајем на квалитет туристичког производа и степен задовољства туриста.

Са друге стране, за развој туризма и посебно авантуристичког туризма, стање животне средине је посебно важно, не само због обезбеђивања приступа и инжењерских система, већ и због начина и принципа овог обезбеђивања.

4.1. Приступ и унутаррегионалне везе

Регион још увек не може у потпуности искористити своју добру локацију (укљ. и у прекограничном аспекту) и близину великих производних тржишта (нпр. Софија), због незадовољавајуће густине и посебног стања путне мреже. Ово се односи на приступ региону, а посебно на унутаррегионалну инфраструктуру. Главна препрека за повезивање траса (пешачких, бицикличких) и за понуду прекограничних програма је државна граница и ограничене могућности за њен прелаз.

Идентификоване су кључне мере за позитивне промене – **проширење аутопута Е79, изградња тунела испод планинског пролаза Петрохан, отварање Граничног прелаза Када боаз**, али њихова реализација треба да се спроводи на националном / међународном нивоу, где локална заинтересована лица могу деловати само кроз лобирање;

На унутаррегионалном нивоу треба уложити приоритетне напоре за **побољшање приступачности и стање путне инфраструктуре** до мањих насеља и туристичких

локација, те за успостављање и одржавање **сталних транспортних конекција (јавни превоз)** између општинских центара и главних туристичких локација.

4.2. Побољшање укупне инфраструктуре

Као део животне средине у којој се реализују туристичка путовања на регионалном нивоу, треба да се траже решења и за велики број проблема везаних за опште инфраструктуре - изградња канализације у малим насељима, организовање одвојеног сакупљања и одлагања комуналног отпада, промоција коришћења алтернативних извора за грејање, пун развој насеља и други. Ови услови су важни за подстицање туриста да путују до дестинације, те утичу на формирање имиџа дестинације у одређеним сегментима.

4.3. Развој туристичке суперструктуре

Смештајни капацитет

У целини, изузетком неких кратких периода, регион има довољно смештајног капацитета како би се задовољила тренутна туристичка потражња. У наредном контексту, међутим, овај капацитет би био недовољан, те је потребно развијати туристичку суперструктуру паралелно са диверзификацијом туристичког производа. Ово се посебно односи на Бугарску, уколико реализација пројекта „Прекогранично скијалиште Миджур“ ће генерисати конкретне нове туристичке токове, а овај пројекат не предвиђа изградњу нових смештаја.

Посебан аспект који треба узети у обзир и сходно томе утврдити, су постојеће територијалне разлике у дистрибуцији смештајног капацитета, где општина Чупрене значајно заостаје.

Све то захтева пажљиво планирање и одговарајућу подршку од стране локалних власти путем инструмената на располагању - просторно планирање, грађевински режими за привлачење интересовања инвеститора, итд.

Структура типа и категорије

У погледу будућег туристичког производа и жељеног профила посетилаца, неопходна је и конзистентна политика с обзиром на развој смештајног капацитета на основу категоријалних услова и врста. Специфичности авантуристичког туризма - директан контакт са домаћинима и локалном заједницом, те конкретне активности, захтевају понуда смештаја да се развија у релативно малим објектима, изграђеним у типичном регионалном стилу, где се услуга пружа од стране домаћина и/ или локалног становништва, те становање пружа прилику да се упозна локална култура и да се оствари контакт са људима и природом. Истовремено, смештајни капацитет треба да развија додатне услуге и атракције како би се задовољили захтеви појединих сегмената (нпр. изнајмљивање и сервис бицикла, домаће винарије, мале фарме за демонстрацију локалне економије и индустрије, итд).

Са друге стране, за пружање услуга већим групама, у периодима концентрације туристичких токова, потребни су већи капацитет и објекти више категорије, нарочито у бугарском делу региона.

5. Маркетинг и реклама

У тренутном стању ниске популарности региона у погледу туристичких активности, маркетинг и оглашавање су посебно важни и у њих треба да се укључе све заинтересоване стране.

Маркетинг и промоција дестинације – и као укупна територија са специфичним производом, и као посебни тематски производ, треба да се спроводи паралелно са промоцијом природног и културног наслеђа. Поред традиционалних канала за оглашавање и дистрибуцију - медији, прослеђивање и информативни излети, интернет презентације и мултимедијалне презентације; учешће на туристичким сајмовима, итд, регион може да рачуна на ангажовање специјализованих туроператора за авантуристички туризам, те националних и међународних организација за заштиту животне средине.

Посебан аспект је континуирана комуникација са локалним становништвом, која узима у обзир његов значај у развоју туризма и његова помоћ за промоцију принципе одрживог развоја и њихово поштовање. То ће имати позитиван утицај на локалну заједницу због формирања регионалног идентитета, због развоја одрживости визије и посвећености развоју туризма.

Упркос јавних активности у последњих неколико година за јединствени регионални маркетинг, досадашње заједничке иницијативе, посебно у прекограничном аспекту, су повременог карактера. У исто време, формирање заједничких производа и функционисање као јединствена дестинација захтевају не само унутаррегионалну организацију и партнерство, али и јединствено и комплетно пласирање на тржишту. У овом тренутку, прекогранични карактер региона ограничава могућности за то у потпуности, али још увек је могуће предузети одређене мере – нпр. коришћење мреже информативних центара који пружају информације о целокупном региону, заједничко учешће на туристичким сајмовима, заједничко организовање тура за туроператоре и новинаре, организовање заједничких догађаја, итд.

Важан услов је развој основне графичке визуализације како би дестинација била популарна и препознатљива на циљним тржиштима. У каснијој фази могуће је преузети веће мере, као што су развој и реализовање заједничког маркетиншког плана, увођење механизма (преко туристичких удружења или ЈПП-а), заједничко финансирање

регионалног маркетинга од стране администрације и приватног сектора и други. Наравно, саставни део ових корака комуникације је пажљив избор циљних тржишта и изградња међународне мреже партнера и представника који да буду "глас и очи" дестинације идентификованих тржишта.

Активности постојећих информационих центара треба одржавати и адекватно финансирати, те паралелно је потребно побољшати начин пружања информација о путевима и туристичкој инфраструктури, нарочито је потребно да се промовише размена информација у региону - и као јавна услуга коју пружа управа, и као партнерство између појединачних туристичких компанија и заинтересованих страна.

6. Људски ресурси

Кључни елемент туристичког производа, фактор његовог квалитета и успеха, и истовремено - питање значајног социјалног аспекта, су људски ресурси. Политика у том погледу треба да балансира пословне потребе и индивидуалне потребе запослених и посредно - јавне интересе.

Стање људских ресурса повезано је са неким од најтежих препрека развоју авантуристичког туризма у региону. Оштар је недостатак стручних кадрова, што се огледа у нижим квалитетом услуга, те је озбиљан ризик за развој туризма. Ситуација је неповољна и с обзиром на образовну инфраструктуру и недостатак специјализованих образовних организација или одељења у области туризма.

Истовремено профил понуда – мали објекти којим управљају власници на породичном принципу и/ или као додатне економске активности, захтева предузимање мера за додатно образовање и обуку у областима као што су странски језици и професионалне вештине, гостопримство, итд.

У погледу даљег развоја производа ће се појавити даља потреба за обученог особља у циљу пружања широког спектра додатних услуга, што такође захтева превентивне мере.

Мере за постизање потребног баланса биће реализоване у три правца:

Додатна квалификација и обука особља, укљ. и кроз партнерства са специјализованим туроператорима и невладиним организацијама

- Промоција могућности и обезбеђивање услова за **обуку у области туристичких професија за незапослене и особе** које желе покренути туристички бизнис.
- Важен аспект је да се међу локалним становништвом промовише корист од туризма и од проширења круга лица која имају приступ овој користи. Ово је неопходно како би се **развила свеобухватна гостопримљива средина** која ће обезбедити тражени контакт са авантуристичким туристима.

Ова публикација је направљена уз помоћ средстава Европске уније кроз Interreg-ИПА Програм прекограничне сарадње Бугарска-Србија под бројем ССИ No 2014ТС1615СВ007. Јединствено одговорно лице за садржај ове публикације је „Бук Бутик“ ООД и екип AD-VISION-а и ни на који начин не може бити тумачен као став Европске уније или Управљачког тела програма.