

29. новембар 2010.

СТРАТЕГИЈСКИ МАСТЕР ПЛАН ЗА ПОДРУЧЈЕ ОПШТИНА БАЧ, БАЧКИ ПЕТРОВАЦ, БАЧКА ПАЛАНКА

Финални извештај

НАРУЧИОЦИ:

**Министарство Економије и Регионалног
Развоја**

Булевар Краља Александра 15
11000 Београд, Србија

Општина Бач

Трг Зорана Ђинђића 22
21420 Бач, Србија

Општина Бачка Паланка

Краља Петра I 16
21400 Бачка Паланка, Србија

Општина Бачки Петровац

Коларова 6
21470 Бачки Петровац, Србије

Serbia © 2010. sva prava pridržava HORWATH CONSULTING ZAGREB

Sva prava pridržana; niti jedan dio ovog izdanja ne može biti ponovo izdan, pohranjen u sustav za pretraživanje ili prenesen bilo kojim sredstvom: elektronskim, mehaničkim, preslikom, snimanjem ili kakvim drugim načinom bez prethodnog pismenog odobrenja Horwath Consultinga Zagreb ili bez dozvole za ograničeno umnožavanje. Ovo izdanje se ne može posuditi, ponovo prodati, iznajmiti niti se njime može trgovati na bilo koji način u bilo kakvom uvezu osim u onom u kojem je originalno izdano, bez prethodnog pismenog pristanka Horwath Consultinga Zagreb.

Садржај

1. ПОЛАЗНЕ ОСНОВЕ.....	3
1.1. ЗАДАТАК.....	3
1.2. ПРОЦЕДУРЕ РАДА.....	3
2. РЕПУБЛИКА СРБИЈА.....	5
2.1. ОПШТИ ОКВИР.....	5
2.2. ГЕОГРАФИЈА И КЛИМА.....	6
2.3. САОБРАЋАЈ.....	7
2.4. ЕКОНОМИЈА.....	8
2.5. ТУРИЗАМ.....	12
3. ТЕХНИЧКА АНАЛИЗА ПОДРУЧЈА.....	13
3.1. ОПШТИНА БАЧ.....	13
3.2. ОПШТИНА БАЧКА ПАЛАНКА.....	27
3.3. ОПШТИНА БАЧКИ ПЕТРОВАЦ.....	41
3.4. ЕВАЛУАЦИЈА АТРАКЦИЈА И РЕСУРСА НА ПОДРУЧЈУ ОПШТИНЕ.....	51
3.5. SWOT АНАЛИЗА.....	54
3.6. ЗАКЉУЧАК ТЕХНИЧКЕ АНАЛИЗЕ ПОДРУЧЈА.....	69
3.7. ПРОЦЕНА ТРЖИШНОГ ПОТЕНЦИЈАЛА.....	72
4. ДУНАВСКЕ РЕГИЈЕ – БЕНЧМАРК АНАЛИЗА.....	75
4.1. КРИТЕРИЈУМИ ИЗБОРА ДУНАВСКИХ РЕГИЈА.....	75
4.2. БЕНЧМАРК АНАЛИЗА.....	77
4.3. ЗАКЉУЧАК.....	84
5. СТРАТЕШКИ ОКВИР.....	86
5.1. СТРАТЕШКА УПОРИШТА.....	86
5.2. ВИЗИЈА И ПОЗИЦИОНИРАЊЕ.....	88
5.3. ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ.....	94
6. КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ.....	102
6.1. Увод.....	102
6.2. ПРИОРИТЕТНИ РИЗОРТ ПРОЈЕКТИ.....	104
6.3. ПРОЈЕКТИ ЗА МАЛЕ И СРЕДЊЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ ИНИЦИЈАТИВЕ.....	108
6.4. ПРОЦЕНА ИНВЕСТИЦИЈА ЗА ПРОЈЕКТЕ МАЛЕ И СРЕДЊЕ ПРЕДУЗЕТНИЧКЕ ИНИЦИЈАТИВЕ.....	130
6.5. ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ.....	132
7. ЕКОНОМСКО ФИНАНСИЈСКА ОЦЕНА ПРОЈЕКТА.....	135
7.1. ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИЈСКА ОЦЕНА.....	135
7.2. ЗАКЉУЧАК ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИЈСКЕ ОЦЕНЕ.....	146
8. ПОСЛОВНО-УПРАВЉАЧКИ МОДЕЛ ДЕСТИНАЦИЈЕ БАЧ, БАЧКА ПАЛАНКА, БАЧКИ ПЕТРОВАЦ.....	148
8.1. Увод.....	148
8.2. ПРВА ФАЗА – ОСНИВАЊЕ АГЕНЦИЈЕ И РЕГИОНАЛНЕ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ.....	152
8.3. ДРУГА ФАЗА – ДЕСТИНАЦИЈСКА МЕНАџМЕНТ КОМПАНИЈА.....	155

8.4. АКЦИОНИ ПЛАН.....	157
9. ДОДАТАК – ГРАФИЧКИ ПРИКАЗИ.....	160

1. ПОЛАЗНЕ ОСНОВЕ

1.1. Задатак

Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије, Општина Бач, Општина Бачка Паланка и Општина Бачки Петровац су 16. августа 2010. године склопили уговор с предузећем Horwath HTL за израду Стратегијског мастер плана за подручје општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац. Сврха израде овог Стратегијског мастер плана је сагледавање реалног потенцијала развоја туристичке индустрије на подручју општина и постављање туристичке развојне стратегије с концептом развоја простора.

Према захтевима тендерске документације, Horwath HTL је пројекту приступио у складу са стандардном интернационалном планерском методологијом за овакве врсте пројеката. Комплетан пројект је у том предлогу подељен на следеће четири целине:

1. Техничка оцена подручја
2. Стратешки оквир мастер плана и концепт развоја
3. Физички мастер план
4. Пословни мастер план

1.2. Процедуре рада

Стратегијски мастер план за подручје општина Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац је тендерском документацијом замишљен као план који обједињује аналитичку, стратешку, али и пројектну спецификацију туристичког развоја подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац. Осим одговорности за избор кључних ресурса и стратегија на којима ће се заснивати будући туристички развој, његова израда носи и одговорност лоцирања и димензионирања кључних пројеката, који ће сутра бити предмет одлуке о преузимању мањег или већег ризика јавних и приватних инвеститора.

У том смислу, за успешан довршетак пројекта требало је спровести не само стандардне радне процедуре, него и дубинску анализу могућих локација инвестиционих пројеката, као и покренути додатни комуникацијски процес са локалним интересним субјектима, чиме су детаљно сагледане не само локалне преференције и визије туристичког коришћења простора општина, него и ширег подручја предметног пројекта.

За израду овог пројекта спроведене су следеће радне процедуре:

- Детаљно прикупљање и анализа расположиве картографске и просторно-планске основе;
- Анализа економских и других развојних перформанси подручја обухвата пројекта укључујући и сагледавање перформанси туристичког развоја предметних општина, као и шире регије;
- Детаљно проучавање свих расположивих стратешких и развојних планова општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац;
- Детаљан обилазак терена, преглед и евалуација атракцијске основе и анализа потенцијалних подручја за развој туристичких пројеката;
- Преглед постојећих развојних пројеката и иницијатива на предметном подручју из области туризма или повезаних делатности;
- Спровођење интервјуа са кључним субјектима јавног и приватног сектора предметног подручја у циљу идентификовања њихових ставова у погледу могућих развојних усмерења;
- Процена тржишног потенцијала туристичког развоја подручја;
- Анализа и приказ примера најбоље праксе туристичког развоја подунавских регија;
- Спецификација развојних туристичких пројеката на подручју у складу са објективним туристичким потенцијалом и интернационалним стандардима планирања;
- Евалуација финансијских и економских ефеката приоритетних пројеката и укупног туристичког развоја према овом плану;
- Предлог управљачког модела туристичке дестинације Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка и акциони план спровођења Стратегијског Мастер плана.

У целини посматрано, реч је о комплексном склопу 'деск' и теренских активности које су у комбинацији с техничким процедурама рада и стратешким развојним концептом пројекта, резултовали решењима која су представљена у овом документу.

Финални извештај завршен је 29. новембра 2010. године.

2. РЕПУБЛИКА СРБИЈА

2.1. Општи оквир



РЕПУБЛИКА СРБИЈА









Локација: централна регија Балканског полуострва, Југоисточна Европа, пресеј Паневропских саобраћајних Коридора VII (Дунавски) и Коридора X

Суседне државе: Србија се граничи са Бугарском на истоку, Румунијом на североистоку, Мађарском на северу, Хрватском и Босном и Херцеговином на западу, Црном Гором на југозападу и Албанијом и Македонијом на југу. Укупна дужина граница износи 2.397 км.

Становништво: Према последњем попису становништва (цензус 2002), у Србији живи 7.498.001 становника (без Косова и Метохије), од чега 73% у Централној Србији и 27% у АП Војводини. Просечна густина становништва је 85 становника по квадратном километру.

Површина: 88.361 км²

Главна религија: Православна

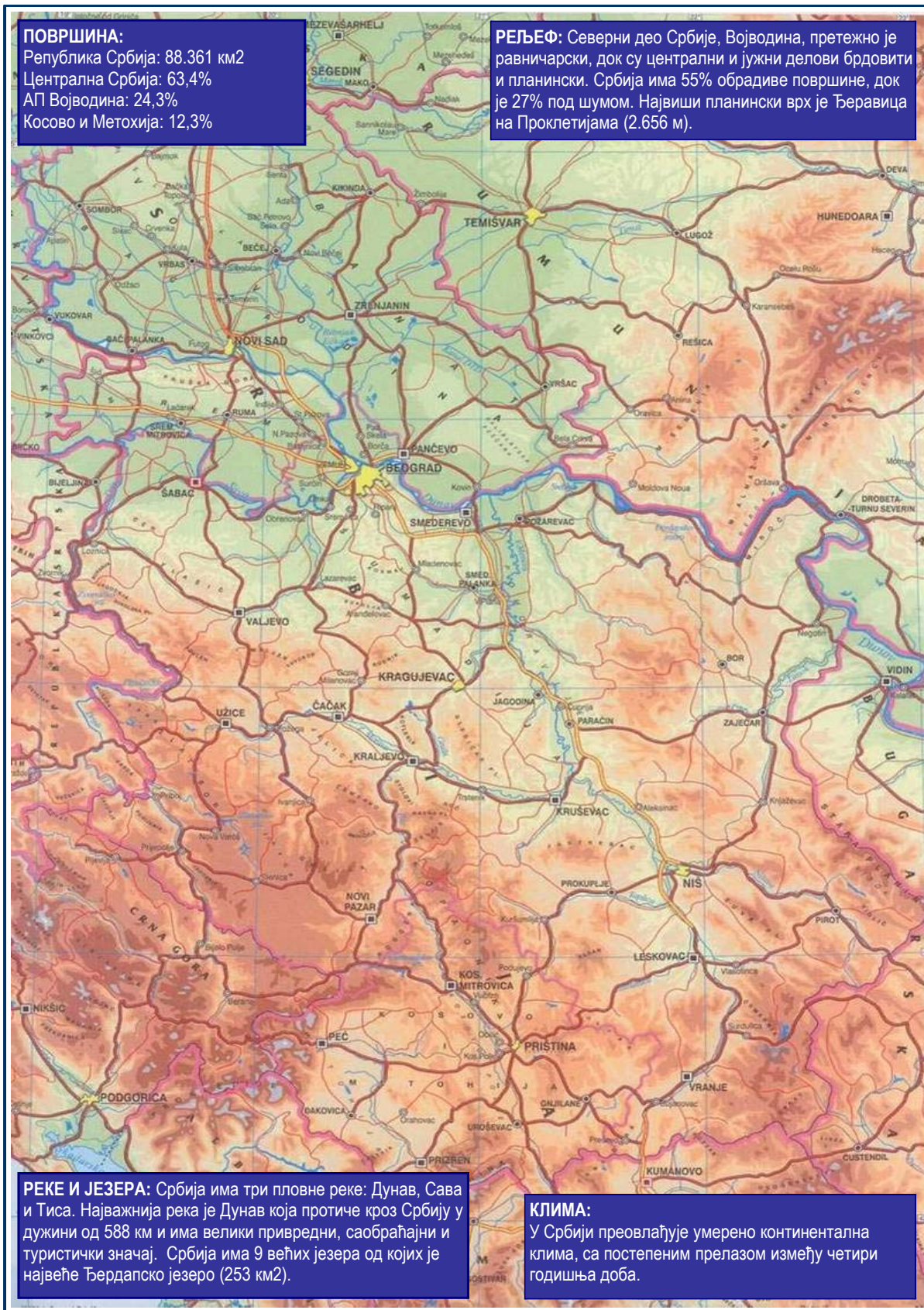
Званични језик: Српски








2.2. Географија и клима



2.3. Саобраћај



2.4. Економија

ЕКОНОМСКЕ ПЕРФОРМАНСЕ СРБИЈЕ

КЉУЧНИ МАКРОЕКОНОМСКИ ИНДИКАТОРИ

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Бруто Друштвени Производ (БДП)							
БДП, млрд. ДИН	1,125.8	1,380.7	1,683.5	1,962.1	2,302.2	2,722.5	2,953.5
БДП у текућим ценама (мил. ЕУР)	17,305.9	19,026.2	20,305.6	23,304.9	28,784.6	33,417.9	31,511.0
БДП пер цапита у текућим ценама (ЕУР)	2,313.4	2,549.4	2,729.0	3,144.4	3,899.5	4,546.5	4,304.0
БДП реални раст (%)	2.4	8.3	5.6	5.2	6.9	5.5	-3.0



Стопа инфлације, трошкови живота, запосленост

Стопа инфлације на крају године (%)	7.8	13.7	17.7	6.6	10.1	8.6	6.8
Трошкови живота, просек периода	9.9	11.4	16.2	11.7	7.0	13.5	8.6
Просечна плата (ЕУР)	176.7	194.4	210.4	260.0	347	402.7	394.7
Стопа незапослености (%)	14.6	19.5	21.8	21.6	18.8	14.4	16.9
Просечна плата (ЕУР)	176.7	194.4	210.4	260.0	347	402.7	394.7
Број запослених, просек, у 000	2,041	2,051	2,069	2,026	2,002	1,999	1,889



Кредитни рејтинг Србије

Дугорочни кредитни рејтинг Србије је ББ- са негативним изгледом, процењено од стране агенција Standard and Poor's и Fitch & Ratings

Извор: Министарство финансија Републике Србије, Народна банка Србије и Статистички завод Србије

ЕКОНОМСКЕ ПЕРФОРМАНСЕ СРБИЈЕ

КЉУЧНИ МАКРОЕКОНОМСКИ ИНДИКАТОРИ

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Спољно економска размена (у мил. ЕУР)							
Извоз робе	2,442.4	2,831.6	3,608.3	5,102.5	6,432.2	7,428.3	5,961.6
Извоз робе у ЕУ	1,202.3	1,456.5	2,117.6	2,942.9	3,602.7	4,028.4	3,195.7
Увоз робе	6,589.3	8,623.3	8,439.2	10,462.6	13,506.8	15,494.5	11,157.3
Дефицит робне размене	-4,146.9	-5,791.7	-4,830.9	-5,360.1	-7,074.6	-8,066.2	-5,195.7
Дефицит текућих трансакција (без донација)	-1,671.5	-2,659.9	-2,068.2	-3,322.8	-4,780.9	-6,251.7	-1,940.8
Платни биланс, укупно	827.0	343.0	1,647.0	4,269.0	742.0	-1,687.0	2,363.5
Стране директне инвестиције, нето (мил. ЕУР)	1,194.0	774.0	1,250.0	3,323.0	1,821.0	1,824.0	1,372.5
Монетарни и девизни показатељи							
Динарски примарни новац, мил. РСД	72,267	82,383	100,341	143,409	169,020	319,781	254,268
Новчана маса МЗ, мил. РСД	244,731	322,876	458,870	634,470	903,871	992,151	1,205,570
Укупни динарски пласмани банака	228,429	334,850	509,379	594,336	827,297	117,196	1,298,737
Девизне резерве НБС, мил. ЕУР	2,854	3,131	4,952	9,041	9,660	8,190	10,602



Извор: Министарство финансија Републике Србије, Народна банка Србије и Статистички завод Србије

Након 2000. године Србија улази у фазу економског опоравка која је рефлектована у стабилизацији националне валуте, смањењу инфлационих стопа на ниво светског просека, а нарочито у значајном порасту БДП-а од скоро два пута у само 6 година.

БДП је у периоду од 2001. до 2008. године растао по просечној годишњој стопи од око 5.2%, а стопе раста су осцилирале – од 2.5% у 2003. години до 8.4% у 2004. У 2009. години је услед дејства кризе дошло до смањења бруто домаћег производа за

3%. Привредна активност земље је почетком 2010. године почела постепено опоравак. Процењује се раст БДП у првом кварталу 2010. године у односу на први квартал претходне године од 0,6%.

Физички обим укупне индустријске производње у првом кварталу 2010. године, у односу на претходну годину забележио је раст од 2.8%. Највећи допринос расту укупне индустријске активности у првом кварталу 2010. године дала је прерађивачка индустрија, као најзначајнији сектор. Раст је забележен и у сектору производње моторних возила и приколица, производње основних метала, производње прехранбених производа и пића и вађења сирове нафте и гаса.

Укупан број запослених лица у периоду јануар - март 2010. износио је у просеку 1.845.070, што је мање за 5.8% у односу на исти период 2009. године. У периоду јануар-фебруар 2010. године настављена је тенденција пада укупне запослености за 6,8% у предузећима, 3,7% у установама и организацијама и 14,6% код приватних предузетника у односу на исти период прошле године. Просечан број лица која траже запослење у првом кварталу 2010. године био је 865.892 и у односу на исти период 2009. године, повећан је за 1.6%.

Стање на тржишту роба и услуга у првом кварталу 2010. године карактерише раст цена на мало изнад пројектованог нивоа уз пораст инфлаторних очекивања. Текући раст цена на мало у првом кварталу 2010. године износио је 2.5%. Општи ниво цена на мало смањен је у априлу, у односу на претходни месец, за 0.4%. Србија је у период кризе ушла са релативно високом инфлацијом (на крају Q4 2008. премашивала је 10 %), али се успешно одупрела инфлационим притисцима и 2009. завршила са 6,8%. Основни генератори инфлације у првом кварталу 2010. године били су: повећање цена хране и безалкохолних пића и транспорта. У прва четири месеца ове године остварена је инфлација од 2,5%, што је више од пројектоване просечне месечне стопе за 2010. годину (0,6% остварена, 0,5% планирана месечна инфлација). Овим трендом укупна инфлација у 2010. години ће бити за трећину већа од планиране.

У марту 2010. године Народна банка Србије снизила је референтну каматну стопу на 8.5% услед ниске агрегатне тражње, што је последица замрзавања зарада у јавном сектору, замрзавања пензија и пада инфлаторних очекивања.

Текући приходи државе реално су мањи у односу на исти период 2009. године за 1.4%, порески приходи су остварили реалан пад од 1.5%, а непорески приходи пад од 1.3%.

Номинални раст јавне потрошње у посматраном периоду износи 6.9%. Остварени номинални раст у буџету Републике Србије је 2,8% у односу на посматрани период у 2009. години. Капитални расходи у периоду јануар – март 2010. су реално виши за 10.3%. У првом кварталу ове године, сектор државе остварио је дефицит у износу од 23.9 милијарди динара.

У првом тромесечју извезено је робе у вредности од око 1.5 милијарди евра, а увезено робе у вредности од 2.7 милијарди евра. Извоз је повећан за 14.9%, док је увоз смањен за 4.8% у поређењу са истим кварталом прошле године. Највише робе у прва три месеца је извезено у Италију, Немачку, Босну и Херцеговину и Црну Гору (42% укупног извоза), а увезено из Руске Федерације, Немачке, Италије и Кине (40.9% укупног увоза).

Према подацима Народне банке Србије, Јавни дуг Србије на крају 2009. године износио је 9,8 млрд. ЕУР и повећан је за 1,1 млрд. ЕУР у односу на крај 2008. године.

У првом кварталу 2010. године, индикатор пословне климе (BCI) бележи благи раст у односу на претходни квартал, изнад је вредности остварене у Q1 2009. године, али је још увек испод дугорочног просека. У оквиру Q1 2010. највећа вредност BCI остварена је у марту, а најнижа у фебруару. Раст вредности индикатора пословне климе у Q1 2010. године указује на слабљење утицаја светске економске кризе и наставак започетог процеса постепеног опоравка српске привреде.

2.5. Туризам

ТУРИЗАМ СРБИЈЕ

Туристички промет

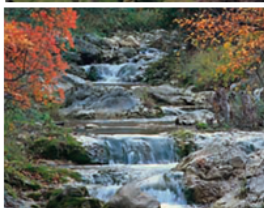
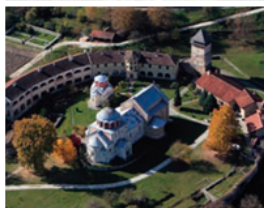
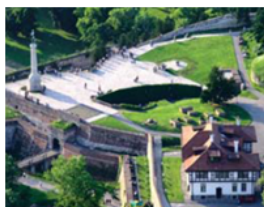
Година	ДОЛАСЦИ (у 000)			НОЋЕЊА (у 000)		
	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно
2003	1,659	339	1,998	5,893	792	6,685
2004	1,580	392	1,972	5,792	851	6,643
2005	1,536	453	1,989	5,507	992	6,499
2006	1,537	469	2,006	5,577	1,015	6,592
2007	1,610	696	2,306	5,853	1,476	7,329
2008	1,620	646	2,266	5,935	1,399	7,334
2009	1,376	645	2,021	5,307	1,470	6,777

У 2009. реализовано 2 мил. туристичких долазака што представља стопу пада од 11% (2009/2008).

У 2009. реализовано 6,8 мил. туристичких ноћења, што представља стопу пада од 8% (2009/2008).

Просечна дужина боравка у Србији је 3,4 дана (2009).

Страни туристи остварују учешће од 22% у укупном броју ноћења.



У 2009. домаћи туристи остварили су 5.307.112 ноћења, што представља стопу пада од 11% (2009/2009) - 78.3% од укупног броја остварених ноћења

У 2009. страни туристи остварили су 1.469.651 ноћења, што представља стопу раста од 5% (2009/2008) - 21,6% од укупног броја остварених ноћења.

Страна тржишта по земљама порекла

Највећи број долазака у 2009. години остварили су туристи из Црне Горе, Босне и Херцеговине, Словеније, Немачке, Италије, Хрватске, Русије и Македоније.

ЗЕМЉА	БРОЈ ДОЛАЗАКА
Црна Гора	61.761 (индекс 66)
БиХ	63.981 (индекс 99)
Словенија	54.829 (индекс 120)
Италија	37.321 (индекс 93)
Немачка	39.497 (индекс 106)
Хрватска	40.243 (индекс 106)

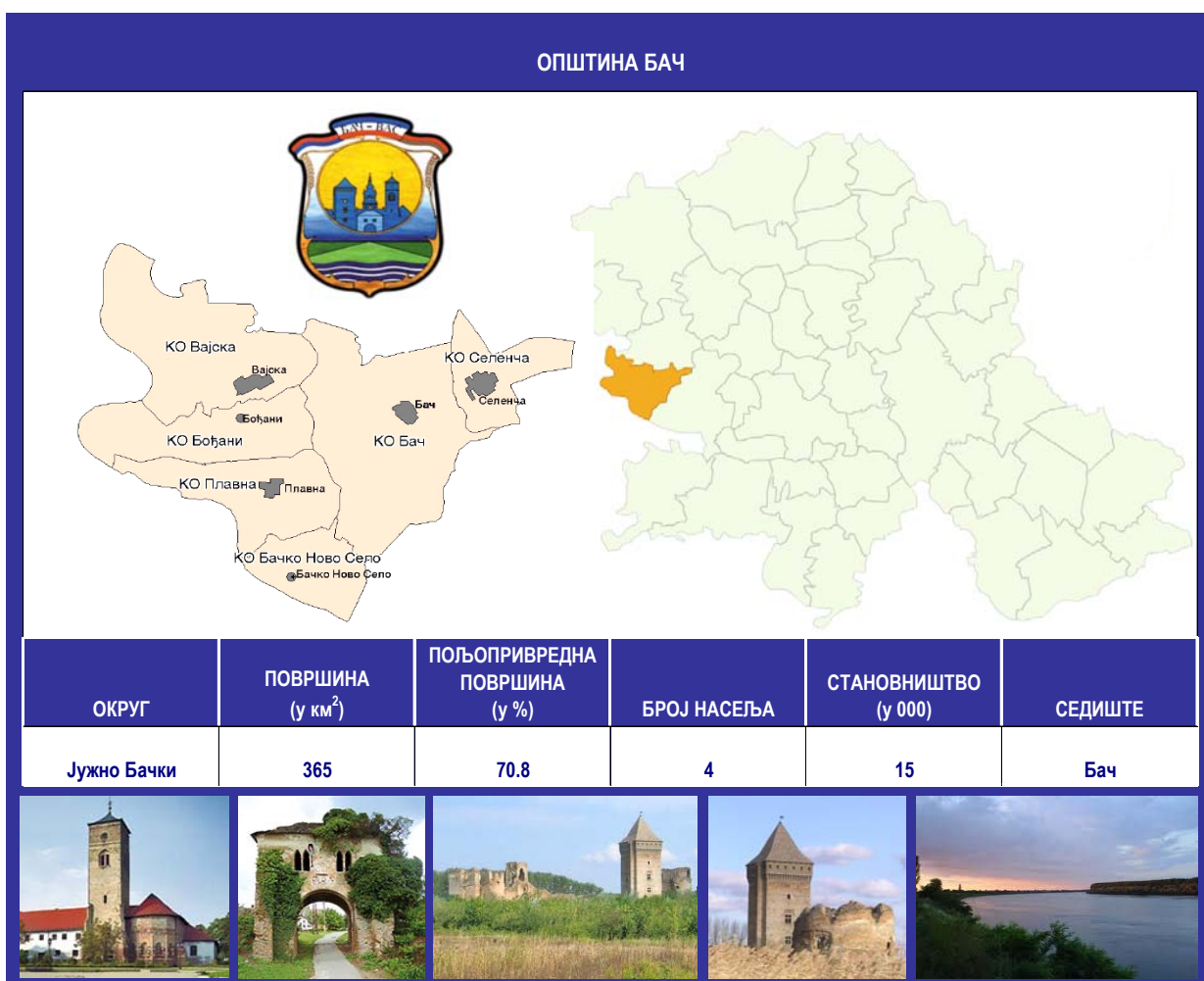
У 2009. години остварен је девизни прилив по основу туризма у износу од 617,2 мил. долара, што је за 34,6% мање у односу на девизни прилив у 2008. години.

Извор : Републички завод за статистику

3. ТЕХНИЧКА АНАЛИЗА ПОДРУЧЈА

3.1. Општина Бач

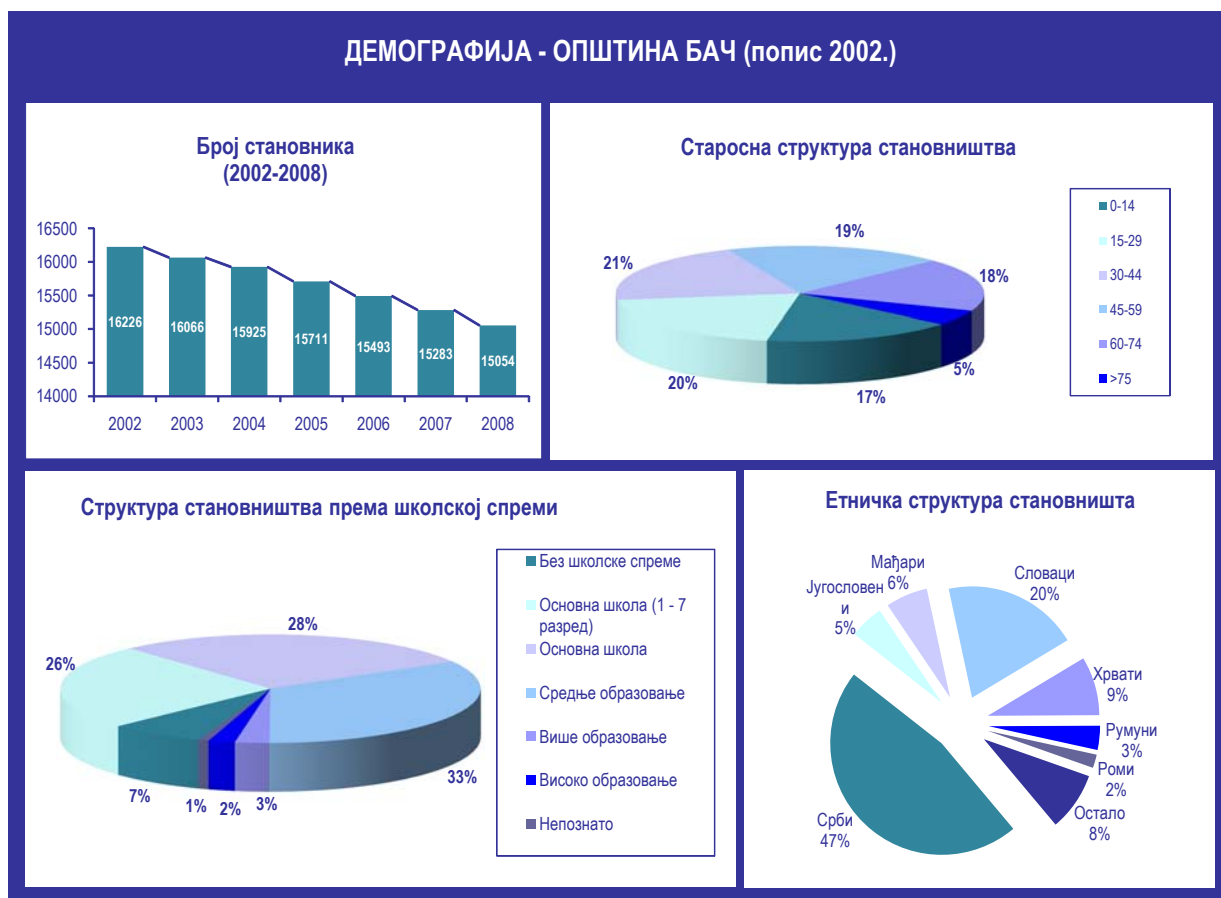
3.1.1. Општи подаци



Општина Бач се простире на 365 км² у југозападном делу Бачке. На северу се граничи са општином Оџаци, на истоку са општином Бачка Паланка, а западну и јужну границу чини река Дунав која представља природну границу са Републиком Хрватском (Вуковарско-сремска жупанија) у дужини од 43 км. Од Новог Сада, општина Бач је удаљена 62 км, од Суботице 120 км и од Београда 140 км.

Општина Бач обухвата 6 насеља: Бач, Бачко Ново Село, Плавна, Вајска, Бојани и Селенча.

3.1.2. Становништво



Извор: Завод за статистику РС

Демографске карактеристике општине Бач су следеће:

- Пад броја становника у општини у периоду од 2002 – 2008. године по просечној стопи пада од 1%;
- У етничкој структури општине преовлађују Срби (46%), а остале најзаступљеније етничке групације су Словаци (19%), Хрвати (9%), Мађари (6%), Југословени (5%), Румуни (4%) и Роми (2%);
- Старосну структуру карактерише средња старосна категорија (30-44 године) као најзаступљенија, те индекс старења од 97,92 (однос становништва старијег од 60 у односу на становништво млађег од 19 година), што представља виши индекс у односу на Војводину (94,72);
- Негативнији природни прираштај (-8,2 на 1000 становника) у односу на просек Војводине (-5 на 1000 становника);
- Знатно мања густина насељености становништва (44 становника/км²) у односу на просек Војводине (94 становника/км²);
- Неповољна образовна структура (чак 7% становништва без школске спреме и свега 5% више и високо образованог становништва). Највеће учешће има сегмент средње образованог становништва (34%).

3.1.3. Клима

Општину Бач карактерише умерено-континентална клима. Основни климатски показатељи дати су у табели у наставку:

КЛИМАТСКИ ПОКАЗАТЕЉИ	Општина Бач
Средња годишња температура ваздуха (у °C)	11
Највиша средња максимална температура ваздуха (у °C)	Јул/Август (28,1)
Најнижа средња максимална температура ваздуха (у °C)	Јануар (-) 5,3
Просечна годишња висина падавина (у мм)	610
Инсолација у сатима (годишње)	2130
Средња годишња релативна влажност ваздуха (у %)	76
Облачност (у % у зимском периоду)	57

Извор: Стратегија друштвено економског развоја општине Бач, Просторни план општине Бач

3.1.4. Саобраћај

Конститутивни елементи саобраћајне инфраструктуре на подручју општине Бач су друмски, железнички и водни саобраћај.

У погледу друмске инфраструктуре, саобраћајну окосницу на територији општине Бач чине:

- Магистрални пут М-18 (Оџаци – Бач – Бачка Паланка) који представља државни пут I реда
- Регионални пут Р – 102 (Бачко Ново Село – Бач – Селенча – Ратково - Бачки Петровац) који представља државни пут II реда

Траса пута М-18 дијаметрално пресеца простор општине и тангира урбани простор насеља Бач. Овај саобраћајни капацитет представља основни реципијент и дистрибутер свих саобраћајних захтева; просторни план предвиђа његову реконструкцију и модернизацију. У том контексту, постоје и планови за изградњу и модернизацију државног пута II реда у траси од државног пута I реда М-18 до Дунава (трајектне везе са Вуковаром). Траса овог пута се у извесној мери поклапа са већ изграђеним путним правцем (до Бођана).

Други важан правац представља саобраћајница државног пута II реда (регионални пут) Р – 102 Ратково – Бач – Бачко Ново Село. Овај саобраћајни капацитет има регионални значај, али је значајан и са локалног аспекта јер се његовом експлоатацијом остварује значајан интерни проток. Потребно је улагање у одржавање и модернизацију овог правца како би могао да буде безбедан за употребу у свим временским условима.

Просторним планом је предвиђена изградња и ревитализација путних праваца који ће представљати систем локалних (општинских) путева за повезивање насеља, појединих локалитета и привредних субјеката у атару. Степен изградње ове мреже зависиће од економске оправданости развоја појединачних пројеката и

делатности на нивоу појединачних локалитета. У том контексту, предвиђено је и системско повезивање некатегорисаних путева (шумских, атарских и осталих) у саобраћајну матрицу општине Бач. Изградња путних садржаја (бензинских и гасних станица, аутосервиса, теретних терминала и сл.) ће бити омогућена сагласно претходном испуњавању саобраћајних, технолошких и безбедносних услова, као и услова заштите животне средине и одрживог развоја.

На подручју општине налази се укупно 108 км путне мреже и то 7 км магистралних, 23 км регионалних и 78 км локалних путева. Од укупне путне мреже на територији општине, 88% припада савременом коловозу (превучено асфалтом).

Железнички саобраћај се одвија коришћењем пруге из правца Оцака, а постоје и утврђени коридори у којима је пруга демонтирана. Стање пруге је такво да омогућава повремено коришћење, док је пруга из правца Бачке Паланке делом уклоњена, па не постоји могућност експлоатације. Просторним планом предвиђена је реконструкција и модернизација постојећих пружних коридора у циљу побољшања експлоатационих параметара како би било омогућено укључење железнице у систем регионалних пруга у складу са европским стандардима.

Водни саобраћај на територији општине Бач се може развити коришћењем међународног пловног пута реке Дунав, али је на постојећем нивоу развоја идентификован само потенцијал, док експлоатација не постоји ни у једном пловном облику. Идентификован је и потенцијал за развој наутичког туризма на обали Дунава, али су за његово искоришћење потребна улагања у објекте инфраструктуре – пристан са свим пратећим садржајима, уз планирање посебних програма који би туристима омогућили да у Бач могу долазити туристичким бродовима и приватним пловилима (пристани, привези, снабдевање, оправке). У том контексту, од значаја је локалитет Бачко Ново Село, за које постоји Пројекат изградње наутичког центра подржан од стране Савета за туризам Покрајинског секретаријата за привреду ИВ Војводине.

Искоришћавање пловних карактеристика канала из система Дунав – Тиса – Дунав (Каравуково – Бачки Петровац) могуће је у домену транспорта и интегралног повезивања овог вида транспорта са осталим видовима саобраћаја при превозу масовне робе.

Ваздушни саобраћај (путнички и карго) за кориснике са подручја општине Бач ће се обављати преко аеродрома у Сурчину до оспособљавања аеродрома у Сомбору. На подручју општине постоје одређене земљане писте за авионе пољопривредне авијације, међутим, за њихово искоришћење потребно је претходно регулисање имовинско – правних односа.

3.1.5. Економија

На територији општине Бач, на дан 22.09.2010. године, регистровано је 552 предузећа, од чега је 405 предузетника и 147 привредних друштава (3 акционарска друштва, 2 друштвена предузећа, 120 друштава са ограниченом одговорношћу, 4 јавна предузећа, 9 ортачких друштава и 9 задруга).

Структура делатности привредних друштава дата је следећим приказом:



Извор: Агенција за привредне регистре Републике Србије, стање на дан 22.09.2010.

Највећи број привредних друштава је у сектору прерадивачке индустрије (31%), трговине на мало и на велико (20%), те пољопривреди, шумарству и водопривреди (20%).

Нека од успешних предузећа са територије општине Бач су: „Здраво Органик“, д.о.о., Селенча; Фабрика шећера „Југозападна Бачка“, а.д., Бач; „Фантазија“, д.о.о., Бођани; „Арма“, а.д., Бач; „Ферит“, д.о.о., Бач; „Електрик“, д.о.о., Бач, итд.

Према попису становништва из 2002. број радно способних становника на територији општине Бач био је 10.760. Годишњи просек укупног броја запослених у 2008. години износио је 3.620 људи. Такође, у 2008. број запослених на 1.000 становника износио је 240, док је удео лица која самостално обављају делатност износио 33,8%¹.

Истовремено, број незапослених на 1.000 становника је 137, док је укупно незапослено 2.064 људи. Процењена стопа незапослености је нешто испод 20%. Просечна остварена нето зарада по запосленом у 2009. години износила је 22.227 динара (око 240 евра по курсу 92,25), што је значајно мање у односу на просечну зараду у Јужнобачком округу, која је износила 35.278 динара (око 380 евра).

Структура запослених по економским делатностима на територији општине Бач презентована је следећим дијаграмом:

¹ Извор: Републички завод за статистику



Извор: Завод за статистику Србије

Највећи број запослених у општини Бач су предузетници (34%), а потом следе запослени у прерађивачкој индустрији (15%) и пољопривреди, шумарству и водопривреди (14%). Учешће запослених у делатности хотели и ресторани износила је свега 0,3%.

У општини Бач је, према расположивим подацима, у 2005. години² остварен народни доходак у износу од око 1,77 милијарди динара (око 20,7 милиона евра, обрачунато по курсу 85,5 динара за 1 евро), или око 108.710 динара (1.270 евра) пер цапита. Процена новостворене вредности за 2010. годину, према кретању реалне стопе раста БДП (извор НБС) износи 2,05 милијарди динара (19,5 милиона евра по курсу од 105 динара за 1 евро), док је овај показатељ по глави становника процењен на 125.860 динара, односно око 1.200 евра. Структура народног дохотка по делатностима дата је у следећем приказу:

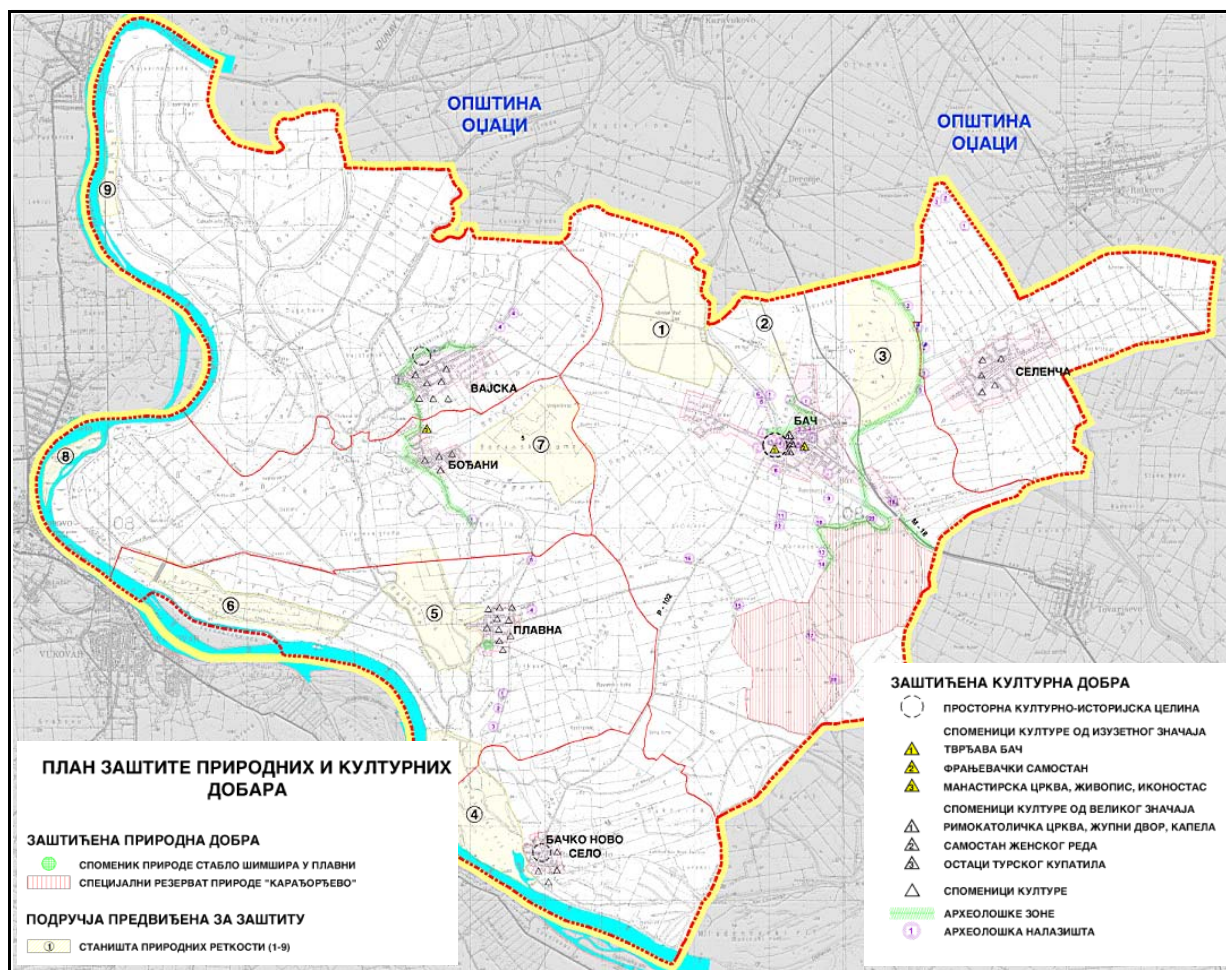
² 2005. година је последња година у којој се бележи структура националног дохотка од стране Републичког завода за статистику Републике Србије



Извор: Завод за статистику Србије

Структура народног дохотка упућује на доминантно учешће пољопривреде (51%). Значајно учешће у народном дохотку остварују и сектор прерађивачке индустрије (24%) и грађевинарства (8%). Допринос сектора хотели и ресторани националном дохотку износио је свега 1%.

3.1.6. Заштита животне средине



Извор: Просторни план општине Бач

Према Просторном плану општине Бач, на територији општине налазе се следеће заштићене природне вредности:

- Споменик природе Шимшир у селу Плавна;
- Део Специјалног резервата природе Карађорђево. Специјални резерват природе Карађорђево стављен је под заштиту Уредбом о заштити Специјалног резервата природе Карађорђево (Сл. Гласник РС, бр. 37/97). Локалитети Врањак и Гуваниште налазе се под III степеном заштите;
- Подручја станишта ретких птица која су стављена под заштиту Уредбом о заштити природних реткости (Сл. Гласник РС, бр. 50/93), а обухватају следеће локалитете: рибањак у Бачу, бара Делалуша, шума Ристовача, Новоселски рит, локалитети Рашковица, Бучковац, Бођанска шума, ада Киртош и Лабудњача који се налазе под I степеном заштите.

Према Просторном плану општине Бач, на територији општине налазе се следеће заштићене културне вредности:

- Просторне културно-историјске целине: Тврђава Бач са подграђем, центар Бачког Новог села, Циганска махала (Вајска);
- Знаменита места: Свето тројство, споменик двестогодишњице досељавања Немаца;

- Споменик културе: Фрањевачки самостан, РКЦ Св. Апостола Петра, Жупни двор и капела Св. Антуна Пустињака, Самостан женског реда, Остаци турског купатила (Бач), Стара школа, Кућа са крупаром, Кућа Мартина Гута, Кућа у Л. Рибара, Летњиковац (Бачко Ново село), Манастирска црква, животопис и иконостас, РКЦ Св.Илија, Хлебна пећ са пушницом, Амбар (Бођани), Римокатоличка црква, амбар са осликаним мотивима, кућа са амбаром, стара општина Вајска, кућа са магацином (Вајска), икона Св. Јакоба у РКЦ, археолошки локалитет Циглана, Римокатоличка црква, парна пумпа, амбар на саоницама, хлебна пећ (Плавна), Евангелистичка црква, РКЦ са сликом Свете Тројице (Селенча);
- Археолошка налазишта: локалитет Бајера, локалитет мала Мандра (Бач), насеље и некропола, некропола из неоплитског доба и ране бронзе, неолит и енеолит, неолитско насеље, насеље из средњег века (Вајска), локалитет Дудара (Плавна), Латентско налазиште (Селенча).

3.1.7. Општа инфраструктура

Анализа инфраструктуре за подручје општине Бач урађена је на основу расположивих података из документа Просторни план општине Бач (предлог плана, 2006.), који је обрадио ЈП „Завод за урбанизам Војводине“ из Новог Сада.

Водопривредна инфраструктура

Снабдевање водом за пиће на територији општине Бач је организовано каптирањем подземних вода основног водоносног комплекса и водоносних средина плиоцена. За управљање водозахватима и водоводима задужено је ЈКП „Тврђава“ из Бача, које управља са пет водовода (Бач, Вајска, Бођани, Плавна и Бачко Ново Село). На територији општине Бач се налази и водозахват Селенча који је у надлежности месне заједнице Селенча.

Квалитет подземних вода не задовољава нормативе прописане за воду за пиће – садржај органских материја и амонијум јона је изнад максималне дозвољене концентрације, као и садржај гасова (сумпорводоника и метана).

Сва насељена места су у потпуности покривена водоводном мрежом у оквиру које су могућа даља проширења у складу са дефинисаним потребама. Укупна дужина водовода је 101.166 метара.

Канализација отпадних вода није изграђена ни у једном насељу општине, осим у појединим деловима Бача (око 30%). Једино постројење за пречишћавање отпадних вода изграђено је такође у Бачу. Постојећа индустрија није прикључена на канализациони систем. Евакуација отпадних вода у осталим насељима општине се и даље врши преко непрописно изведених септичких јама, чиме се непосредно угоржава животна средина и здравље људи.

Одвођење атмосферских вода у Бачу је делимично решено зацељеном канализационом мрежом, а делимично са отвореним каналима, док је у осталим насељима решено отвореним каналима положеним уз уличне саобраћајнице са уливом у најближе реципијенте – водотоке, депресије на периферији насеља или непосредно у мелиоративне канале. Канали углавном не врше своју функцију због неодржавања.

Гасоводна инфраструктура

На подручју општине Бач не постоји изграђена гасоводна инфраструктура. Предвиђена је изградња разводног гасовода за снабдевање целе општине гасом. Претходно је потребно израдити одговарајућу Студију гасификације у којој ће се

разрадити смернице развоја, приоритети, повезивање у шири систем и фазе изградње.

Нафтоводна инфраструктура

Кроз територију општине Бач пролази јадрански нафтовод ЈА – НА. Такође, планиране су истражне радње у домену експлоатације енергетских извора (нафте, природног гаса и термоминералних вода) за шта постоји одобрење издато НИС – Нафтагасу.

Електроенергетска инфраструктура

Снабдевање електричном енергијом потрошача на простору обухваћеном планом обезбеђено је из 20 kW РП „Бач“. На датом простору постоји изграђена преносна средњенапонска 35 kW, 20 kW, као и нисконапонска 0,4 kW мрежа и припадајуће трафостанице.

Постојећи капацитети електроенергетске инфраструктуре нису одговарајући у погледу стално растуће потрошње. Степен изграђености преносне и дистрибутивне мреже је задовољавајући у погледу покривености простора, међутим, капацитет и техничке карактеристике водава и дистрибутивних станица не задовољава дефинисане стандарде.

Потребно је повећати сигурност и квалитет напајања свих насеља. Јавна расвета у насељима није задовољавајућег квалитета.

Телекомуникациона инфраструктура

Стање телекомуникационе инфраструктуре на подручју општине Бач није на задовољавајућем нивоу. Ово се односи на све елементе телекомуникационе инфраструктуре – телекомуникационе објекте, телефонске централе, спојне путеве, примарну и секундарну мрежу у насељима. Секундарну мрежу одликује доминантно надземна изграђеност и недовољни капацитет. У мањим насељима још увек није извршена аутоматизација и дигитализација телекомуникационе опреме и система. Спојни путеви између телефонских централа у највећој мери су остварени оптичким кабловима.

На територији општине Бач прелазе радио – релејни коридори телекомуникационог система веза компаније „Телеком Србија“ и мобилних комуникација компанија „Теленор“ и „Вип мобиле“.

Препоруке из Просторног плана

У домену саобраћајне инфраструктуре, потребно је створити услове за свеобухватни развој саобраћаја како би се иницирао развој руралних подручја, нарочито у домену туризма, али и за потребе ефикаснијег и рационалнијег транспорта.

Неопходна су улагања у водопривредну инфраструктуру, нарочито у домену третмана отпадних вода – за изградњу канализационе мреже, као и изградњу постројења за прераду отпадних вода. Такође, потребно је предвидети и даља улагања у побољшање квалитета снабдевања водом.

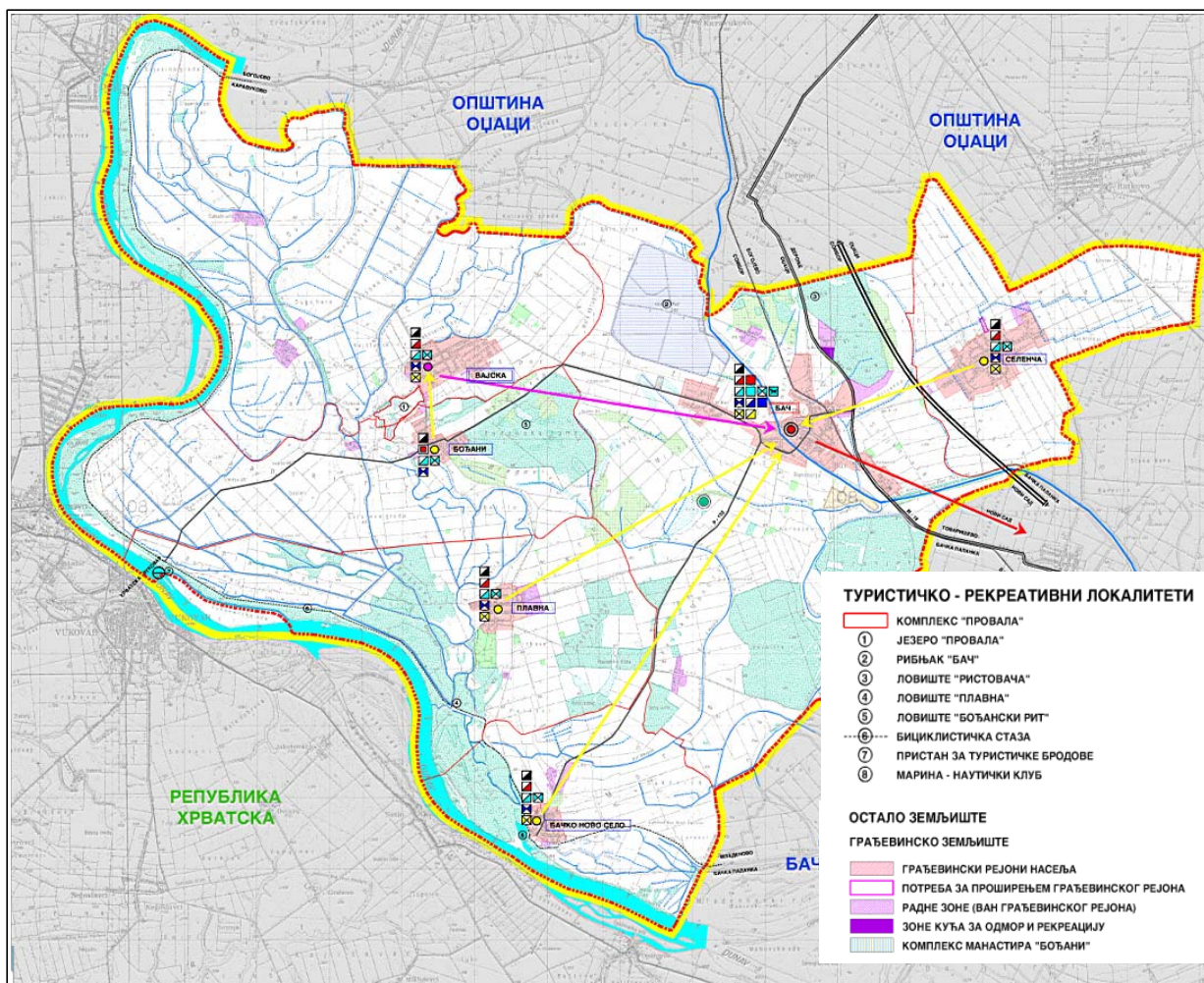
У домену термоенергетске инфраструктуре, потребна су даља улагања у гасификацију свих насељених места у општини Бач кроз изградњу разводних гасовода и дистрибутивне гасоводне мреже до свих потрошача.

У циљу обезбеђивања квалитетне и сигурне испоруке електричне енергије која ће одговарати захтевима потрошње, неопходна су улагања у ревитализацију преносне мреже и обезбеђивање коридора за нову преносну мрежу, као и

изградњу нових и реконструкцију постојећих трафостаница. Такође, неопходна су и улагања у изградњу система квалитетне јавне расвете.

Улагања у телекомуникациону инфраструктуру би требало да обухвате: изградњу мреже међумесних веза високог квалитета, замену дотрајале опреме, увођење нових телекомуникационих услуга увођењем оптичких каблова, као и изградњу модерних приступних кабловских мрежа за обезбеђивање широкопојасних сервиса уз праћење и укључивање нових технологија у складу са светским трендовима.

3.1.8. Планска основа за развој туризма



Извор: Просторни план општине Бач

Планску основу за територију општине Бач представља Просторни план општине Бач. Просторни план општине Бач идентификовао је следеће туристичко-рекреативне локалитете:

1. Језеро Провала
2. Рибањак Бач
3. Ловиште Ристовача
4. Ловиште Плавна
5. Ловиште Бођански Рит
6. Бициклистичка стаза
7. Пристан за туристичке бродове
8. Марина – наутички клуб

У Просторном плану наводе се следеће смернице за развој туризма:

- Повољан географски положај општине услед локације на Дунаву (43 км пловног пута), близине великих туристичко емитивних подручја (Београд и Нови Сад), граничног положаја (могућност заједничких пројеката које подржава ЕУ);
- Фокус на Подунавље као све значајнијег туристичког коридора Европе (пројекат изградње пристана за туристичке бродове, европски пројекат бицикличких стаза, пројекат изградње марине итд.);
- Потенцијал за рекреацију на води и спортски риболов на језеру Провала;
- Риболов и рекреација на Рибњаку Бач;
- Потенцијал за ловни туризам (ловишта Ристовача, Плавна, Бођански рит, Мостонга-Рибњак, ВУ Карађорђево).

3.1.9. Туристички систем

Смештајни капацитет

На подручју општине налази се укупно 9 објеката са укупним капацитетом од 129 лежајева. Преглед смештајних објеката дат је у следећој табели:

СМЕШТАЈНИ КАПАЦИТЕТ - ОПШТИНА БАЧ				
Име	Врста објекта	Број соба	Број лежаја	Слика
Хотел Централукс	Хотел	14	32	
Ловачка кућа Плавна	Ресторан са преноћиштем	11	22	
ДОО Јакић	Ресторан/Пансион	4	11	
СУР Ранч	Ресторан са преноћиштем	6	15	
Ресторан Бизнис клуб	Ресторан са преноћиштем	4	10	
Дидина кућа	Ресторан са преноћиштем	-	2	
Иверта	Пансион	6	12	
Провала	Мотел	7	15	-
Ресторан Врањак - ВУ Карађорђево	Ресторан са преноћиштем	5	10	-
УКУПНО		45	129	

У оквиру смештајних капацитета је један хотелски објекат Хотел Централукс са капацитетом од 32 лежаја што представља 25% у укупном смештајном капацитету. Према подацима ТО Бач, хотел има слабу годишњу стопу попуњености (до 10%), али има додатне изворе прихода (организација прослава, венчања, итд.). Поред хотела, смештајни капацитет на територији општине Бач чине углавном ресторани са преноћиштем. Смештајни капацитет спада у ниже категорије смештаја, на територији општине нема смештајних капацитета на нивоу 4* и више.

Туристички промет

Према Републичком Заводу за статистику нема регистрованих долазака и ноћења на територији општине Бач³. Разлог оваквом резултату јесте непотпуна листа смештајних капацитета у бази података Завода за статистику, те самим тим немогућност праћења туристичког промета.

Према ТО Бач⁴, подаци о броју ноћења страних и домаћих туриста дати су у следећој табели:

ОПШТИНА БАЧ	ТУРИСТИЧКА НОЋЕЊА У ПЕРИОДУ ОД 2006. ДО 2009. ГОДИНЕ			
	2006	2007	2008	2009
Туристичка ноћења - домаћи	1,722	1,688	1,512	1,681
Туристичка ноћења - страни	1,095	1,049	1,291	1,363
Туристичка ноћења - укупно	2,817	2,737	2,803	3,044

Извор: ТО Бач

У 2009. години, остварено је укупно 3.044 ноћења при чему су страни туристи остварили значајно учешће од 45%.

Број туриста који су посетили општину Бач у оквиру једнодневних екскурзија износио је 2.419 посетилаца⁵.



Извор: ТО Бач (Полицијска станица у Бачу)

У 2009. години остварено је 2.453 страних посета⁶ општини Бач. Структура страних посета указује на је највише страних посета из Републике Хрватске (27%), Словачке (14%), Немачке (12%), Аустрије (12%), и других земаља.

³ Извор: Републички Завод за статистику, Општински годишњак 2009

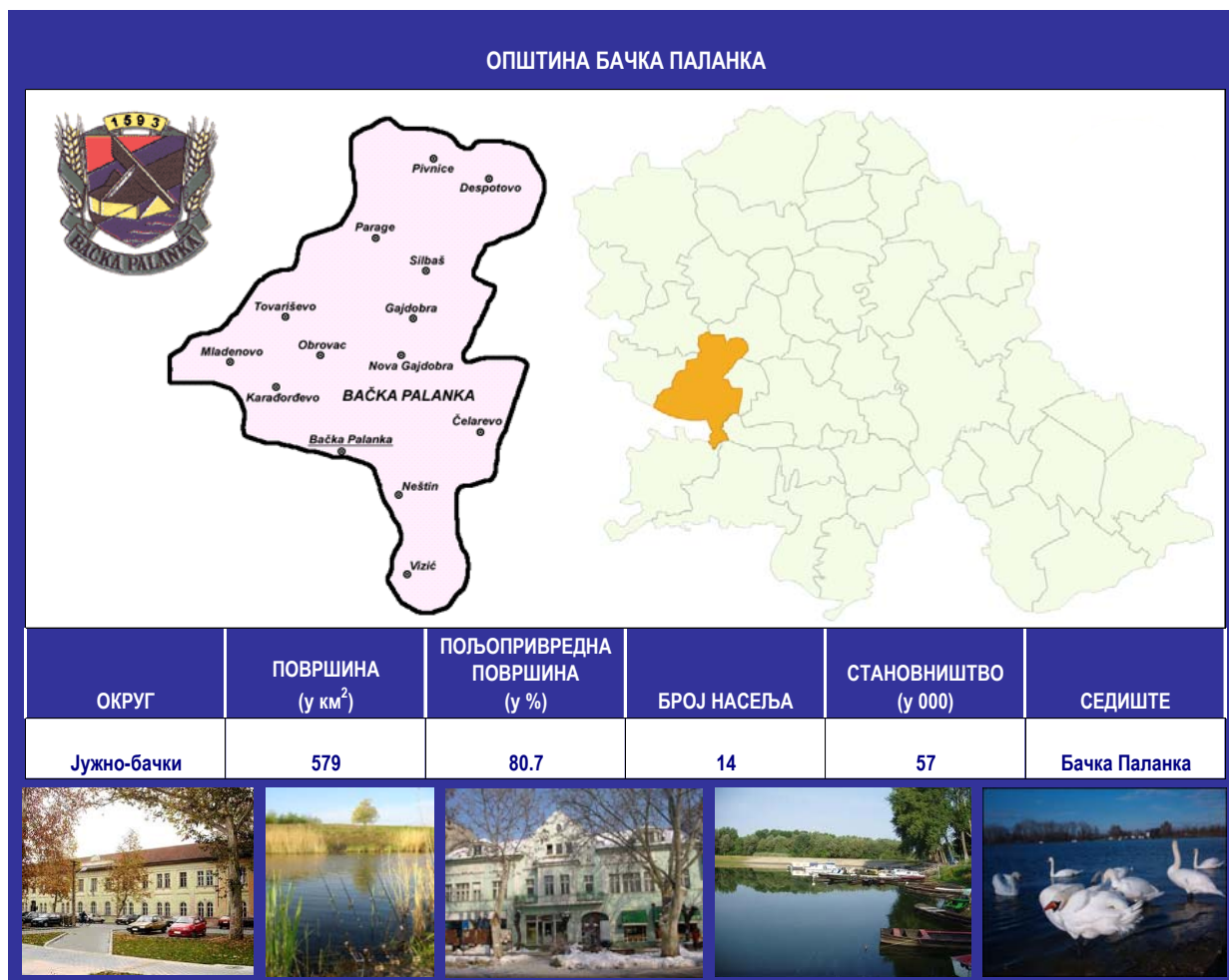
⁴ Подаци ТО Бач добијени су на основу упитника за власнике смештајних објеката

⁵ Подаци ТО Бач – локална водичка служба

⁶ НАПОМЕНА: Број се односи на стране посете, а не на стране туристе

3.2. Општина Бачка Паланка

3.2.1. Општи подаци

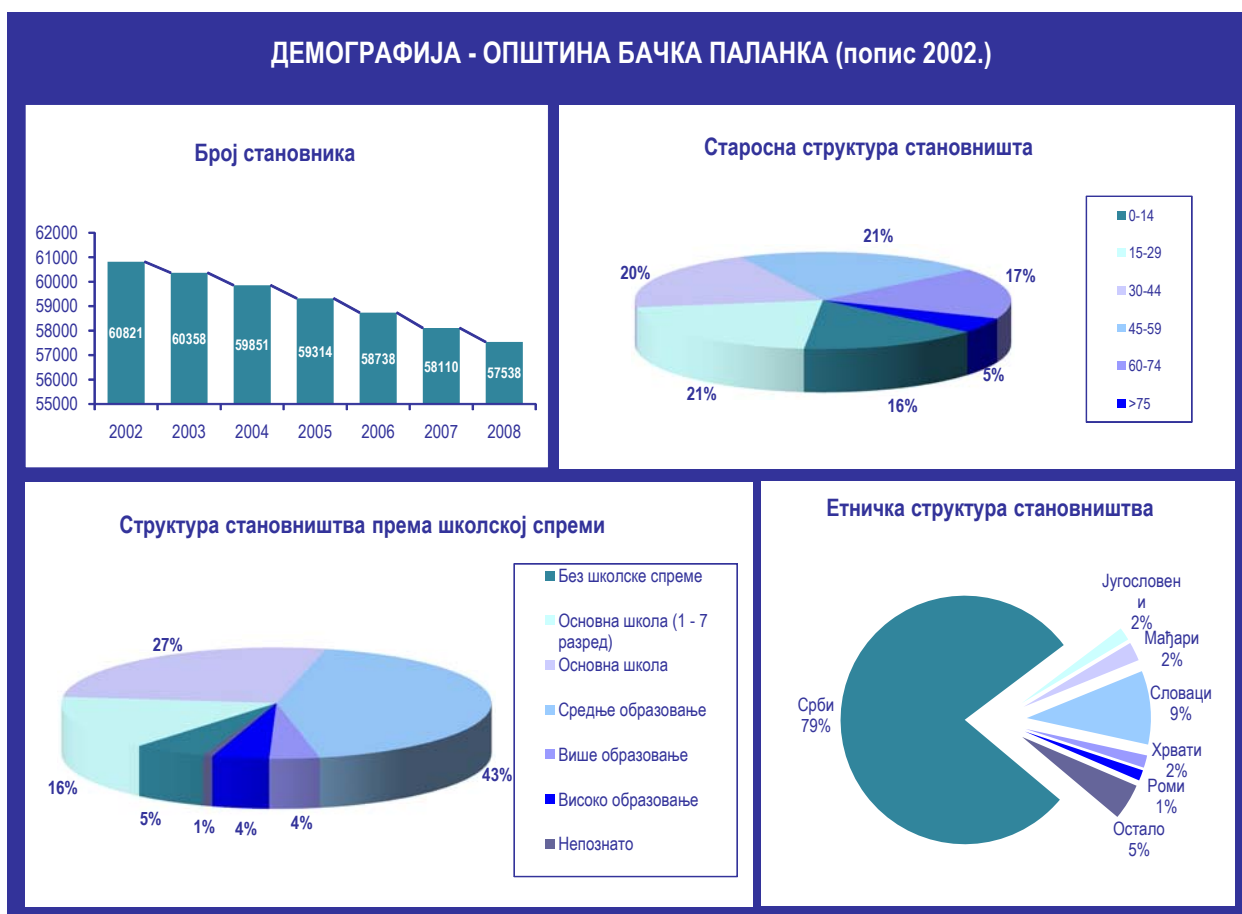


Општина Бачка Паланка се простире на 579 км² у југозападном делу Бачке. Граничи се са општином Бач на западу, општином Озаци на северозападу, општином Врбас на североистоку, општином Бачки Петровац на истоку, општинама Шид и Сремска Митровица на југу, општином Беочин на југоистоком и Хрватском на западу (река Дунав).

Општина Бачка Паланка обухвата 14 насеља: Бачка Паланка, Визић, Гајдобра, Деспотово, Младеново, Карађорђево, Нештин, Нова Гајдобра, Обровац, Параге, Пивнице, Силбаш, Товаришево и Челарево од којих се насеља Нештин и Визић налазе на територији Срема.

Општина Бачка Паланка је удаљена 40 км од Новог Сада, 107 км од Београда и 122 км од Београда.

3.2.2. Становништво



Извор: Завод за статистику РС

Демографске карактеристике општине Бачка Паланка су следеће:

- Пад броја становника у периоду од 2002. до 2008. године по просечној стопи пада од 0,8%;
- У етничкој структури преовлађују Срби (78%) и Словаци (10%), Хрвати, Мађари, Југословени и остале етничке групације;
- Старосни профил становништва карактерише равномерна структура старосних категорија, те индекс старења од 98,18 (однос становништва старијег од 60 у односу на становништво млађег од 19 година), што представља виши индекс у односу на Војводину (94,72);
- Негативан природни прираштај (-4,9), приближно на нивоу Војводине (-5);
- Већа густина насељености становништва (105 становника/км²) у односу на просек Војводине (94 становника/км²);
- У образовној структури преовлађује средње образовано становништво (43%). Незнатно повољнија образовна структура у односу на друге две општине (8% више и високо образованог становништва);
- Повећање становника у периоду од 1991. до 2002. године засновано на имиграцијама становништва за време ратова на Балкану.

3.2.3. Клима

Општину Бачка Паланка карактерише умерено-континентална клима. Основни климатски показатељи дати су у табели у наставку:

КЛИМАТСКИ ПОКАЗАТЕЉИ	Бачка Паланка
Средња годишња температура ваздуха (у °С)	11,5
Највиша средња максимална температура ваздуха (у °С)	Јул (21,9)
Најнижа средња максимална температура ваздуха (у °С)	Јануар (0,3)
Просечна годишња висина падавина (у мм)	680
Инсолација у сатима (годишње)	2189,4
Средња годишња релативна влажност ваздуха (у %)	73,9
Облачност (у % у зимском периоду)	68

Извор: Стратегија развоја општине Бач, Просторни план општине Бачка Паланка

3.2.4. Саобраћај

На територији општине Бачка Паланка примарни вид саобраћаја представља друмски саобраћај, док су железнички и водни саобраћај од секундарног значаја.

Друмски саобраћај на територији општине обухвата путеве различитих категорија – два државна пута I реда (магистрални путеви), пет државних путева II реда (регионални путеви), два локална (општинска) пута и неколико некатегорисаних путева. Преглед категорисаних друмских саобраћајница дат је у наставку:

- Магистрални пут М-18 ((граница Мађарске) Бачки Брег – Бездан – Сомбор – Оџаци – Бач – **Бачка Паланка** – (прекид због територије Хрватске) – Шид – Е-70 – Сремска Рача (граница са БиХ) који представља државни пут I реда
- Магистрални пут М – 7 ((граница Румуније) Српска Црња – Нова Црња – Житиште – Зрењанин – Жабал – Нови Сад – **Бачка Паланка**) који представља државни пут I реда
- Регионални пут бр. 119 (Хоргош – Кањижа – Сента – Бачка Топола – Кула – Савино Село – Гајдобра – **Бачка Паланка**) који представља државни пут II реда
- Регионални пут бр. 119.2 (**Гајдобра – Челарево**) који представља државни пут II реда
- Регионални пут бр. 102 (Бачко Ново Село – Бач – Ратково – **Силбаш** – Бачки Петровац – Нови) који представља државни пут II реда
- Регионални пут бр. 104 (Оџаци – **Пивнице – Деспотово** – Змајево – Сириг – Темерин – Жабал) који представља државни пут II реда
- Регионални пут бр. 107 (Нештин – Сусек – Беочин – Нови Сад) који представља државни пут II реда
- Локални ДП бр. 18 – Младеново
- Локални ДП бр. 107 – Визић

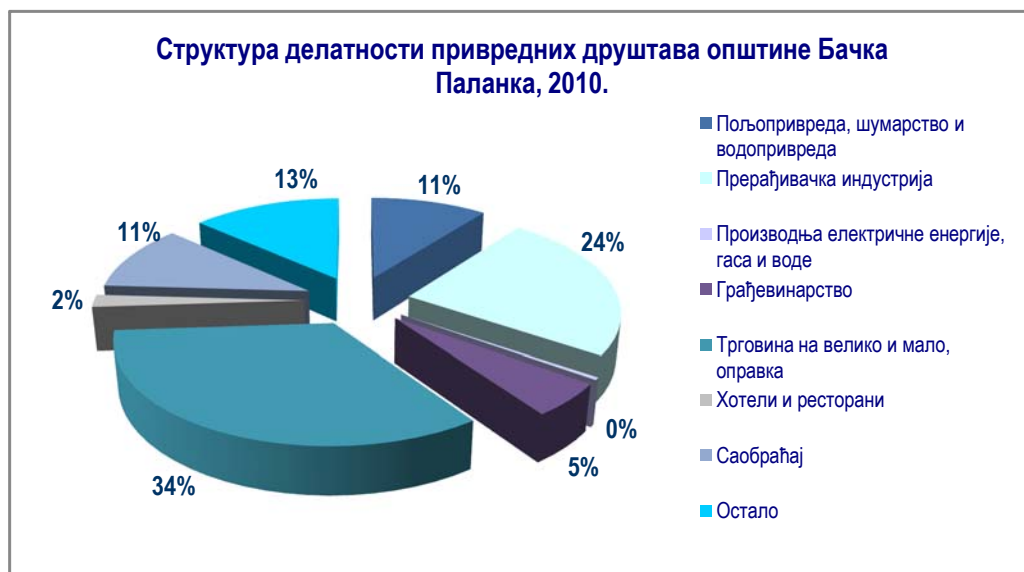
Саобраћајно оптерећење на државним путевима бр. 7 и бр. 18 је велико, посебно због транзитног саобраћаја из правца Новог Сада и из правца Оцака и Сомбора, што представља највећи саобраћајни проблем на простору општине. У претходном периоду су дислоцирани транзитни токови (обилазнице државних путева 7 и 18), што је ублажило проблем оптерећења насеља посебно за саобраћај који гравитира ка Бачу, Оацима, Апатину и Сомбору. Међутим, сви саобраћајни токови који гравитирају ка Републици Хрватској и даље пролазе кроз централно језгро насеља, што угрожава безбедност и доводи до загушења у периодима вршног оптерећења.

Железнички саобраћај на простору Општине одвија се преко пруге Нови Сад – Гајдобра – Богојево, као и пруге Гајдобра – Бачка Паланка. Железничка пруга Нови Сад – Гајдобра – Богојево спада у групу главних пруга у Војводини и на њој се обавља путничко - робни транспорт. По изграђености и елементима ова пруга пружа задовољавајући ниво превозних услуга, с тим да се у будућности мора реконструисати и модернизовати како би задовољила европске стандарде.

Водни саобраћај је присутан преко међународног пловног пута реке Дунав и постојећег пристаништа у Бачкој Паланци, које је само делимично изграђено и опремљено за манипулацију одређеним структурама робе. У оквиру овог пристаништа постоје знатни просторни и хидролошки потенцијали који се могу укључити у технолошко-логистички поступак изградње и оспособљавања будућег пристаништа као савременог интегралног терминала за разне структуре роба. У урбаном простору Бачке Паланке постоји изграђено путничко пристаниште, што представља значајан потенцијал у контексту развоја туристичке инфраструктуре на подручју општине. Водни саобраћај је присутан и преко канала ДТД, који у постојећем стању служи за транзитна кретања, из разлога што не постоји изграђен капацитет водног саобраћаја.

3.2.5. Економија

На дан 22.09.2010. године, у Бачкој Паланци је укупно регистровано 2.185 предузећа, од чега 1429 предузетника и 756 привредних друштава. Структура привредних друштава према облику организовања била је следећа: 26 акционарских друштава, 635 друштава са ограниченом одговорношћу, 5 јавних предузећа, 3 командитна друштва, 41 ортачко друштво, 45 задруга и 1 представништво страног правног лица. Структура делатности привредних друштава општине Бачка Паланка дата је у следећој табели:



Извор: Агенција за привредне регистре Републике Србије, стање на дан 22.09.2010.

У општини Бачка Паланка, највећи број привредних друштава је у сектору трговине на велико и мало (34%), прерађивачке индустрије (24%), саобраћају (11%), те сектору пољопривреде, шумарства и водопривреде (11%).

Општина Бачка Паланка је позната по великом броју успешних фирми. Неке од њих су: Tarkett, Carlsberg Serbia, Victoria Group, Синтелон а.д., Малтинекс – Суфле, Алинг, Радник, Меркур, Нопал, Фруктус, Радник, Дунавпревоз, итд.

Број радно способних становника у Бачкој Паланци у 2002. години износио је 41.690. Годишњи просек броја запослених на 1.000 становника износио је 245 у 2008. години, док је удео лица која самостално обављају делатност износио 28,8%.

Структура запослених по економских делатностима општине дата је на следећем графикону:



Извор: Завод за статистику Србије

Највећи број запослених у општини Бачка Планака су предузетници (29%), следе запослени у прерађивачкој индустрији (28%), а потом у трговини на велико и мало (8%), и пољопривреди, шумарству и водопривреди (7%). Учешће запослених у делатности хотели и ресторани износила је свега 0,5%.

На територији Бачке Паланке је у 2009. години укупно било 7.056 незапослених лица, а број незапослених на 1.000 становника износио је 123, што је мањи број у односу на општину Бач (137), али већи број незапослених у односу на Бачки Петровац (91). Процењена стопа незапослености је око 17%. Просечна остварена нето зарада по запосленом у 2009. години износила је 32.239 динара (око 350 евра, обрачунато по курсу 92,25 динара за 1 евро), што је нешто испод просека за Јужнобачки округ - 35.278 динара (око 380 евра).

У општини Бачка Паланка је у 2005. години⁷ остварен народни доходак у износу од око 9,55 милијарди динара (111,73 милиона евра по курсу 85,5 динара за један евро), односно 156.696 динара пер цапита (1.833 евра). Процењено је да ће се у 2010. години остварити 11,06 милијарди динара народног дохотка, тј. 181.415 динара пер цапита (око 1.730 евра). За обрачун процењених вредности је коришћен курс од 105 динара за 1 евро.

Структура народног дохотка у 2005. години дата је на следећем графикону:

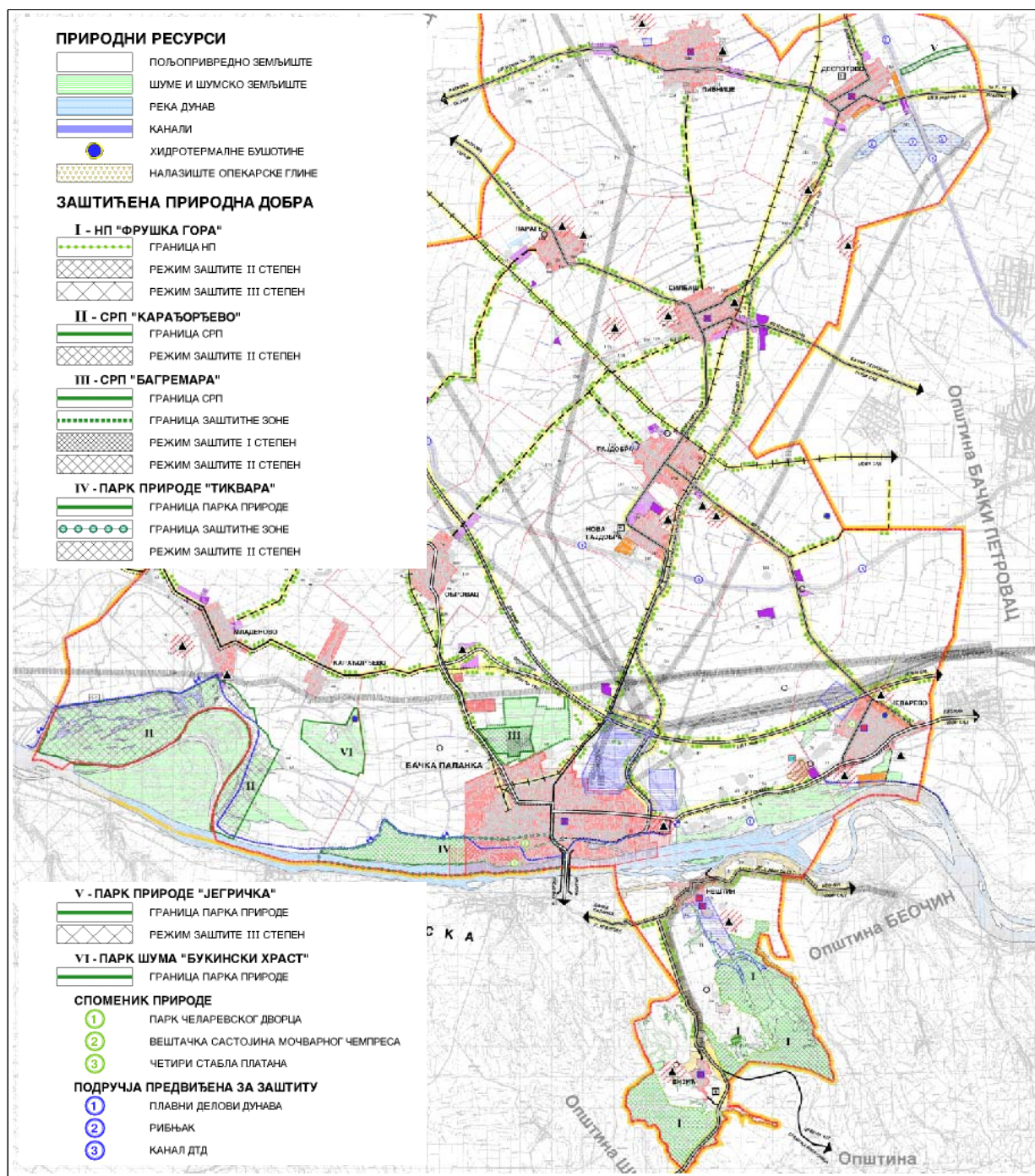


Извор: Завод за статистику Републике Србије

Структура народног дохотка упућује на доминантно учешће прерађивачке индустрије (54%). Значајно учешће у народном дохотку остварују и сектор пољопривреде, шумарства и водопривреде (20%) и трговине на велико и мало (11%). Допринос сектора хотели и ресторани националном дохотку износио је свега 1%.

⁷ 2005. година је последња година у којој се бележи структура националног дохотка од стране Завода за статистику Републике Србије

3.2.6. Заштита животне средине



Извор: Просторни план општине Бачка Паланка

Према Просторном плану општине Бачка Паланка, на територији општине налазе се следеће заштићене природе вредности:

- Део Специјалног резервата природе Карађорђево, стављен под заштиту Уредбом о заштити Специјалног резервата природе Карађорђево (Сл. Гласник РС, бр. 37/97). СРП Карађорђево се на територији Бачке Паланке простире на 1.316,80 ха што представља 44,5% од укупне површине резервата, а односи се на подручје Букинског рита у режиму заштите II степена
- Део НП Фрушка Гора, у режиму I и III степена заштите

- Специјални резерват природе Багремара (Уредба о заштити специјалног резервата природе Багремара, Сл. Гласник РС, бр. 12/7) површине 117,58 ha, у режиму I степена заштите
- Парк природе Тиквара (Одлука о заштити парка природе Тиквара, Сл. Гласник Општине Бачка Паланка, бр. 8/91), површине 508,13 ha, у режиму заштите II степена заштите
- Парк Природе Јегричка (Одлука о заштити Парка природе Јегричка (Сл. Гласник Општине Бачка Паланка, бр. 13/06), у режиму заштите III степена
- Споменик природе Парк Челаревског дворца (Одлука о заштити Споменика природе Парк Челаревског дворца, Сл. Гласник Општине Бачка Паланка, бр. 7/03), површине 7,33 ha, у режиму III степена заштите
- Парк шума Букински храстик, (Решење о проглашењу шуме Букински храстик за шуму са посебном наменом, Сл. САПВ, бр. 7/73), површине 287,57 ha

Према Просторном плану општине Бач, на територији општине налазе се следеће заштићене културне вредности:

- Споменици културе од великог значаја: Српска православна црква посвећена Св. Јовану Крститељу, Српска православна црква посвећена Св. Јовану Претечи у Деспотову, Српска православна црква у Нештину, Српска православна црква посвећена Успењу Пресвете Богородице у Пивницама, Српска православна црква посвећена Св. Јовану Златоустом,
- Културно добро од изузетног значаја: Челарево – Дворац Дунђерски, Сеоска кућа у Нештину,
- Споменик културе: Српска православна црква посвећена Св. Григорију Богослову у Товаришеву, Српска православна црква у Визићу.

Према Просторном плану општине Бачка Паланка, на територији општине налази се укупно 249 археолошких локалитета. Археолошки локалитет на Циглани у Челареву, који се односи на раносредњовековно насеље, је проглашено за културно добро од изузетног значаја.

3.2.7. Општа инфраструктура

Анализа инфраструктуре на територији општине Бачка Паланка урађена је на основу информација из Просторног плана општине Бачка Паланка (фебруар 2010.), који је обрадио ЈП „Завод за урбанизам Војводине“ из Новог Сада.

Водопривредна инфраструктура

Снабдевање водом

На територији општине Бачка Паланка снабдевање становништва и скоро целе индустрије водом врши се захватањем подземних вода углавном из водоносних средина плиоцена. Знатно мање се захватају подземне воде основног водоносног комплекса. Укупна просечна експлоатација подземних вода процењена је на око $Q=190$ л/с. Укупно на извориштима јавног водоснабдевања има више од 60 активних бунара. Квалитет захваћених вода карактерише повећани садржај амонијака, сувог остатка, хлорида и гвожђа, повишена концентрација органских материја, висока минерализација, а понегде и умерена концентрација метана због које непажњом може да се изазове експлозија.

Одвођење отпадних и атмосферских вода

Канализација отпадних вода изведена је у Бачкој Паланци и Челареву, а постројење за пречишћавање отпадних вода изграђено је једино у Бачкој Паланци, али није у функцији и може се рећи да практично не постоји. Постојећа индустрија није прикључена на канализациони систем. Евакуација отпадних вода у осталим насељима Општине се и даље врши преко непрописно изведених септичких јама, чиме се непосредно угрожава животна средина и здравље људи. Одвођење атмосферских вода у Бачкој Паланци решено је са делимично зацељеном канализационом мрежом, а делимично са отвореним каналима, док је у осталим насељима решено отвореним каналима положеним уз уличне саобраћајнице са уливом у најближе реципијенте, водотоке, депресије на периферији насеља или непосредно у мелиоративне канале. Канали углавном не врше своју функцију због неодржавања.

Гасоводна и нафтоводна инфраструктура

Гасоводна инфраструктура

Снабдевање потрошача гасом на подручју обухвата Плана обезбеђено је са разводног гасовода високог притиска РГ-04-11 Футог - Бачка Паланка. Постоји и прикључни гасовод за насеље Челарево. Изграђеност гасоводне инфраструктуре није на задовољавајућем нивоу. Већина насеља није гасификована.

Нафтоводна инфраструктура

Кроз територију општине Бачка Паланка пролази коридор Јадранског нафтовода ЈА-НА.

Електроенергетска инфраструктура

Снабдевање електричном енергијом потрошача обезбеђено је из трафостаница ТС „Бачка Паланка 1“, трансформација 110/35 kW и ТС „Бачка Паланка 2“ 110/20 kW, са уграђеним трафоима снаге 20 kW и 2x31 МВА. Трафостанице ТС „Бачка Паланка 1“ и „Бачка Паланка 2“, су повезане у 110 kW прстен Футог – Нови Сад 3 – Србобран. Преко територије Општине прелази и 220 kW далековод бр. 209/2 Сремска Митровица 2 – Србобран. Ови далеководи чине и део основне преносне електроенергетске мреже за територију АП Војводине.

Постојеће капацитете електроенергетске инфраструктуре карактерише неприлагођеност захтевима стално растуће потрошње. Изграђеност преносне и дистрибутивне мреже је задовољавајућа у погледу покривености простора, али не и у погледу капацитета и техничких карактеристика водова и дистрибутивних трафостаница.

Већи део преносне мреже је одговарајућег квалитета. Део средњенапонске мреже је грађен за 10 kW напонски ниво, те се мора реконструисати или заменити. Капацитети изграђених трафостаница такође су незадовољавајући, те је потребно у наредном периоду повећати инсталисану снагу трафоа и изградити нове капацитете. Секундарна (нисконапонска) мрежа непосредно напаја потрошаче и може се констатовати да она покрива сва насеља. Ова мрежа је највећим делом ваздушна. Јавна расвета у насељима не задовољава стандарде.

Телекомуникациона инфраструктура

Телекомуникациона инфраструктура на подручју општине Бачка Паланка, којом су обухваћени телекомуникациони објекти, телефонске централе, спојни путеви и примарна мрежа у насељима већим делом, и по квалитету, и по капацитету није на задовољавајућем нивоу. Секундарна мрежа није на задовољавајућем нивоу, велики део је изграђен надземно и недовољног капацитета. У мањим насељима, још увек није извршена аутоматизација и дигитализација телекомуникационе

опреме и система. Спојни путеви између телефонских централа већим делом су остварени оптичким кабловима.

Месна ТТ мрежа у већини насеља такође није осавременењена, секундарна мрежа је углавном још увек ваздушна.

За потребе система ГСМ мреже мобилних телекомуникација на простору општине Бачка Паланка изграђене су базне радио-станице у КО Бачка Паланка, КО Челарево, КО Пивнице, КО Товаришево и КО Силбаш.

Препоруке из Просторног плана

Саобраћајна инфраструктура би требало да буде појачана изградњом нових капацитета. У друмском саобраћају потребно је изместити транзитни саобраћај из урбаних простора, спровести мере реконструкције и рехабилитације постојеће саобраћајне мреже. Задржано је опредељење да основна веза општине Бачка Паланка са субрегионима и аутопутем Е-75 буде регулисана изградњом нове саобраћајнице из ранга државних путева И реда – Сомбор (Озаци) – Бачка Паланка – Нови Сад ван урбаних простора насеља, чиме би се у великој мери олакшао приступ насељима у општини. Подразумева се адекватна изградња путних садржаја (бензинске и гасне станице, аутосервиси, теретни терминали и сл.) уз категорисане путеве у складу са дефинисаним условима и стандардима. У оквиру железничког саобраћаја потребна је модернизација пруге (електрификација и изградња нових капацитета) и сигнално – безбедоносних уређаја у складу са европским стандардима. Развој водног саобраћаја ће бити у функцији прерасподеле бруто транспортног рада на нивоу општине, али је од посебног значаја валоризација туристичког потенцијала ове врсте саобраћаја на територији општине, за шта је неопходно обезбедити потребне капацитете наутичке инфраструктуре (марина и путничко пристаниште). Такође, могуће је иницирати и развијати капацитете ваздушног саобраћаја у контексту спортско – туристичке понуде за посетиоце и туристе, за шта постоји потенцијал, али постоје и озбиљна ограничења у погледу административних и финансијских захтева.

Снабдевање водом би требало развијати у правцу регионалног система водоснабдевања (Новосадски регионални систем) из којег ће се снабдевати становништво насеља у општини, као и само они технолошки процеси који захтевају воду највишег квалитета. Одвођење и пречишћавање воде се мора развијати изградњом сепарационих канализационих система, којима ће се посебно одводити атмосферске воде, а посебно фекалне отпадне воде. Индустијске отпадне воде је потребно решавати посебним системима, у складу са потребама.

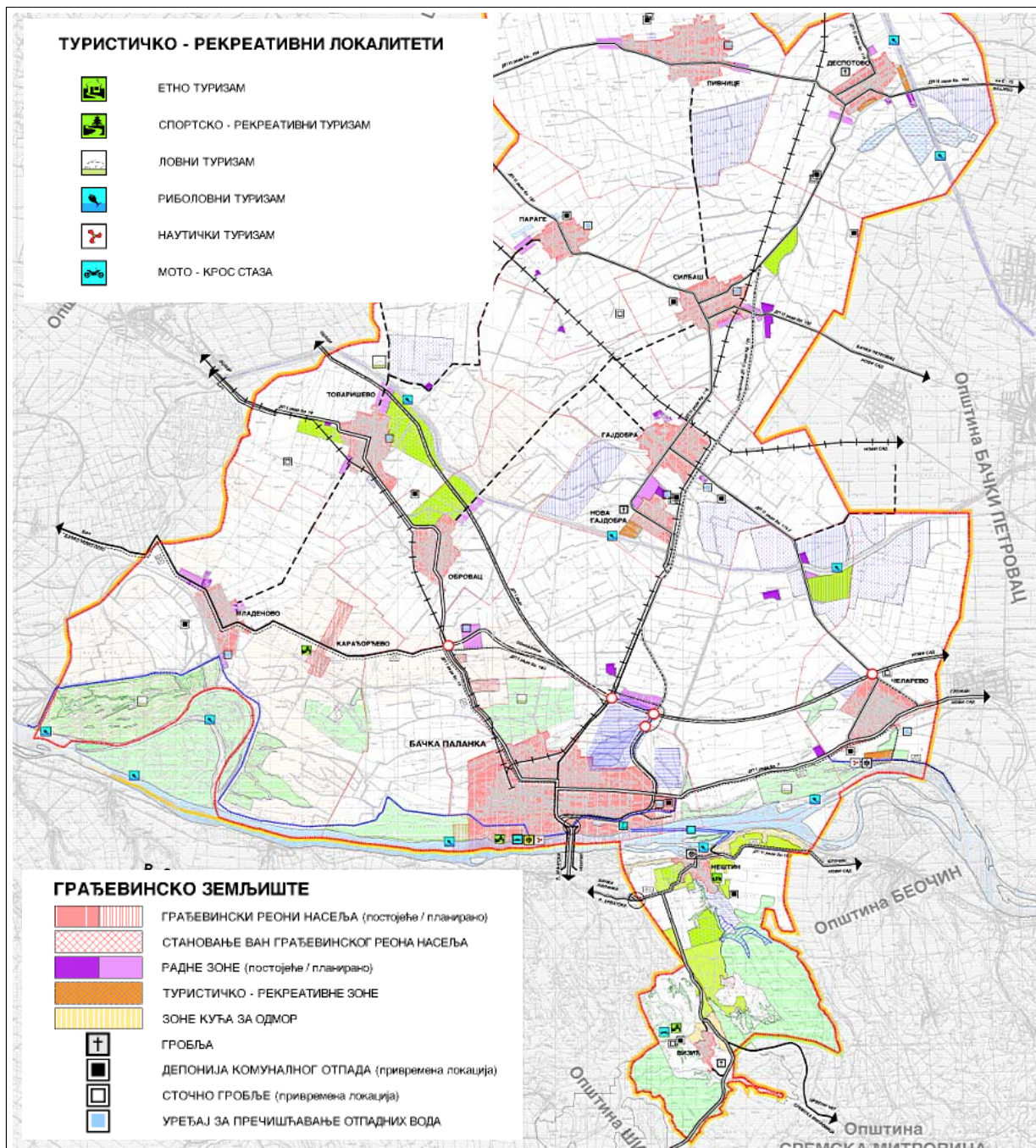
У домену термоенергетске инфраструктуре, потребно је наставити са развојем гасоводне инфраструктуре и њеног проширења у циљу гасификације свих насеља и боље експлоатације гаса.

Изграђену преносну и дистрибутивну електроенергетску мрежу је потребно ревитализовати, а потребно је и обезбедити двострано напајање општине струјом. Изградњом нових трафостаница 20/04 kW напонског преноса и реконструкцијом постојећих 10/0,4 kW би требало да буде обезбеђен капацитет за подмиривање потреба свих потрошача. Такође, потребна је реконструкција нисконапонске мреже у појединим насељима. Просторним планом општине предвиђено је и коришћење алтернативних облика енергије – биомасе, биогаса, геотермалне енергије, соларне енергије и енергије ветра.

У наредном периоду предвиђена је потпуна дигитализација телефонске мреже, што подразумева увођење дигиталних комутационих центара и дигиталних система преноса у свим равнима мреже. У свим насељима је потребно изградити

примарну и секундарну кабловску мрежу. Неопходно је јачање телекомуникационе инфраструктуре којом ће бити обезбеђена експлоатација широкопојасних сервиса уз праћење и укључивање нових технологија у складу са светским трендовима.

3.2.8. Планска основа за развој туризма



Извор: Просторни план општине Бачка Паланка

Просторни план идентификовао је следеће природне вредности за развој туризма:

- Дунав (наутички туризам)
- Језеро Тиквара (кајакашки спорт, спортски риболов)

- Комплекс Багремара, Горња и Доња ада, Букински храстик (излетничко-рекреативни локалитети)
- Животињски свет (ловни туризам) - СРП Карађорђево

Просторни план идентификовао је следеће културно-историјске вредности за развој туризма:

- Археолошки локалитети (локалитети Багремара и Циглана)
- Дворац Дунђерски у Челареву
- Библиотека Вељко Петровић

Као главни потенцијал подручја за развој туризма, Просторни план је идентификовао природна добра на подручју општине (национални парк, природни резервати, шуме), реку Дунав и канале за развој ловног, риболовног, наутничког, излетничког и спортско-рекреативног туризма.

3.2.9. Туристички систем

Смештајни капацитет

На подручју општине налази се укупно 7 објеката са укупним капацитетом од 159 лежајева. Преглед смештајних објеката дат је у следећој табели:

СМЕШТАЈНИ КАПАЦИТЕТ - ОПШТИНА БАЧКА ПАЛАНКА				
Име	Врста објекта	Број соба	Број лежаја	Слика
Хотел Фонтана	Хотел	31	59	
Гранд клуб	Преноћиште	14	21	
Идила Плус	Ресторан са преноћиштем	13	30	
Дијана Карађорђево	Ресторан са преноћиштем (Ловачка кућа)	9	16	
Полој	Мотел	8	19	
Чарда Флорида	Ресторан са преноћиштем	3	6	
Ловачки центар Врањак Карађорђево	Ресторан са преноћиштем	3	8	-
УКУПНО		81	159	

Извор: ТО Бачка Паланка

На подручју општине налази се један хотел, хотел Фонтана, у категорији од 3 звездице и укупним капацитетом од 59 лежајева, што представља 37% у укупном смештајном капацитету општине. Смештајни капацитет спада у ниже категорије смештаја, на територији општине нема смештајних капацитета на нивоу 4* и више.

Туристички промет

ОПШТИНА БАЧКА ПАЛАНКА	ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ У ПЕРИОДУ ОД 2005. ДО 2009. ГОДИНЕ				
	2005	2006	2007	2008	2009
Туристички доласци - домаћи	1814	1671	1611	2044	-
Туристички доласци - страни	1478	1968	1774	1830	-
Туристички доласци - укупно	3292	3639	3385	3874	-
Туристичка ноћења - домаћи	3283	3282	3680	4941	-
Туристичка ноћења - страни	3301	5549	4877	5285	-
Туристичка ноћења - укупно	6584	8831	8557	10226	7686
Просечно време боравка - домаћи	1.8	2.0	2.3	2.4	-
Просечно време боравка - страни	2.2	2.8	2.7	2.9	-
Просечно време боравка - укупно	2.0	2.4	2.5	2.6	-

Извор: Завод за статистику Републике Србије



Извор: Републички завод за статистику

Главне карактеристичке туристичког промета у општини Бачка Паланка су:

- Раст броја долазака и ноћења је у периоду од 2005. до 2008. године по просечној стопи раста од 11,6%;
- У 2009. години у односу на 2008. годину долази до значајног пада броја ноћења туриста по стопи од 24,8%;
- Значајно учешће страних туриста у укупним туристичким ноћењима – чак 52% у 2008. години;
- Просечно време боравка страних туриста од 2,9 дана и домаћих туриста од 2,4 дана;

3.3. Општина Бачки Петровац

3.3.1. Општи подаци



Општина Бачки Петровац простире се на 158 км² у југозападном делу Бачке. Граничи се са општином Нови Сад на истоку, општином Врбас на северу, општином Бачка Паланка на западу, и општином Беочин на југу.

Општина Бачки Петровац обухвата 4 насеља: Бачки Петровац, Гложан, Кулпин и Маглић.

3.3.2. Становништво



Извор: Завод за статистику РС

Демографске карактеристике општине Бачки Петровац су следеће:

- Раст броја становника до 2002. године (просечна годишња стопа раста од 0,11% у периоду од 1948 – 2002. године⁸), а потом пад броја становника у периоду од 2002 – 2008. године по просечној стопи пада од 0,6%
- У етничкој структури преовлађују Словаци (65%) и Срби (26%), и остале мањинске етничке групације (Хрвати, Југословени, Мађари);
- Старосни профил становништва карактерише равномерна структура старосних категорија, те индекс старења од 98,6 (однос становништва старијег од 60 у односу на становништво млађег од 19 година), што представља виши индекс у односу на Војводину (94,72);
- Негативан природни прираштај (-6,1), виши у односу на ниво Војводине (-5);
- Густина насељености становништва (92 становника/км²) одговара просеку Војводине (94 становника/км²);
- У образовној структури преовлађује средње образовано становништво (37%), док је удео више и високо образованог становништва 7%.

⁸ Преузето из Просторног плана општине Бачки Петровац

3.3.3. Клима

Општину Бачки Петровац карактерише умерено-континентална клима. Основни климатски показатељи дати су у табели у наставку:

КЛИМАТСКИ ПОКАЗАТЕЉИ	Бачки Петровац
Средња годишња температура ваздуха (у °С)	11
Највиша средња максимална температура ваздуха (у °С)	Јули (21,3)
Најнижа средња максимална температура ваздуха (у °С)	Јануар (-) 1,1
Просечна годишња висина падавина (у мм)	626
Инсолација у сатима (годишње)	2097,2
Средња годишња релативна влажност ваздуха (у %)	-
Облачност (у % у зимском периоду)	67

Извор: Просторни план општине Бачки Петровац

3.3.4. Саобраћај

За подручје општине Бачки Петровац карактеристични су следећи видови саобраћаја: друмски, железнички и водни. Доминантно је заступљен друмски саобраћај.

Саобраћајна мрежа унутар општине Бачки Петровац у потпуности испуњава све захтеве за транспортом. Државни пут I реда број 7 (магистрални пут) пресеца јужни део општине и представља важну спону општине са окружењем и субрегионима. Главна саобраћајница на територији општине Бачки Петровац је државни пут II реда (регионални пут) број 102, Нови Сад – Бачки Петровац – Ратково, који углавном интегрисе све саобраћајне токове и води транзит у правцу запада Војводине. Ова саобраћајница пресеца урбани простор насеља Бачки Петровац, чиме је угрожено функционисање саобраћаја унутар насеља, што проузрокује значајне проблеме.

На територији општине постоје и два локална (општинска) пута Бачки Петровац – Гложан и Бачки Петровац – Кулпин – Равно Село. Ови општински путеви су у функцији повезивања насеља и локалног су значаја. Уз некатегорисане путеве значајни су за остваривање веза између насеља и атара.

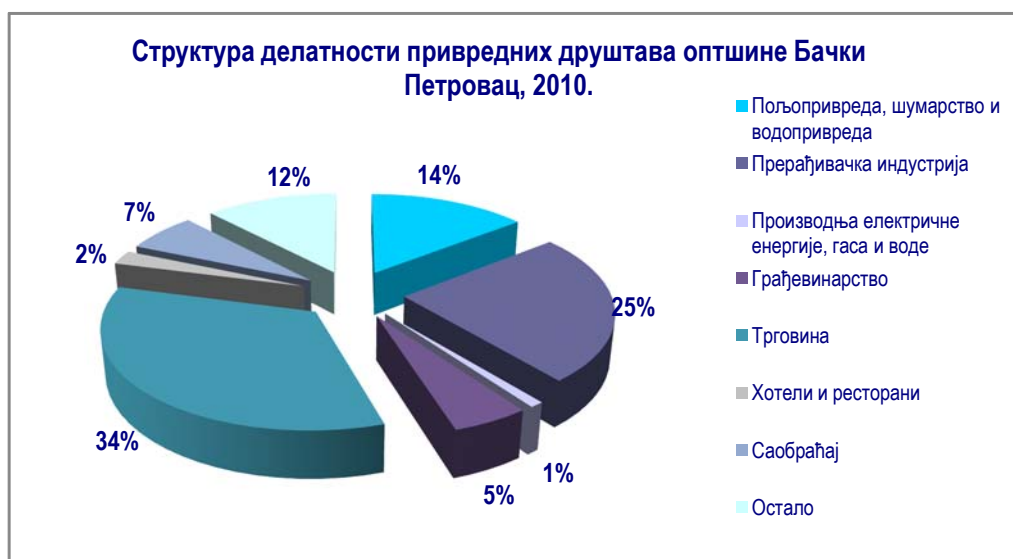
Инфраструктуру железничког саобраћаја карактерише једноколосечна споредна железничка пруга на правцу Нови Сад – Бачки Петровац – Оџаци. Експанзијом друмског саобраћаја, железница је изгубила на значају, тако да се сада пруга користи спорадично за робни, односно транспорт путника. Објекти и магацини изграђени у оквиру железничких станица нису у функцији.

Водни саобраћај се одвија коришћењем пловног канала из система Дунав – Тиса – Дунав: Каравуково – Бачки Петровац и Савино Село – Нови Сад. Пловни канали

омогућавају једносмерну пловидбу пловилима са газом од 2,1м. Оба пловна пута се уливају у заједнички канал који води ка Новом Саду (Дунаву).

3.3.5. Економија

На територији општине Бачки Петровац је на дан 22.09.2010. године било регистровано укупно 596 предузећа, од чега 381 предузетника. Од укупно 215 привредних друштава, активно је 7 акционарских друштава, 182 друштва са ограниченом одговорношћу, 4 командитна друштва, 3 јавна предузећа, 2 ортачка друштва, 13 задруга, 1 друштвено предузеће и 3 представништва страних лица. Структура делатности привредних друштава у општини Бачки Петровац била је следећа:



Извор: Агенција за привредне регистре Републике Србије, стање на дан 22.09.2010.

На територији Бачког Петровца је у 2002. години било укупно 9.885 радно способних становника. Годишњи просек броја запослених на 1.000 становника у 2008. години износио је 209. У истој години, учешће лица која самостално обављају делатност износило је 35,1%.

У Бачком Петровцу је у 2009. години било 1.269 незапослених, док је на 1.000 становника број незапослених био 91, што је представља бољу ситуацију и у односу на општину Бач (137) и у односу на општину Бачка Паланка (123). Процењена стопа незапослености у 2009. години била је око 8,7%. Остварена је просечна нето зарада од 24.819 динара (око 270 евра, обрачунато по курсу 92,25 динара за 1 евр), што је значајно испод просека који је остварен на територији Јужнобачког округа - 35.278 динара (око 380 евра).

Структура запослених по економским делатностима општине Бачки Петровац дата је на следећем дијаграму:



Извор: Завод за статистику Србије

Највећи број запослених је у сектору прерађивачке индустрије (29%), пољопривреди, шумарству и водопривреди (22%) и трговини на велико и мало (11%). Учешће запослених у делатности хотели и ресторани у односу на укупан број запослених у општини је било занемарљиво (0,1%).

У Бачком Петровцу је у 2005. години остварен народни доходак у износу од 1,2 милијарди динара, или 14,1 милион евра (обрачунато по курсу од 85,5 динара за 1 евро), односно 81.905 динара пер цапита (око 960 евра). Процењује се да ће у 2010. години бити остварен народни доходак у висини од 1,4 милијарди динара, односно око 13,3 милиона евра; народни доходак пер цапита је процењен на износ од 94.826 динара, тј. 903 евра (обрачунато по курсу од 105 динара за 1 евро). Структура оствареног народног дохотка дата је у следећем дијаграму:

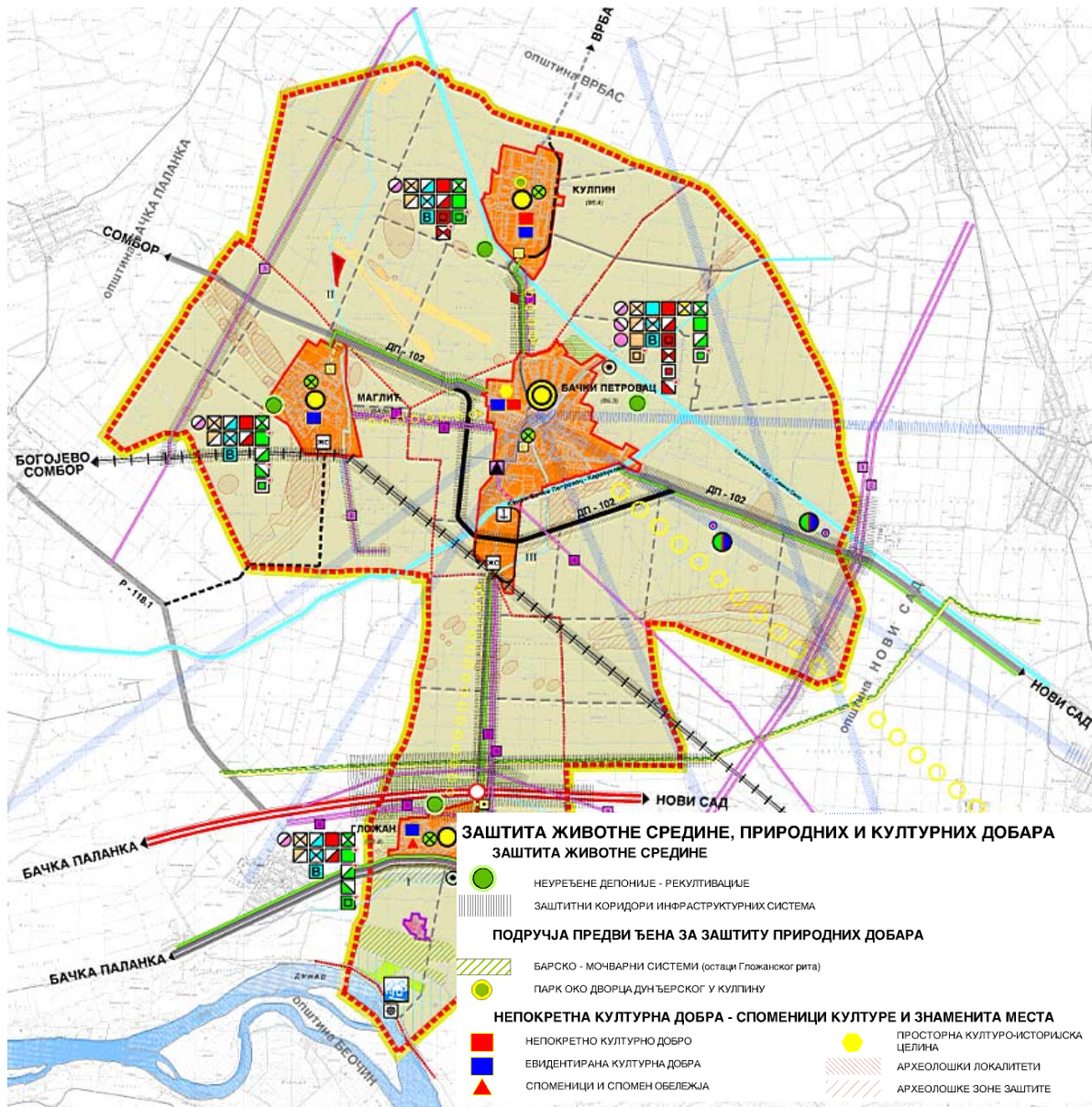


Извор: Завод за статистику Републике Србије

Структура народног дохотка указује на доминанто учешће сектора пољопривреде, шумарства и водопривреде (50%) у стварању народног дохотка, те прерађивачке

индустрије (17%) и трговине на велико и мало (16%). Допринос сектора хотели и ресторани националном доходу износио је свега 2%.

3.3.6. Заштита животне средине



Извор: Просторни план општине Бачки Петровац

На подручју општине Бачки Петровац, просторни план је идентификовао следеће природне вредности који су у процесу стављања под заштиту:

- Парк око дворца Дунђерски у Кулпину
- Остаци Гложанског рита у режиму заштите I степена

3.3.7. Општа инфраструктура

Анализа инфраструктуре на територији општине Бачки Петровац базирана је на информацијама из Просторног плана Општине Бачки Петровац (август, 2007.), чији је обрађивач ЈП „Завод за урбанизам Војводине“ из Новог Сада.

Водопривредна инфраструктура

На територији општине Бачки Петровац у једном градском и три сеоска насеља, организовано снабдевање водом за пиће обавља се каптирањем подземних вода основног водоносног комплекса и водоносних средина плиоцена. Организовано водоснабдевање насеља Бачки Петровац, обавља се са изворишта на којем су активна 3 бунара у југоисточном делу града (код спортског центра). Просечна експлоатација подземних вода процењена је на око $Q=15$ л/с. Захваћене подземне воде карактерише повећан садржај гвожђа. Организовано водоснабдевање насеља Кулпин обавља се са изворишта на западној периферији насеља, на коме су данас активна 4 бунара. Квалитет подземних вода не одговара у потпуности нормативима воде за пиће, повећан је садржај гвожђа преко максимално дозвољених количина. Водоводна мрежа је положена у свим улицама, али је на неким правцима потребна реконструкција и замена цевовода. Водоснабдевање насеља Маглић обавља се преко 3 бунара на изворишту у центру насеља, а у плану је изградња новог изворишта у југоисточном делу насеља на којем се предвиђа бушење још 3 бунара. Просечна експлоатација процењена је на око $Q=5$ л/с. Организовано снабдевање насеља Гложан обавља се експлоатацијом 2 бунара из изворишта у центру насеља. Просечна експлоатација подземних вода за потребе водоснабдевања процењена је на око $Q=3,5$ л/с. У наредном периоду се планира бушење још једног бунара у централном делу насеља.

ЈКП "Прогрес" из Бачког Петровца управља са три водовода (Бачки Петровац, Маглић, Кулпин), док је водовод у Гложану под ингеренцијом локалног јавног предузећа.

Атмосферске воде се у овом моменту изливају делимично у канал, делимично отичу ван насеља, а највећим делом се задржавају у ископаним јарцима. Слична ситуација је и у осталим насељима општине, где је одвођење сувишних атмосферских вода решено отвореним каналима положеним уз уличне саобраћајнице са уливом у најближе реципијенте, водотоке, депресије на периферији насеља или непосредно у мелиоративне канале. Канали углавном не врше своју функцију због неодржавања, па су неретко засути и тада постају "упојни канали". Неопходна је реконструкција канала, њихово међусобно повезивање у јединствене системе на нивоу насеља, као и њихово продубљивање и чишћење, што ће се позитивно одразити на ниво подземних вода, који је у појединим насељима доста висок.

Што се одвођења санитарних отпадних вода тиче, у Бачком Петровцу и Гложану постоји организовано прикупљање и одвођење отпадних вода преко канализационих система, а у тим насељима су изведена и постројења за пречишћавање отпадних вода. У Гложану је на канализациони систем до сада прикључена трећина насеља и у наредном периоду се очекује прикључење свих корисника простора, обзиром да је систем изведен у потпуности. У Маглићу је изведено око 6 км канализационе мреже по усвојеном пројекту и у наредном периоду ће се систем комплетирати, али је проблем постројење за пречишћавање. За насеље Кулпин је урађен пројекат вакумске канализације, а проблематика пречишћавања вода, као и могућа решења, су иста као и за Маглић – локални пречистач, заједно са Маглићем, или упућивање ка постојећем постројењу у Бачком Петровцу.

Гасоводна инфраструктура

На подручју обухвата Плана пролази магистрални гасовод РГ-04-11/ИИ и разводни гасовод РГ-08-01 за снабдевање гасом општине Бачки Петровац. Изграђене су ГМРС "Гложан" и ГМРС "Бачки Петровац".

Гасификована су сва насеља у општини Бачки Петровац.

Нафтоводна инфраструктура

Кроз територију општине Бачки Петровац пролази Јадрански нафтовод ЈАНА Н-660.

На простору општине Бачки Петровац, налазе се две хидротермалне бушотине НИС- НАФТАГАСА.

Електроенергетска инфраструктура

Снабдевање електричном енергијом потрошача у обухвату плана обезбеђено је из трансформаторске станице ТС 35/10 kW "Бачки Петровац". Од трафостанице ТС 35/10 kW "Бачки Петровац", путем 10 kW извода и дистрибутивних трафостаница 10/0,4 kW, врши се снабдевање електричном енергијом потрошача на територији општине Бачки Петровац, у насељима Бачки Петровац, Кулпин и Маглић. Насеље Гложан се снабдева електричном енергијом преко једног 10 kW извода из ТС 35/10 kW "Челарево".

Преко територије општине прелази 220 kW далековод број 209/2 Сремска Митровица 2 –Србобран и 110 kW далеководи број 1011 Футог – Бачка Паланка и 159/1 Бачка Паланка 1 – Србобран.

Постојеће капацитете електроенергетске инфраструктуре карактерише неприлагођеност захтевима стално растуће потрошње. Изграђеност преносне и дистрибутивне мреже је задовољавајућа у погледу покривености простора, али не и у погледу капацитета и техничких карактеристика водова и дистрибутивних трафостаница. Већи део преносне мреже је одговарајућег квалитета. Део средњенапонске мреже је грађен за 10 kW напонски ниво, те се мора реконструисати или заменити. Капацитети изграђених трафостаница такође су не задовољавајући, те је потребно у наредном периоду повећати инсталисану снагу трафоа и изградити нове капацитете.

Телекомуникациона инфраструктура

Телекомуникациона инфраструктура, на подручју општине Бачки Петровац, којом су обухваћени телекомуникациони објекти, телефонске централе, спојни путеви примарна и секундарна мрежа у насељима, већим делом, и по квалитету и по капацитету, је на задовољавајућем нивоу. Секундарна мрежа није на задовољавајућем нивоу, велики део је изграђен надземно и недовољног капацитета.

У свим насељима, је извршена аутоматизација и дигитализација телекомуникационе опреме и система. У свим насељима општине Бачки Петровац инсталиране су аутоматске телефонске централе.

Преко територије општине пролазе радио – релејни коридори телекомуникационог система „Телеком Србија“ и мобилних комуникација компанија „Теленор“ и „Vip mobile“.

Препоруке Просторног плана

Просторним планом туризам је идентификован као значајан фактор привредног и укупног развоја општине Бачки Петровац. У том смислу, дате су основне

смернице развоја у домену инфраструктуре, које су свакако од великог значаја и за развој туристичке делатности на територији општине.

Када говоримо о развоју саобраћајне инфраструктуре, потенцира се интегрално повезивање више видова саобраћаја у циљу снижавања трошкова транспорта и побољшања услова конкурентности производње у општини. Даљи развој друмског саобраћаја претпоставља изградњу обилазница око насеља у циљу побољшања квалитета урбаног живота и развоја економских активности. Железничку пругу би требало реконструисати и модернизовати у складу са европским стандардима, што је претпоставка афирмације овог вида транспорта на територији општине. У контексту развоја водног саобраћаја, планирана је боља експлоатација пловних канала из система ДТД у контексту снижавања трошкова транспорта.

Даљи развој система водоснабдевања ће се остваривати развоје регионалног система водоснабдевања. На простору општине Бачки Петровац, предвиђен је развој сепарационих канализационих система, којима ће се посебно одводити фекалне отпадне воде, а посебно атмосферске отпадне воде. Постоји могућност прикључења канализационе мреже на постојећи пречистач у Бачком Петровцу. У контексту развоја атмосферске канализације, неопходна је реконструкција канала, њихово међусобно повезивање у јединствене системе на нивоу насеља, као и њихово продубљивање и чишћење. За туристичке локалитете и центре, проблем отпадних вода ће бити решаван преко компактних мини уређаја за биолошко пречишћавање, или изградњом бетонских водонепропусних септичких јама које би се периодично празниле аутоцистернама јавно – комуналног предузећа.

У контексту јачања термоенергетских капацитета, неопходно је испитати могућности експлоатације нафте, земног гаса и термалних вода наставком истраживања НИС Нафтагаса кроз истражне бушотине, у складу са прописима.

Израђену преносну и дистрибутивну мрежу је потребно ревитализовати и обезбедити двострано напајање, како би се задовољили стандарди квалитетног и сигурног снабдевања електричном енергијом. Постојећа 10 kW мрежа би требало да буде реконструисана за 20 kW напонски ниво. Такође, довољан капацитет за све потрошаче ће се обезбедити реконструкцијом постојећих 10/0,4 kW трафостаница и изградњом нових 20/04 kW трафостаница. Потребно је реконструисати и нисконапонску мрежу у појединим насељима општине Бачки Петровац.

У наредом периоду предвиђена је потпуна дигитализација телефонске мреже. Систем преноса ће се одвијати преко дигиталних аутоматских телефонских централа. Такође, потребно је изградити примарну и секундарну кабловску мрежу у свим насељима. Очекује се и даљи развој мобилних телекомуникација, изградњом нових и модернизацијом постојећих базних станица мобилне телефоније и антенских стубова. Потребно је, дакле, јачање телекомуникационе инфраструктуре којом ће бити обезбеђена експлоатација широкопојасних сервиса уз праћење и укључивање нових технологија у складу са светским трендовима.

3.3.8. Планска основа за развој туризма

У просторном плану општине Бачки Петровац наводе се следећи туристички потенцијали:

- Центар Врбара са условима за развој спортско-рекреативног туризма
- Дунав (риболовни и спортско-рекреативни туризам)
- Ловишта (ловни туризам)

- Културне и антропогене туристичке вредности (дворац Дунђерски у Кулпину, галерија Урбанчек – школа сликања, удружење жена – школа ткања и предења, школа традиционалних плесова, галерија Ахој – школа веза и производња керамике, домаћинство Дудашевих – производња кулена и словачких kobасица, летња отворена позорница у Гложању, аутентичке словачке куће, итд.)

На подручју општине Бачки Петровац, просторни план је идентификовао следећа непокретна културна добра: Словачка евангелистичка црква и парохијски дом, Кудељара-Мљач - споменик етнологије, Српска православна црква у Гложану, Словачка евангелистичка црква у Гложану, Мали и Велики дворац у Кулпину, Православна црква у Кулпину, Словачка евангелистичка црква у Кулпину, итд.

3.3.9. Туристички систем

У општини Бачки Петровац не постоји ни један хотел, а остали смештајни капацитет се односи углавном на приватни смештај (домаћинства). На подручју општине евидентирано је и категорисано 10 домаћинстава са 38 лежајева. Укупни евидентиран туристички промет према подацима ТО Бачки Петровац у овим капацитетима је 143 ноћења у периоду од јануара – септембра 2010. године.

3.4. Евалуација атракција и ресурса на подручју општине

3.4.1. Оцена кључних атракција и ресурса на подручју

КУЛТУРНЕ ВРЕДНОСТИ	ЗНАЧАЈ / НИВО			ТРЖИШНИ ПОТЕНЦИЈАЛ В = висок С = средњи Н = низак
	Локални / Регионални	Национални	Интернационални	
Назив				
КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКЕ ЦЕЛИНЕ				
Тврђава Бач		★		С
Дворац Дунђерски у Челареву	★			Н
Председничка палата - Карађорђево			★	В
Дворац Дунђерски у Кулпину		★		С
ЦРКВЕ И МАНАСТИРИ				
Манастир Бођани (Бач)		★		Н
Фрањевачки самостан (Бач)		★		Н
Католичка црква у Бачкој Паланци	★			Н
Словачка Евангелистичка црква у Бачкој Паланци			★	Н
Иконостас православне цркве у Нештину		★		Н
Словачка Евангелистичка црква у Бачком Петровцу			★	Н
Католичка црква у Бачком Петровцу	★			Н
Евангелистичка црква у Кулпину	★			Н
Православна црква у Кулпину	★			Н
Евангелистичка црква у Гложану	★			Н
Православна црква у Гложану	★			Н
Немачка евангелистичка црква у Маглићу			★	Н
Православна црква у Маглићу	★			Н

ОСТАЛА КУЛТУРНО ИСТОРИЈСКА БАШТИНА				
Турско купатило	★			Н
Прва апотека у Војводини		★		Н
Библиотека Стефан Хомола (Бачки Петровац)		★		Н
Словачко војвођанско позориште (Бачки Петровац)		★		Н
Библиотека Вељко Петровић (Бачка Паланка)		★		Н
Културни центар Бачка Паланка	★			Н
Матица Словачка (Бачки Петровац)		★		Н
МУЗЕЈИ И ГАЛЕРИЈЕ				
Музеј града Бачка Паланка	★			Н
Музеј пива Карлсберг пиваре		★		Н
Музеј - Сремска кућа у Нештину		★		Н
Национални музеј у Бачком Петровцу		★		С
Пољопривредни музеј у Кулпину		★		С
Галерија Урбанчек (Бачки Петровац)	★			Н
ДОГАЂАЈИ И ФЕСТИВАЛИ				
Фестивал традиционалног стваралаштва (Бачка Паланка)	★			Н
Дан Дунава (Бачка Паланка)		★		Н
Првомајски уранак (Бачка Паланка)	★			Н
Дунавски бал (Бачка Паланка)		★		Н
ТИД-ова регата (Бачка Паланка)			★	С
Штрудл фест (Бачка Паланка)	★			Н
Златни котлић (Бачка Паланка)	★			Н
Пасуљијада (Бачка Паланка)	★			Н
Свадба некад и сад (Бачки Петровац)	★			Н
Словачке народне свечаности (Бачки Петровац)	★			Н
Међународни дан Дунава (Бачки Петровац)		★		С
Фестивал кулена (Бачки Петровац)	★			Н
Дани европске баштине (Бач)	★			Н
Трагови Шокаца (Бач)	★			Н
Бачки котлић	★			Н
Златни котлић Плавне	★			Н

ПРИРОДНЕ ВРЕДНОСТИ	ЗНАЧАЈ / НИВО			ТРЖИШНИ ПОТЕНЦИЈАЛ В = висок С = средњи Н = низак
	Локални / Регионални	Национални	Интернационални	
СПЕЦИЈАЛНИ РЕЗЕРВАТИ ПРИРОДЕ				
Карађорђево			★	В
Багремара		★		Н
ПАРКОВИ ПРИРОДЕ				
Тиквара		★		В
Јегричка	★			Н
Парк шума Букински Храстик		★		С
Парк дворца Дунђерски у Кулпину	★			Н
Фрушка Гора			★	В
СПОМЕНИЦИ ПРИРОДЕ				
Парк Челаревског дворца	★			Н
Шимшир у Плавни	★			Н
Четири стабла платана	★			Н
Вештачка састојина мочварног чемпреса	★			Н
РЕКЕ И ЈЕЗЕРА				
Дунав			★	В
Језеро Провала (Бач)	★			Н
ЛОВИШТА И РИБЊАЦИ				
Плавна		★		Н
Бођански рит	★			Н
Ристовача	★			Н
Рибњак Бач	★			Н
ПРИРОДНЕ РЕТКОСТИ				
Бара Делалуша		★		Н
Шума Ристовача		★		Н
Новоселски рит		★		Н
Рашковица		★		Н
Бучковац		★		Н
Бођанска шума		★		Н
Ада Киртош		★		Н
Лабудњача		★		Н

3.5. SWOT анализа

3.5.1. Приступ

SWOT (Снаге, слабости, могућности и претње) анализа односи се на идентификацију јаких и слабих страна подручја Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац као туристичке дестинације и кључних фактора из окружења који имају утицај на туристички развој подручја.

SWOT анализа представља стандардизовани поступак који представља снажан и индикативан оквир за дефинисање осталих сегмената Мастер плана.

У циљу идентификације снага и слабости анализирана су следећа подручја:

- Природни, социјални и економски профил подручја
- Туризам дестинације
- Дестинацијски маркетинг
- Општа инфраструктура
- Интересни субјекти и партнерства
- Туристички развој

У циљу идентификације прилика и претњи анализирана су следећа подручја:

- Правно-политичко окружење
- Социо-културно окружење
- Економско окружење
- Трендови индустрије
- Животна средина
- Технологија

Након идентификације, релевантни елементи SWOT-а су евалуирани системом оцена како би се израчунала укупан и просечан интензитет дестинацијских снага, слабости, могућности и претњи.

На бази укупног и просечног интензитета сваке компоненте SWOT анализе, формира се Полигон стратегија SWOT анализе подручја Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац, који служи као оквир за дефинисање будућих туристичких развојних стратегија подручја Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац као туристичке дестинације.

3.5.2. SWOT анализа – Снаге и слабости

Природни, друштвени и економски профил подручја

ПРИРОДНИ, ДРУШТВЕНИ И ЕКОНОМСКИ ПРОФИЛ ПОДРУЧЈА

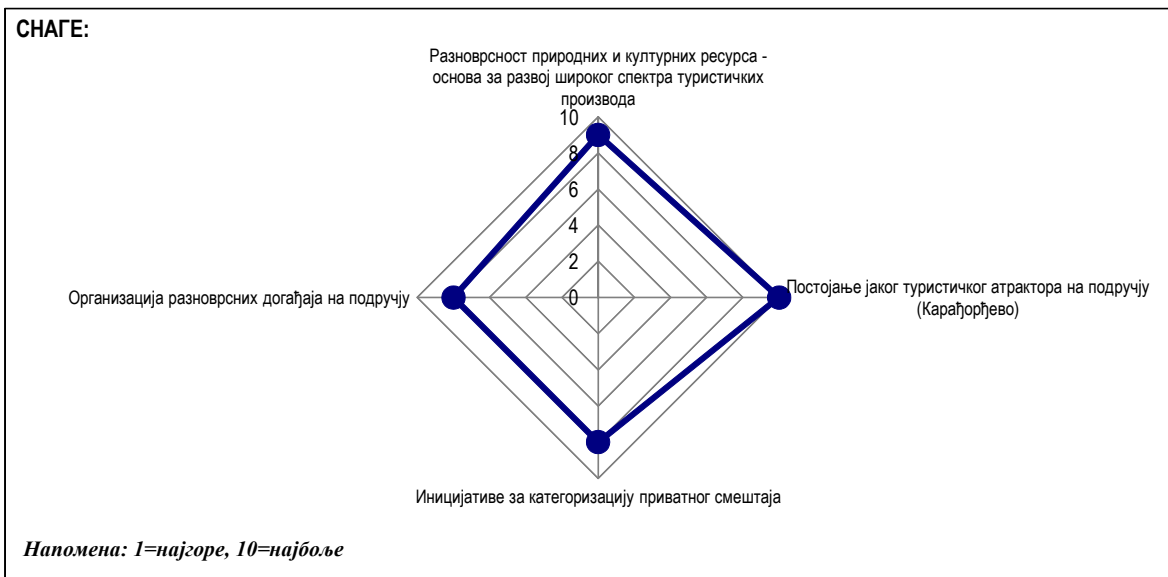


ПРИРОДНИ, ДРУШТВЕНИ И ЕКОНОМСКИ ПРОФИЛ ПОДРУЧЈА

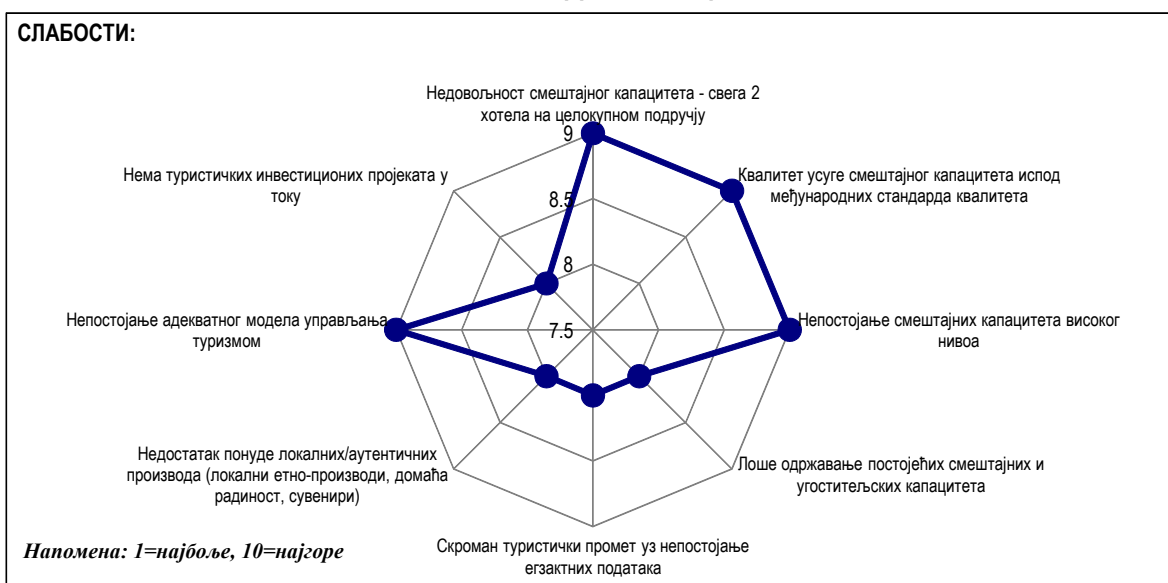


Туризам дестинације

ТУРИЗАМ ДЕСТИНАЦИЈЕ

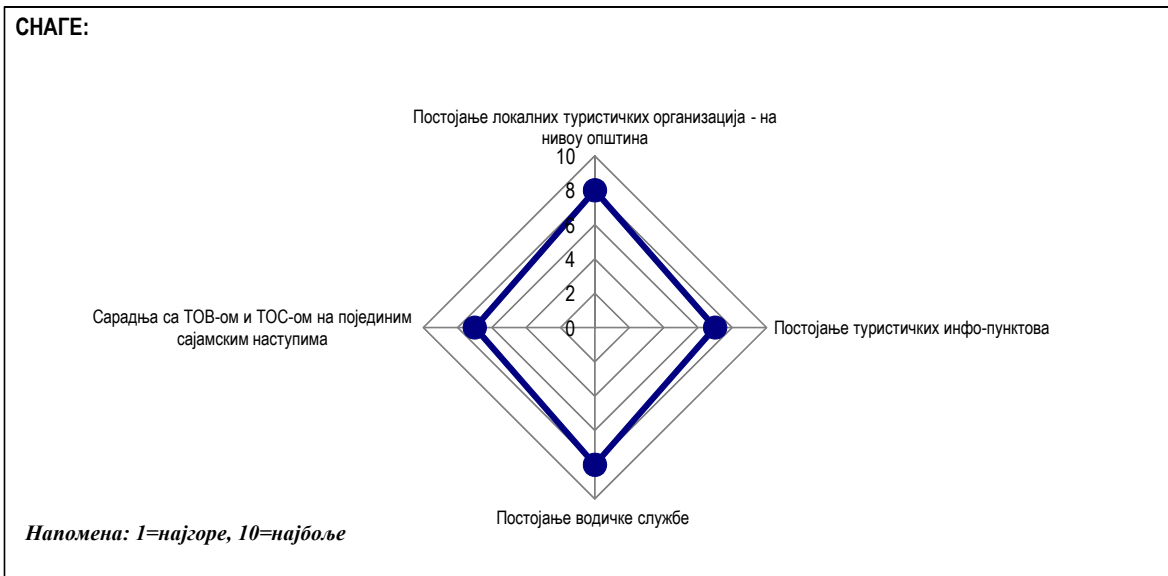


ТУРИЗАМ ДЕСТИНАЦИЈЕ

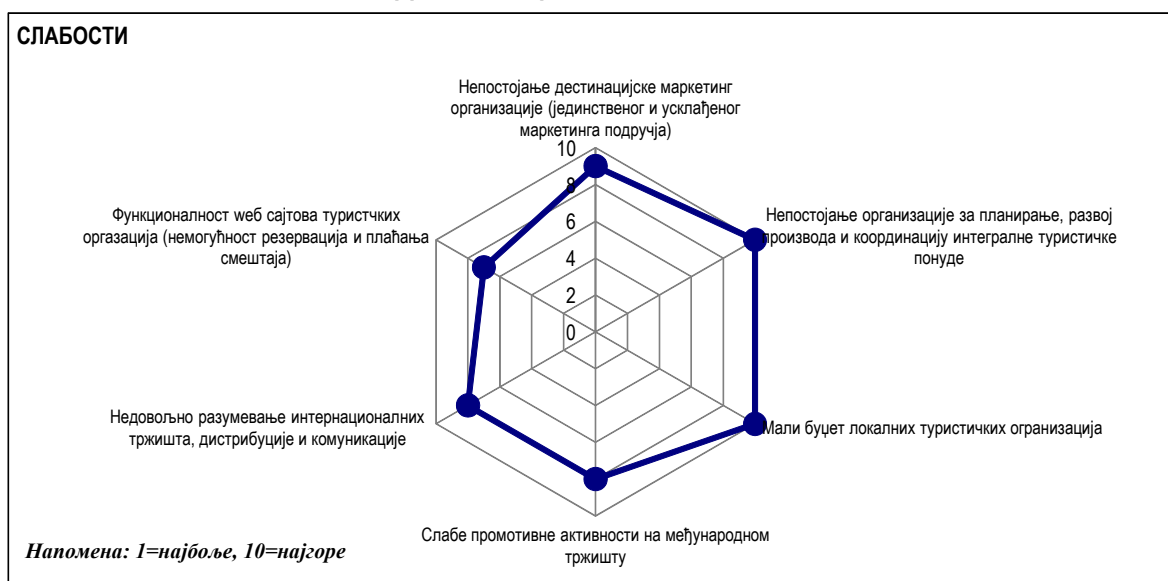


Дестинацијски маркетинг

ДЕСТИНАЦИЈСКИ МАРКЕТИНГ

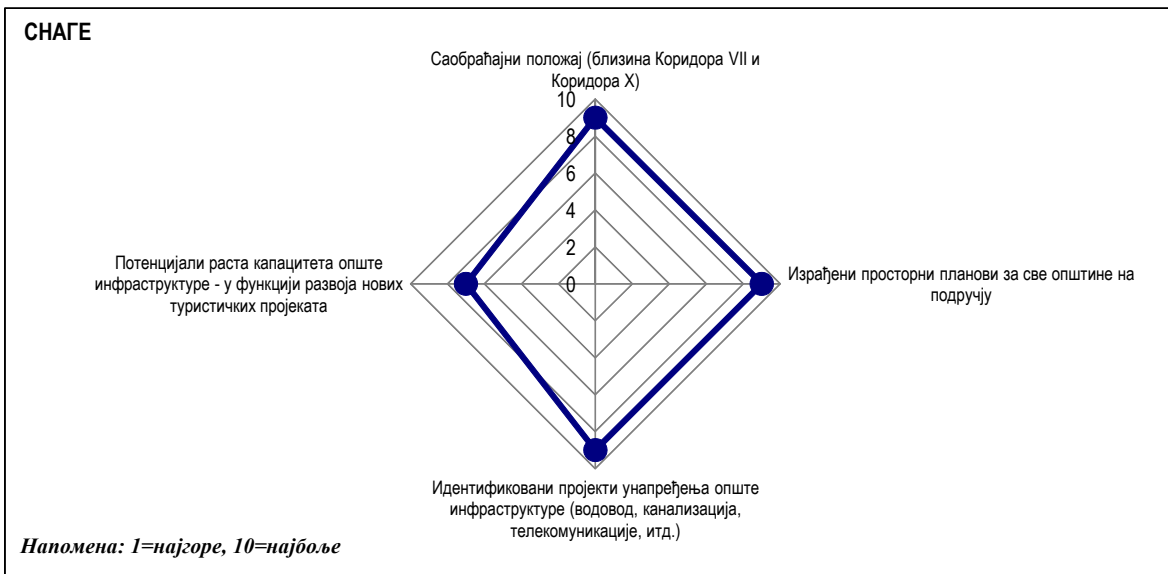


ДЕСТИНАЦИЈСКИ МАРКЕТИНГ



Општа инфраструктура

ОПШТА ИНФРАСТРУКТУРА

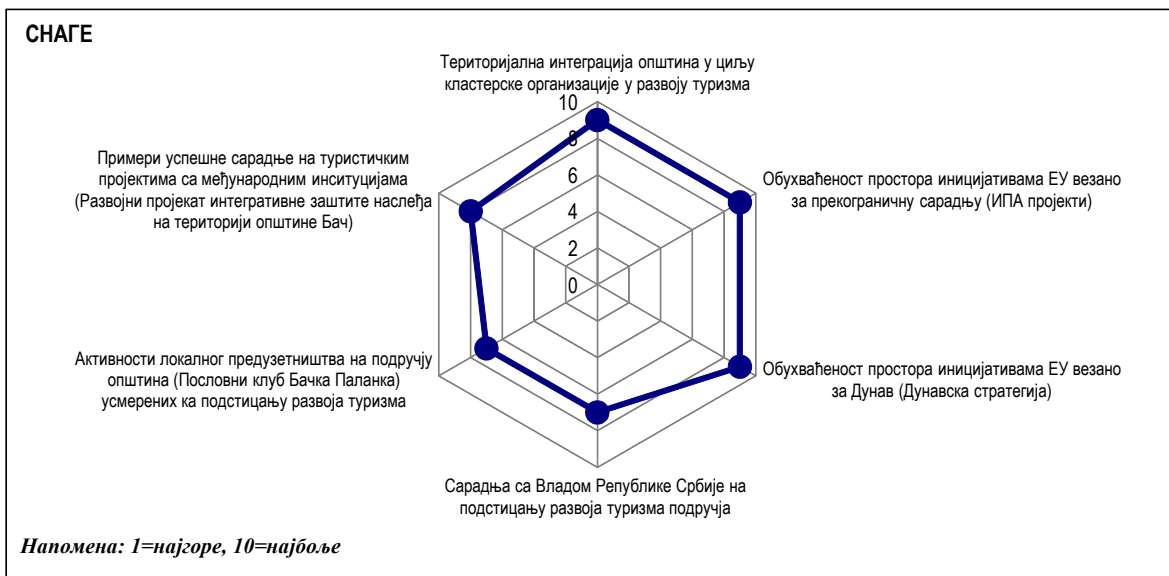


ОПШТА ИНФРАСТРУКТУРА

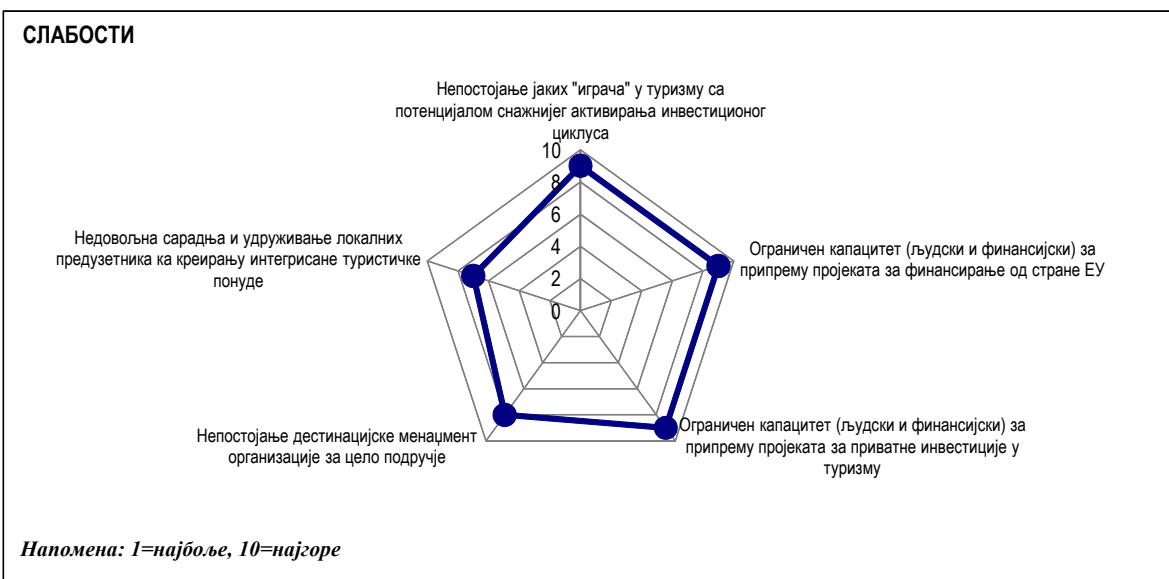


Кључни субјекти и партнерства

КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ И ПАРТНЕРСТВА



КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ И ПАРТНЕРСТВА

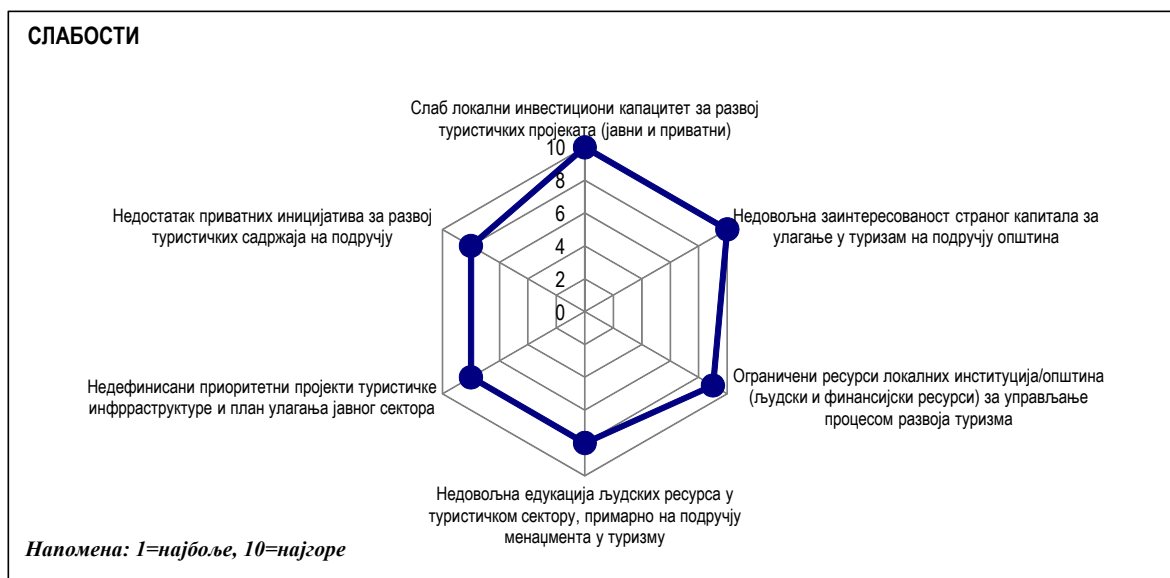


Туристички развој

ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ



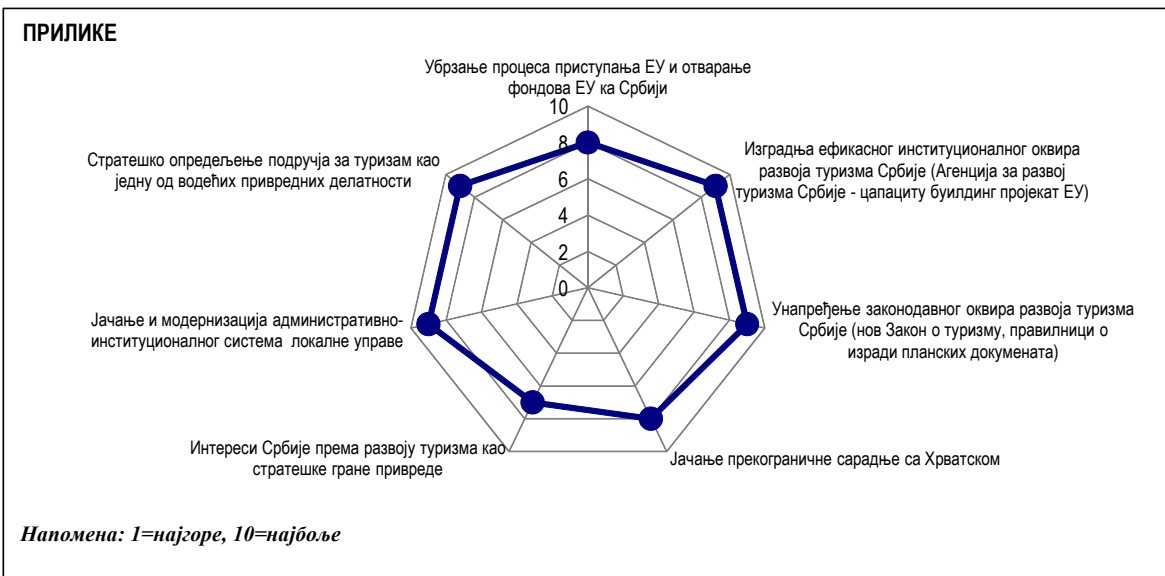
ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ



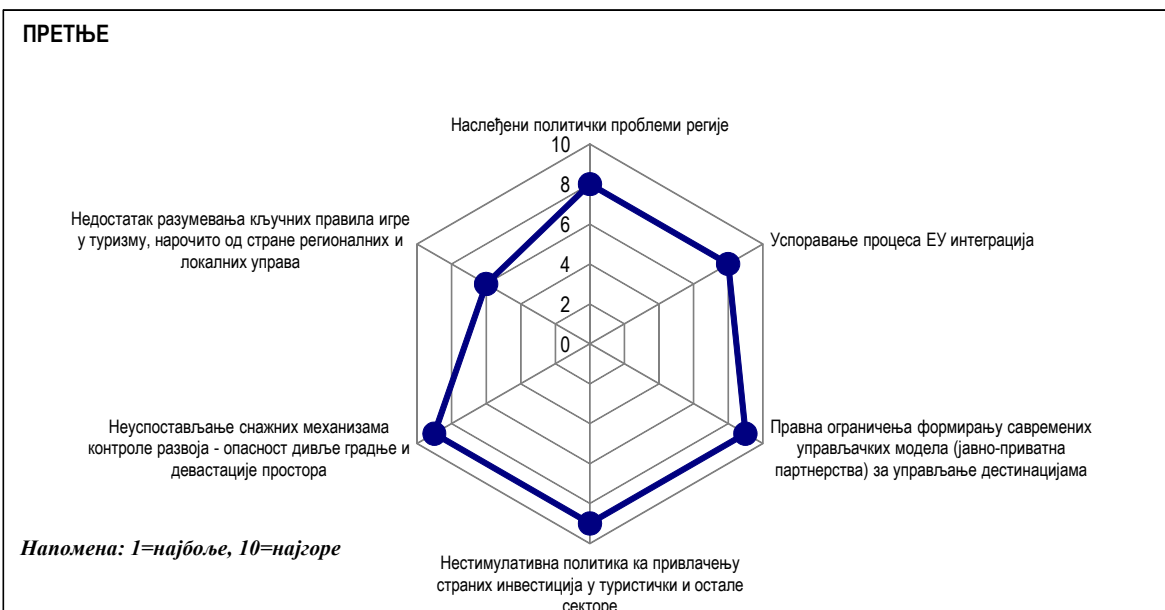
3.5.3. SWOT анализа – Прилике и претње

Правно/политичко ожуђење

ПРАВНО/ПОЛИТИЧКО ОКРУЖЕЊЕ

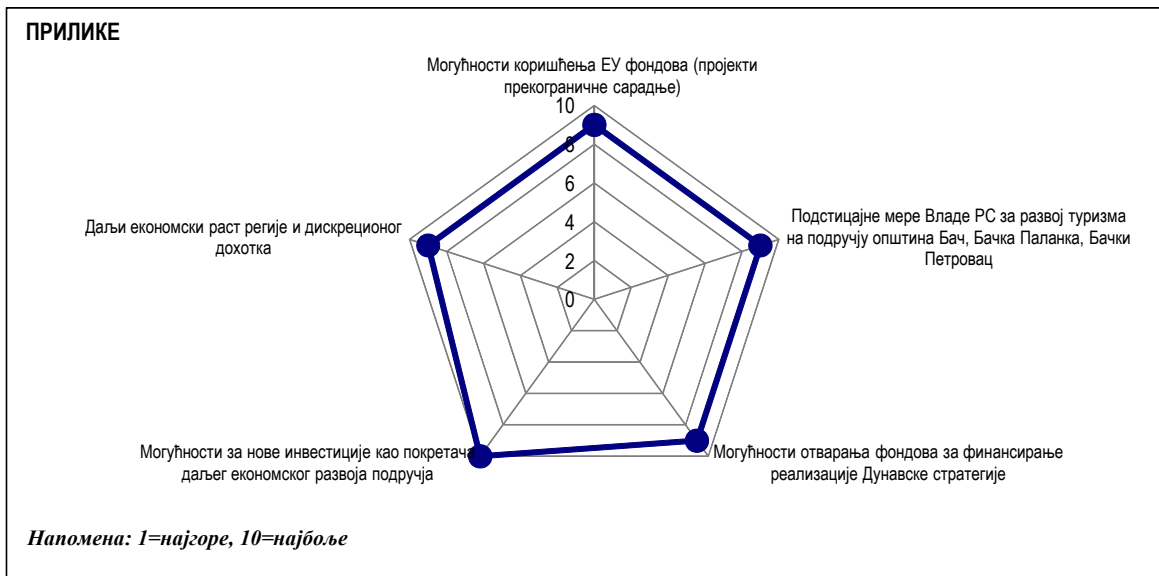


ПРАВНО/ПОЛИТИЧКО ОКРУЖЕЊЕ

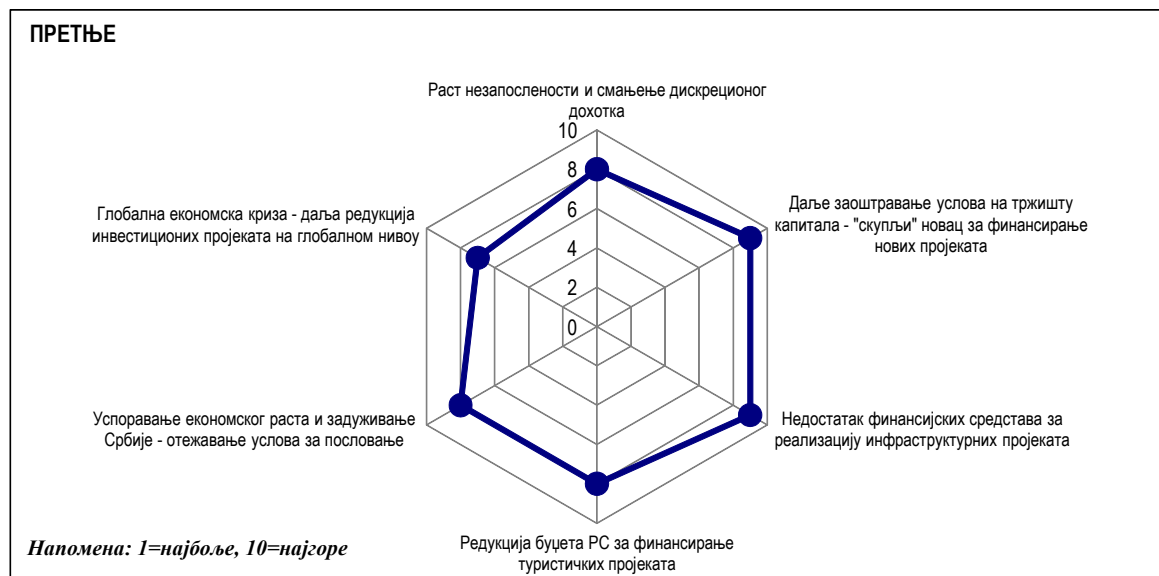


Економија

ЕКОНОМИЈА

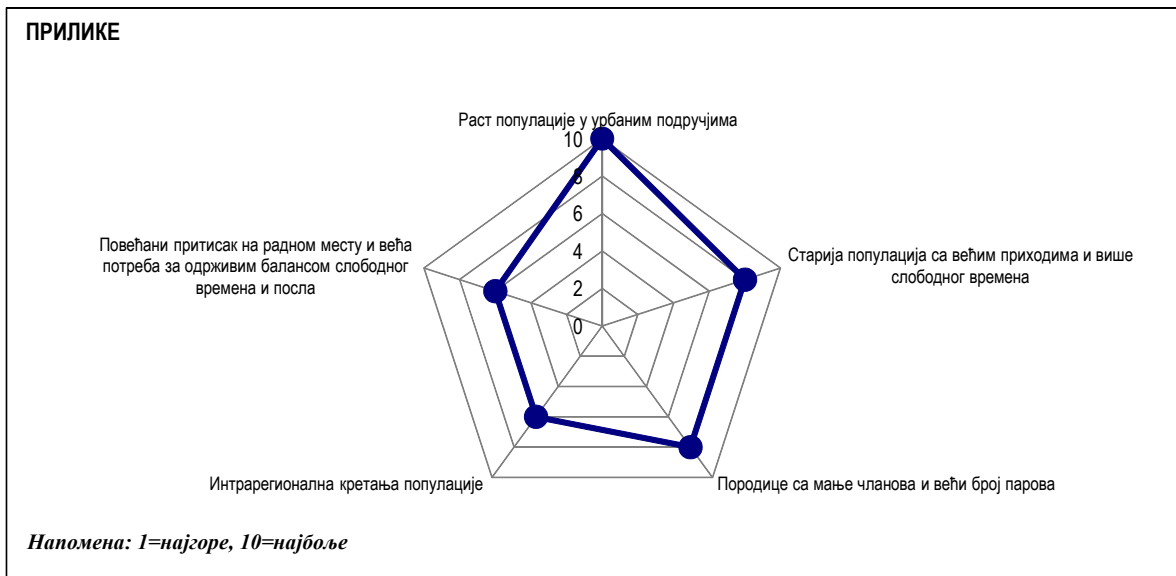


ЕКОНОМИЈА

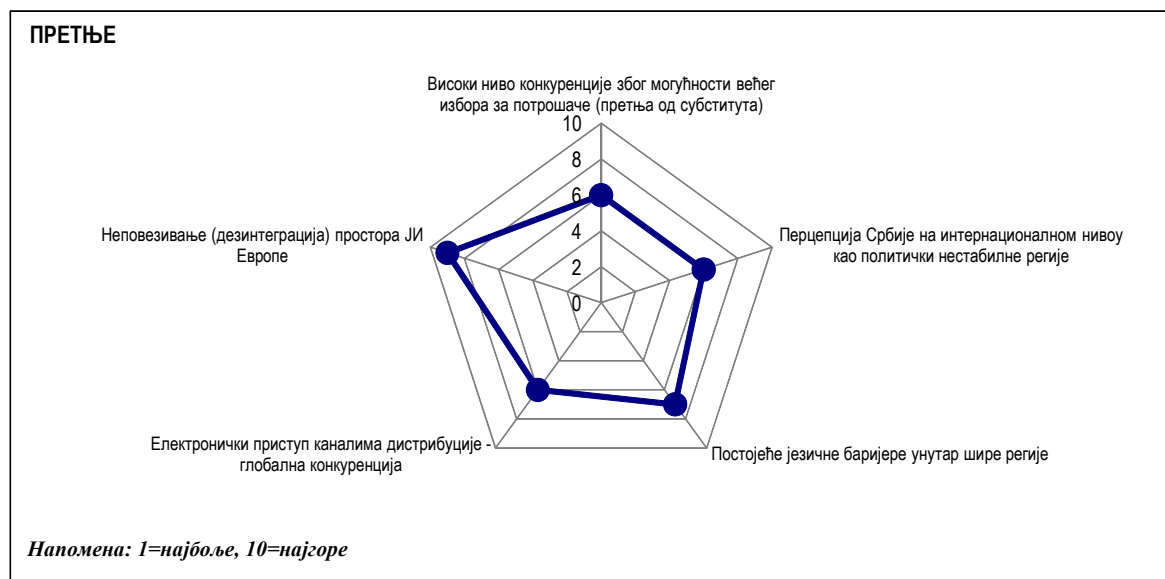


Друштво и култура

ДРУШТВО И КУЛТУРА



ДРУШТВО И КУЛТУРА

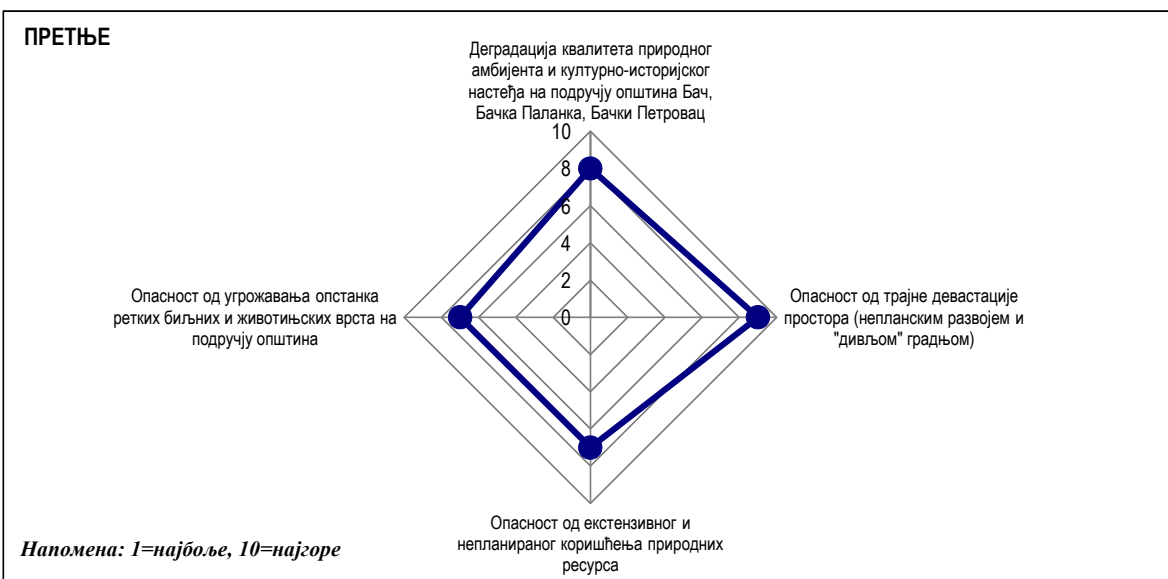


Животна средина

ЖИВОТНА СРЕДИНА

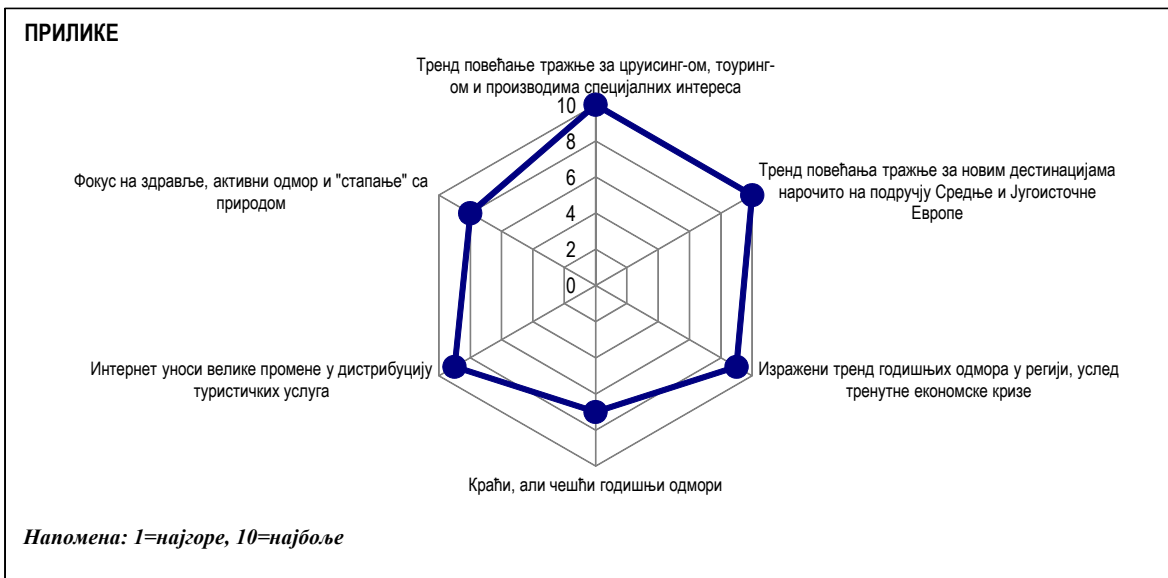


ЖИВОТНА СРЕДИНА



Туристичка индустрија

ТУРИСТИЧКА ИНДУСТРИЈА

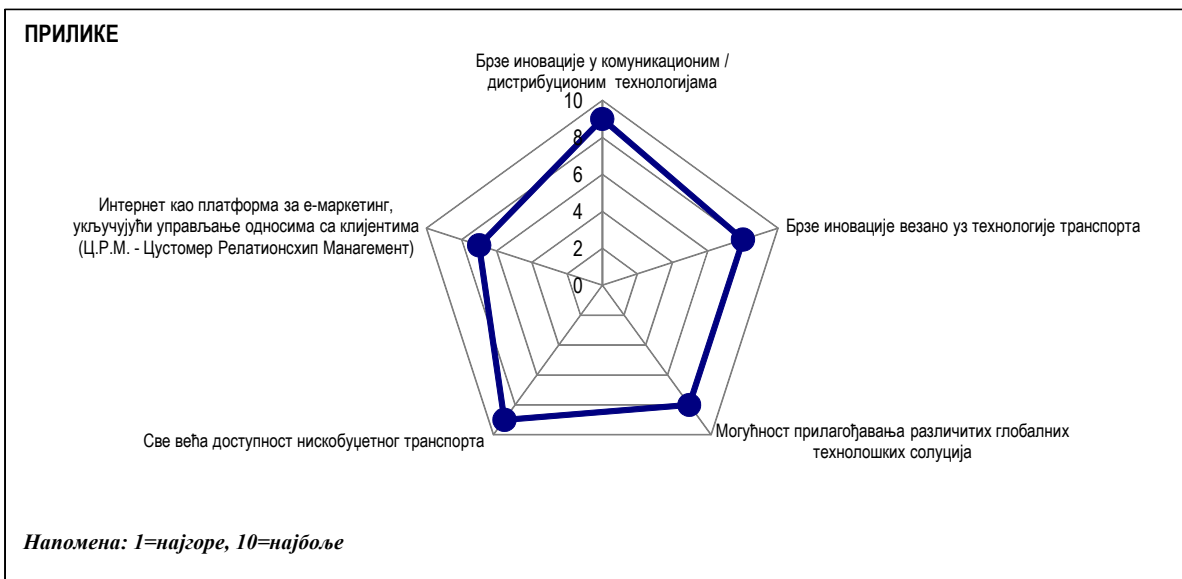


ТУРИСТИЧКА ИНДУСТРИЈА



Технологија

ТЕХНОЛОГИЈА



ТЕХНОЛОГИЈА

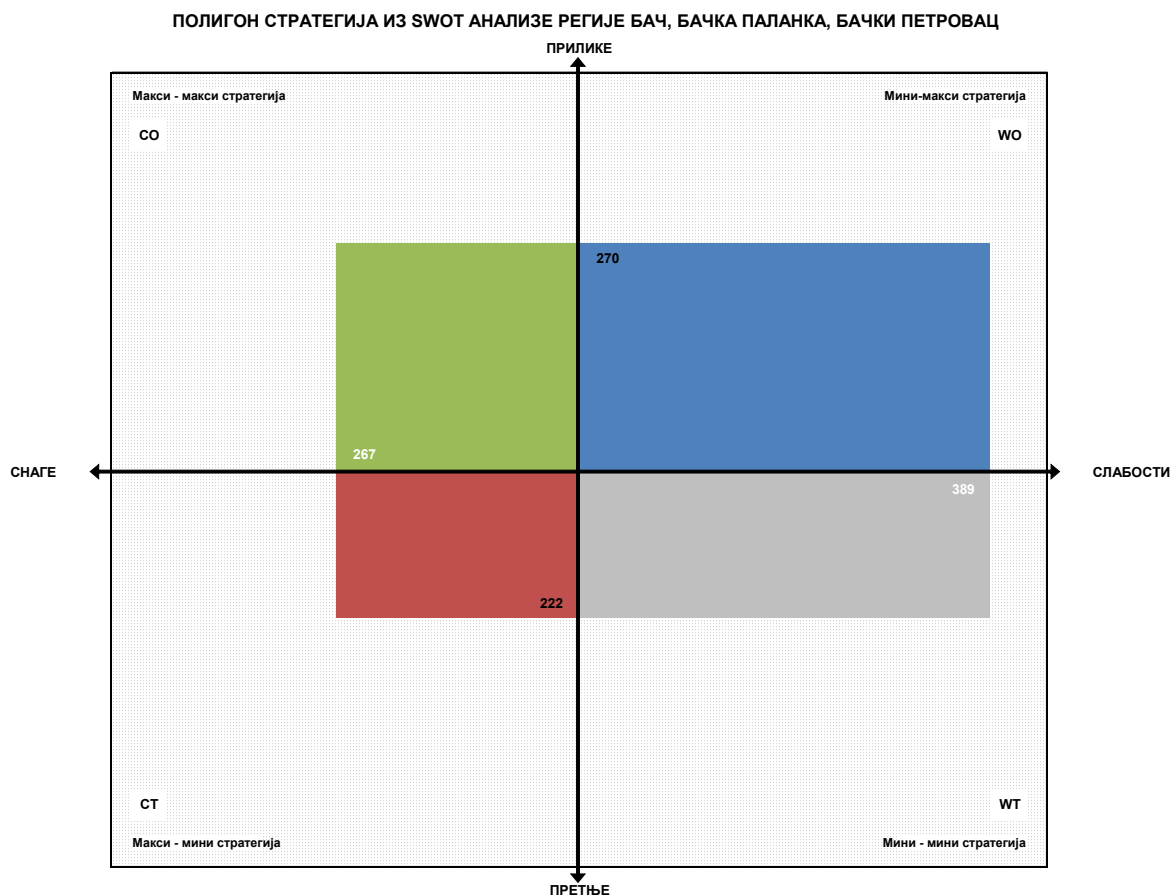


УКУПНИ РЕЗУЛТАТ

КЉУЧНЕ ИНТЕРНЕ СНАГЕ И СЛАБОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ			
СНАГЕ		СЛАБОСТИ	
Број елемената у подручју		Број елемената у подручју	
8	ПРИРОДНИ, ДРУШТВЕНИ И ЕКОНОМСКИ ПРОФИЛ ПОДРУЧЈА	11	ПРИРОДНИ, ДРУШТВЕНИ И ЕКОНОМСКИ ПРОФИЛ ПОДРУЧЈА
4	ТУРИЗАМ ДЕСТИНАЦИЈЕ	8	ТУРИЗАМ ДЕСТИНАЦИЈЕ
4	ДЕСТИНАЦИЈСКИ МАРКЕТИНГ	6	ДЕСТИНАЦИЈСКИ МАРКЕТИНГ
4	ОПШТА ИНФРАСТРУКТУРА	10	ОПШТА ИНФРАСТРУКТУРА
6	КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ И ПАРТНЕРСТВА	5	КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ И ПАРТНЕРСТВА
6	ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ	6	ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ
КЉУЧНЕ ЕКСТЕРНЕ ПРИЛИКЕ И ПРЕТЊЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ			
ПРИЛИКЕ		ПРЕТЊЕ	
Број елемената у подручју		Број елемената у подручју	
7	ПРАВНО/ПОЛИТИЧКО ОКРУЖЕЊЕ	6	ПРАВНО/ПОЛИТИЧКО ОКРУЖЕЊЕ
5	ЕКОНОМИЈА	6	ЕКОНОМИЈА
5	ДРУШТВО И КУЛТУРА	5	ДРУШТВО И КУЛТУРА
4	ЖИВОТНА СРЕДИНА	4	ЖИВОТНА СРЕДИНА
6	ТУРИСТИЧКА ИНДУСТРИЈА	4	ТУРИСТИЧКА ИНДУСТРИЈА
5	ТЕХНОЛОГИЈА	3	ТЕХНОЛОГИЈА

РЕЗИМЕ АНАЛИЗЕ

КЉУЧНЕ ИНТЕРНЕ СНАГЕ И СЛАБОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ		
Подручје	СНАГЕ *	СЛАБОСТИ **
ПРИРОДНИ, ДРУШТВЕНИ И ЕКОНОМСКИ ПРОФИЛ ПОДРУЧЈА	66	91
ТУРИЗАМ ДЕСТИНАЦИЈЕ	35	68
ДЕСТИНАЦИЈСКИ МАРКЕТИНГ	30	52
ОПШТА ИНФРАСТРУКТУРА	34	83
КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ И ПАРТНЕРСТВА	49	42
ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ	53	53
Број елемената	32	46
Укупно	267	389
Просечна оцена	8.34	8.46
КЉУЧНЕ ЕКСТЕРНЕ ПРИЛИКЕ И ПРЕТЊЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ		
Подручје	ПРИЛИКЕ *	ПРЕТЊЕ **
ПРАВНО/ПОЛИТИЧКО ОКРУЖЕЊЕ	59	49
ЕКОНОМИЈА	46	49
ДРУШТВО И КУЛТУРА	38	34
ЖИВОТНА СРЕДИНА	33	31
ТУРИСТИЧКА ИНДУСТРИЈА	53	35
ТЕХНОЛОГИЈА	41	24
Број елемената	32	28
Укупно	270	222
Просечна оцена	8.44	7.93
* Напомена: 1=најгоре, 10=најбоље		
** Напомена: 1=најбоље, 10=најгоре		



3.5.3. SWOT анализа – Закључак

SWOT анализа подручја општина Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац указала је на следеће:

Подручје карактерише висок интензитет слабости које се нарочито односе на:

- Механизам заштите животне средине – на подручју се налазе високовредни природни ресурси који се тренутно не третирају адекватно са становишта њихове дугорочне заштите и експлоатације. Слаб механизам заштите односи се на ограничен институционални и правни оквир на нивоу државе, али такође на недовољан финансијски и управљачки капацитет локалних самоуправа да делују у правцу повећања еколошких стандарда и квалитета животне средине.
- Стање опште инфраструктуре – која се нарочито мора квалитативно унапређивати са становишта будућег развоја *high value* туристичких пројеката, утемељених на високим стандардима квалитета туристичке индустрије.
- Инвестициони капацитет за туристичке пројекте – успоравање економског развоја подручја општина Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац, као и саме државе Србије, узроковало је и отежано прибављање извора финансирања за туристичке пројекте јавног и приватног сектора. Не само да је локални инвестициони капацитет скроман, већ је и недовољна заинтересованост страног капитала за улагање у туристичке пројекте на подручју општина.

- Локални управљачки капацитет – за управљање будућим развојем туризма. Обзиром на недостатак приватних иницијатива, будући развој туризма на подручју општина мора бити иницијално вођен од стране јавних управљачких структура па се њихов недовољан капацитет јавља као препрека у имплементацији развојних планова. Са друге стране, на подручју је евидентирана снага приватног предузетништва у другим индустријама, те ће се нужно рачунати и на ове структуре као носиоце даљег развоја.
- Заостајање туристичке индустрије на подручју за глобалним стандардима – може се рећи да је ово подручје у креирању туристичке понуде на самом почетку што се са друге стране може искористити за планирање пројеката на савременим планерским стандардима и глобалним стандардима у постављању нивоа квалитета услуге.

Минимизирањем слабости, биће могуће искористити снаге овог подручја које се огледају нарочито у:

- Богатству природних и културних ресурса – (паркови природе, специјални резервати природе, очувана шумска подручја, биљни и животињски свет, итд.), а првенствено постојање снажног атрактора на подручју општина (Карађорђево).
- Погранични положај и локација подручја уз Дунав – Погранична локација подручја обухваћена је иницијативама ЕУ кроз пројекте прекограничне сарадње. Такође, локација подручја уз Дунав као кључног пловног пута ЕУ омогућује укључење пројеката на овом подручју у Дунавску стратегију од које се очекује да служи као инструмент у обезбеђивању извора за финансирање пројеката.
- Могућностима „новог” туристичког развоја обзиром на расположивост локација на подручју општина за туристичке *green field* пројекте и њихово планирање према савременим стандардима туристичке индустрије.

Са друге стране, интензитет прилика већи је од интензитета претњи у окружењу, али је од нарочитог значаја пратити претње које могу бити препрека даљем туристичком развоју подручја као што су:

- Успоравање економског раста, „скупљи” новац и отежано пословање услед економских поремећаја на глобалном тржишту узрокује нестабилну економску ситуацију и успоравање инвестиционих пројеката – инвеститори бирају пројекте са бржим повратом на инвестицију у односу на туристичке пројекте.
- Могућа даља редуција буџета јавног сектора обзиром да је неопходна даља припрема инвестиционих пројеката до уласка приватног капитала, те за финансирање пројеката опште инфраструктуре.

3.6. Закључак техничке анализе подручја

Сprovedена техничка анализа подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац указала је на следеће закључке:

ГЕОГРАФИЈА

- Реч је о крајњем југозападном подручју Војводине, чија је главна географска одредница Дунав који у већем делу чини границу с Хрватском
- Целокупно предметно подручје се налази у оквиру Бачке, осим мањег дела општине Бачка Паланка који се налази у Срему, тј. јужно од Дунава (Нештин и Визић)
- Обзиром на такав географски положај, становништво је у предметним општинама (нарочито у општинама Бач и Бачка Паланка) било историјски оријентисано на интензиван суживот с прекодунавским општинама и градовима (посебно Илоком и Вуковаром)
- Урбани развој у предметним општинама историјски није био везан уз Дунав из примарно географских разлога (равничарска конфигурација терена која је диктирала зависност од водостаја Дунава) због чега су насеља углавном одмакнута од главног тока
- Претежни део подручја карактеришу плодне равнице засејане уобичајеним панонским културама (кукуруз, пшеница, соја, шећерна репа), пошумљена ловишта и ритови уз обале Дунава, док се сремски део предметног подручја значајно географски разликује брдовитим тереном и виноградима (почетак Фрушке Горе)

СТАНОВНИШТВО

- На укупном подручју обухвата живи нешто мање од сто хиљада становника, док је густина становништва нешто испод просека војвођанског и српског становништва
- Успркос интензивном досељавању становништва у првој половини 90их, природни прираштај је негативан, а у структури се све више повећава удео старијег становништва
- Традиција, али и садашња структура становништва, рефлектује типичну војвођанску мултикултуралност, а општина Бачки Петровац има већинско словачко становништво које је сачувало снажан идентитет и аутохтоне обичаје

ЕКОНОМИЈА

- Без обзира на недостатак објективних извора који би указали на стваран доходак становништва, предметно подручје је свакако изнад српског подручја с БДП-ом по становнику између 4.500 – 5.500 € по становнику, односно укупног прихода од 400 до 500 милиона € (*Процена Извршиоца на основу разговора с кључним привредним субјектима предметног подручја*)
- Аргумент за такве економске перформансе можемо наћи у регионално па и глобално јаким привредним субјектима који се налазе на предметном подручју као што су Tarkett Sintelon, Carlsberg пивара, Nectar сокови, Zdravo Organic, Лука – Victoria Group, Fructus, Maltineks – Sufle, Фабрика шећера „Југозападна Бачка“ и многи други
- Ипак, сви ови субјекти су настали у последњих 20 или највише 40 година, док је подручје историјски било оријентисано на пољопривредну производњу и базичну прераду
- Глобални трендови у пољопривредној производњи, али и приватизација комбината у последњих неколико година која није увек спроведена на

најуспешнији начин, довели су до тога да се смањио број пољопривредника, али и обрађене земље

- Горе поменута снажна привредна структура ипак није толико пропульзивна да канализује новонасталу незапосленост
- Велике количине земљишта које су одрицањем од пољопривреде остале без економске намене, чекају предузетничке иницијативе или неку другу стратешку одлуку о својој судбини
- Растућа важност Дунава у европским оквирима, планирана нова решења у друмској инфраструктури и велике парцеле слободног земљишта (нарочито уз Дунав) намећу туризам као једно од логичних развојних решења

САОБРАЋАЈ

- Подручје опслужују три основне саобраћајнице:
 - БиХ граница – Шид - Илок - Бачка Паланка – Бач - Сомбор и даље према мађарској граници
 - М18 – Бачка Паланка – Нови Сад – Зрењанин – Српска Црња – румунска граница
 - Р102 - Бачко Ново Село – Бач – Селенча – Ратково - Бачки Петровац-Нови Сад
- Речни промет Дунавом је ниског интензитета, углавном се користи за превоз терета, а инфраструктура (пристани, пумпе) је у фази почетка развоја
- На подручју постоји један гранични прелаз (Бачка Паланка – Илок) и један малогранични прелаз скелом (Вуковар – општина Бач)
- Постоје иницијативе изградње брзе саобраћајнице Бачка Паланка – Шид, спајања са планираном брзом саобраћајницом преко Фрушке Горе, као и изградње моста и повезивања општине Бач с Вуковаром

ТУРИЗАМ

- Целокупно подручје историјски није било оријентисано на туризам као значајну полуку стварања благостања те је целокупно подручје на почетном степену туристичког развоја
- Ипак, стратешки планови општина виде у туризму једну од главних полуга будућег развоја
- Годишњи туристички промет једва прелази 10 хиљада ноћења која се остварују углавном кроз пословна путовања у Бачку Паланку и Бач, те ловне капацитете који међутим остварују просечну годишњу попуњеност од 30-ак дана
- Највећи туристички имиџ подручја ствара Карађорђево као историјска председничка резиденција која, међутим, никад није остваривала значајан економски ефект обзиром на то да је била објекат затвореног типа
- Ипак, у последњих неколико година постоји низ пројеката и иницијатива усмерених на туристички развој фокусиран углавном на локације уз Дунав што значи да су предузетничке структуре препознале празан простор уз Дунав као кључни ресурс овог подручја

3.7. Процена тржишног потенцијала

Тржишни потенцијал за било који тип бизниса генерално зависи од количине тражње (која се у овом случају може посматрати кроз умножак броја становника и њихове потрошачке моћи) и интензитету понуде истоврсних и супститутивних производа.

Туристички развој неког подручја, као и сви појединачни пројекти који га сачињавају, потенцијално може да привуче три категорије тржишта у зависности од нивоа атрактивности и саобраћајној доступности. Реч је о категоријама локалног, регионалног и глобалног (интернационалног) тржишта.

У контексту предметног пројекта **локално** тржиште чини Јужнобачки округ, али треба имати у виду да ће кроз даљи процес поновног успостављања сарадње Хрватске и Србије (који се крајем 2010. интензивира од највиших државних нивоа па до све интензивније сарадње локалних власти с обе стране) и приступање европским интеграцијама обале Дунава интегрисати у заједнички простор са све мањим значењем садашње државне границе. Имајући то у виду, дугорочно можемо сматрати да у локално тржиште улази и Вуковарско-сремска жупанија у Хрватској по узору на многе сличне примере у горњем току Дунава (Немачка, Аустрија, Мађарска, Словачка).

Под регијом и **регионалним** тржиштем уобичајено подразумевамо простор бивше Југославије. Обзиром на куповну моћ и саобраћајну позицију овде пре свега рачунамо на Србију, Хрватску, Словенију, али у овом посебном случају и Мађарску. Обзиром на подунавски идентитет подручја обухвата пројекта, регијом можемо сматрати и све госте из Подунавља (односно подунавских регија у Немачкој, Аустрији и Словачкој) који ће овај простор посећивати у оквиру производа различитих тура Дунавом. Из наведеног је јасно да је реч о великом и хетерогеном тржишту чија је даља разрада предмет детаљних маркетинг планова за сваки од појединачних производа. У овом разматрању потребно је да од осталих регионалних тржишта издвојимо Београд и Војводину (без Јужнобачког округа који чини локално тржиште) као тржишта са знатно већим потенцијалом од остатка регионалног, али са ипак очекиваним другачијим обрасцем понашања од локалног тржишта.

Сва остала тржишта улазе у групу интернационалних тржишта.

У оквиру техничке оцене је већ закључено да је понуда на локалном нивоу на почетку развоја те локално становништво са подручја пројекта свој дискрециони доходак за туристичке услуге готово у целини троши ван матичног подручја. Слична ситуација влада и на блиском регионалном тржишту под којим подразумевамо Војводину, Србију па и исток Хрватске. Реч је о подручјима која у туристичком смислу тренутно функционишу више као емитивна тржишта него као циљне дестинације. У ближем регионалном окружењу туристички фигуришу градови Нови Сад и Београд као градске дестинације са другачијим ланцем вредности од оног који је могућ на предметном подручју. Такође, постоји и низ пројеката у Војводини, који су тек у развојној фази, али чија је реализација извесна на средњи рок.

Процена укупног тржишног потенцијала локалног и ближег регионалног тржишта обзиром на доходак и процењени удео туристичке у укупној потрошњи приказана је у доњој табели:

2010				
	становништво	БДП per capita (€)	% дискреционе потрошње за туризам	укупан волумен тур. потрошње (€)
ЈУЖНОБАЧКИ ОКРУГ	600,000	5,000 €	1.0%	30,000,000 €
ВОЈВОДИНА (БЕЗ ЈУЖНОБАЧКОГ ОКРУГА)	1,450,000	5,000 €	1.0%	72,500,000 €
БЕОГРАД	1,800,000	6,000 €	1.0%	108,000,000 €
УКУПНО	3,850,000			210,500,000 €

* Процене Извршиоца на основу доступних података и бенчмарка удела туристичке у укупној потрошњи у упоредивим земљама

Иако приказане бројке треба узети с опрезом као само оријентационе вредности, јасно је да само на бази регионалног и локалног тржишта има довољно аргумената за интензивнији туристички развој ако се погледа ред величине туристичке потрошње која се сада остварује у другим дестинацијама.

Битно је напоменути да локално становништво не треба узети у обзир као тржиште које ће користити потенцијалне нове смештајне капацитете на предметном подручју. Међутим, уколико предметно подручје понуди интелигентне ризорте уз Дунав с пажљиво конципираним сетом садржаја и позиционирањем које је прилагођено средњој до вишој класи српских и војвођанских грађана, исти ризорти без проблема могу постати супститут за садашње начине провођења летњих одмора, али и туристичке активности у другим сезонама. Потенцијал предметног простора с општим тржишним потенцијалом дају аргументе за подизање смештајног квантитета за 300 до 500 кревета у року до 5 година у концептима дунавских ризорта.

Обзиром на уобичајену праксу развоја ризорт пројеката, уобичајено их због финансијских разлога прати развој некретнина. У предметном пројекту је то повољна околност јер простор омогућава несметано планирање нових урбаних структура које обзиром на обележја тренутне понуде некретнина, могу да рачунају на тренутну тражњу локалних и регионалних елита. Уколико се испоштује концепт становања у резиденцијама тик уз Дунав с модерном архитектуром и свим потребним садржајима, то ће бити јединствен такав пример у српским оквирима.

Следећу тржишну прилику чини израђена бицикличка рута до Бачке Паланке за коју очекујемо да ће кренути даље према истоку, а коју засад не прати никаква инфраструктура. Обзиром на понашање тржишта бицикличких рекреативаца и ентузијаста, мишљења смо да се може искористити прилика за изградњу модерног кампа уз Дунав те неколико Б&Б (bed&breakfast) објеката с укупним капацитетима од 100 до 200 кревета.

Идентитет предметног простора од Дунава ка северу, али и сремског дела општине Бачка Паланка је панонски и рурални. Нажалост, традиционални салаши су замрли и данас у том сегменту нема смештајне понуде. Независно од предложеног модела развоја и производа, а тиме и укупног ланца вредности, синтеза агрикултуре и туризма се намеће као саморазумљив императив. Један од праваца развоја нужно ће бити у праћењу предузетничких императива других делова Војводине и развоја салаша, односно других објеката руралног туризма. Иако овакав тип смештаја и интензитет његовог развоја зависи од индивидуалних

иницијатива малог предузетништва, процењујемо да у краћем року постоји тржишни простор за развој 5 до 10 објеката руралног туризма укупног капацитета око 100 кревета.

Потенцијал интернационалног тржишта зависи од степена атрактивности испорученог производа, као и брзине којом ће се градити укупан ланац туристичке вредности (тачније, од рока у којем ће он достићи интернационални стандард. Највредније локације подручја имају потенцијал трансформације у туристичке производе атрактивне за интернационална тржишта, али је објективно реч о року од 5 до 8 година који је минимално потребан како би се:

- побољшао саобраћајни доступ кроз иницијативе описане у закључцима техничке оцене подручја;
- направила интегративна туристичка регија и туристичка понуда с другом страном Дунава;
- кроз почетак туристичке активности стекла почетна туристичка искуства потребна за врхунску испоруку производа за интернационално тржиште.

Укратко, у року од 5 до 7 година постоји тржишни потенцијал за 500 до 700 нових кревета с нагласком на изградњу интегративних подунавских ризорта који могу и морају бити јединствени концепти на целом Подунављу. Посебну прилику представљају концепти који имају потенцијал тражења подршке и финансирања од стране различитих међународних институција и организација, при чему је прилика највећа за концепте оријентисане на туристичке пројекте намењене едукацији и дружењу младих Европе и целог света.

Након оснаживања укупне дестинације и стицања првих туристичких искустава, могуће је приступити изградњи капацитета за интернационално тржиште при чему треба имати у виду да мора бити реч о највреднијим локацијама. Тиме се отвара простор за укупно 1.500 до 2.000 кревета у којима може да се остварује 300 до 400 хиљада ноћења.

4. ДУНАВСКЕ РЕГИЈЕ – БЕНЧМАРК АНАЛИЗА

Узимајући у обзир да се овде ради о подунавској туристичкој дестинацији која је на почетку професионалне изградње туристичког система, као и да се тренутно налази у процесу структурирања и позиционирања својих урбаних и рекреативних структура уз реку, анализа примера најбоље праксе има за задатак да утврди кључне факторе позиционирања и тематизације најбољих европских подунавских дестинација.

Резултат анализе примера најбоље праксе показује смер у којем би према идеалној ситуацији дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац могла да направи свој искорак, користећи успешне примере и доказане моделе туристичког развоја подунавских дестинација.

4.1. Критеријуми избора Дунавских регија

Простор уз Дунав историјски се користи на три начина – кроз урбанизацију / агломерације (градови попут Беча, Будимпеште, Братиславе, Београда на Дунаву), затим, у смислу туристичке валоризације простора и рекреације уз реку, као и пољопривреде, и, на крају, кроз развој индустрије уз реку / прераду сировина и слично.

Узимајући то у обзир, избор примерних дестинација / регија уз Дунав за потребе овог пројекта базира се на избору оних успешних развојних прича које су свој развој градиле на моделу туристичке рекреације на реци и на простору уз реку, као и на интеграцији пољопривредних активности и туризма.

Дакле, дестинације су изабране према следећим критеријумима:

1. Регије европских држава које се налазе на Дунаву
2. Успешне дестинације на Дунаву које своју туристичку понуду заснивају на:
 - a. Самом искуству реке и њене обале
 - b. Креирању различитих рекреативних искустава на простору уз Дунав
 - c. Интеграцији специфичне пољопривредне производње и туризма

За потребе овог пројекта, кључни посматрани параметри оваквих дестинација су:

1. Локација и општи подаци
2. Туристичка искуства и доживљаји
3. Туристички производи и активности
4. Позиционирање регије

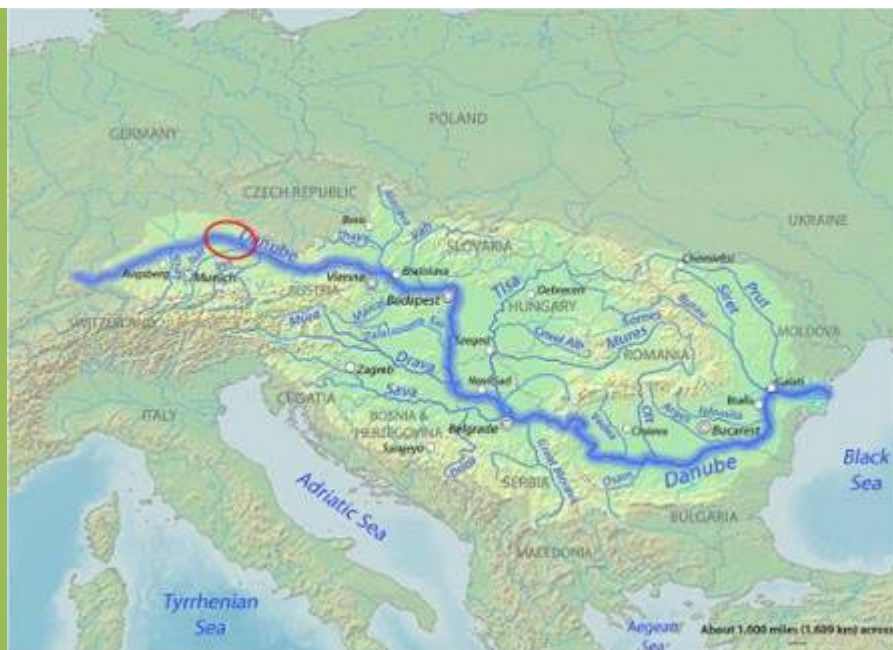
Четири европске подунавске дестинације које су пример успешног туристичког развоја и важне за формулисање туристичког позиционирања подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац су:

- Доња / Источна Баварска у Немачкој
- Долина Wachau у Аустрији
- Подунајско у Словачкој
- Dunakanyar у Мађарској



4.2. Бенчмарк анализа

Немачка – Источна / Доња Баварска



- Дунав тече срцем регије Источна / Доња Баварска
- Passau, Deggendorf и Regensburg као кључна одредишта доње Баварске на Дунаву
- Позиционирање регије: 'Дунавска рекреација на Баварски начин'
- Кључни туристички производи регије: рекреација на реци, култура и историја



Regensburg

- Град стар две хиљаде година
- око 135.000 становника
- Богатство архитектуре и културе, музеји, уметничке изложбе
- Пловидба бродовима Дунавом (рекреативни)
- Стари део града налази се на попису UNESCO Светске баштине

Атракције:

- Камени мост на Дунаву ("Steinerne Brücke"), стар 850 год.;
- Катедрала Св. Петра (13. и 14. век);
- Porta Praetoria (најстарија римска грађевина у Немачкој - АД 179)

Deggendorf

- "Врата Баварске шуме" ("Gate to the Bavarian Forest")
- око 32.000 становника



Активности и атракције:

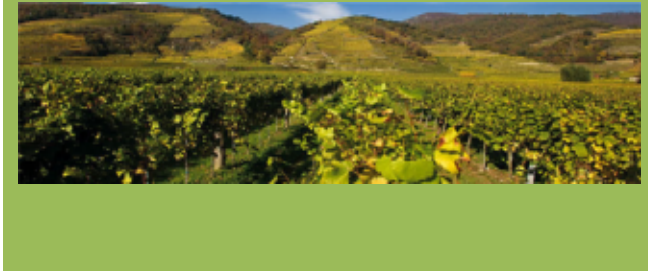
- стазе за пешачење (hiking trails), бициклизам, голф, јахање, риболов, скијање на води, спа ризорт “Elypso”, тенис, cross country skiing на Rusel планинама
- Културни споменици (Културна четврт са музејима, књижара, цркве (Grabkirche), Kapuzinerstadl, готичке грађевине, средњовековне зидине, итд.)
- Туре са водичем по граду, Weißwurst-радионице, ски бус туре, фестивали, летњи фестивали, божићни маркет, концерти, изложбе, позоришта...



Passau

- Доња Баварска
- "Bavarian Venice", ‘Град на три реке’
- 50.000 становника
- Туризам: фокус на три реке, Катедрали Св. Стефана и старом граду
- Почетна тачка за речни крузинг

Аустрија – Долина Wachau



- Niederosterreich, подручје у дужини од 30 км, између Мелка и Кремса
- Број становника регије: 25.000-30.000
- UNESCO World Heritage site (архитектура и агрикултура)
- Производња грожђа и кајсија (вина и ликери)



- Позната вина: Riesling and Grüner Veltliner
- Позиционирање и туристички производи: Вино, Култура (дворци, бургови, цркве, музеји, изложбе), Природа (Дунав, шуме, итд.)
- Активности: обиласци и разгледавање, бициклизам, шетње, бродом по Дунаву, гастрономија и вино, heurige (таверне у којима се служи младо вино), путеви вина, обилазак винограда, воћњака, фестивали бербе, итд.

Кључне дестинације: Мелк, Кремс и Dürnstein



Мелк

- Око 5.000 становника
- Културни и духовни центар Аустрије у последњих 1.000 година
- Најпознатија атракција Мелка је барокни Бенедиктински самостан Stift Melk
- Организација уметничких фестивала током целе године



Кремс

- Око 24.000 становника
- Источни излаз на долину Wachau
- Један од најстаријих градова Аустрије што се види и из урбанистичке структуре града, архитектуре, манастира и цркви, градском утврђењу, итд.
- Кремс има богат календар целогодишњих догађања, као на пример: Дунавски Фестивал, Исток-Запад Музички Фестивал, Wachau Филм Фестивал, Фолк Музички Фестивал, Позоришни фестивал за децу и младе, итд.



Dürnstein

- Насеље од око 1.000 становника
- Једна од најпосећенијих дестинација долине Wachau
- Познат по узгоју винове лозе и производњи вина

Словачка - Подунајско



- **Podunajská nížina** која се позиционира као *Дунавска* термална ривијера и дестинација за рекреацију
- Јужни део Словачке уз Словачко-Мађарску границу - уз Дунав
- Углавном мађарско становништво
- Туризам се у регији Подунајско развија готово искључиво уз Дунав, те у градовима са термалним изворима (Dunajská Streda, Veľký Meder, Štúrovo, Komárno и Patince)
- Активности: пловидба Дунавом и рекреација на реци
- Бицикличка рута из Братиславе до Комарна (међународна бицикличка рута)



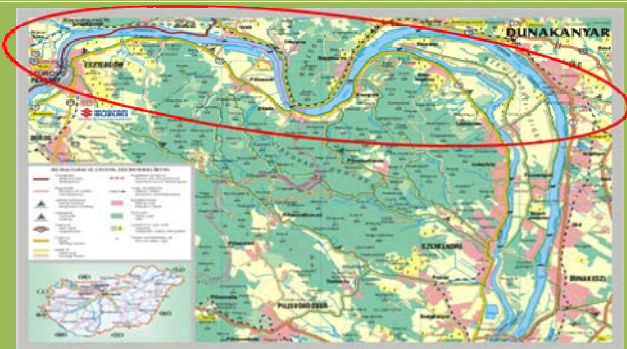
Комарно

- око 36.000 становника
- Богатство историје, културе и архитектуре
- Историјске и културне атракције укључују старо урбано језгро Комарна, градску кућу, судницу, цркву Св. Андрије, Музеј Дунава, итд.
- Тргови (Клапка трг, Европски трг, итд.)
- Европски трг – подручје у граду које представља архитектуру из свих делова Европе, са ресторанима и продавницама

**Sturovo**

- Око 12 хиљада становника
- Град је био насељен већ у преисторијско доба, захваљујући своме повољном положају.
- На другој страни Дунава је мађарски град Естергом.
- Sturovo је познато по спа центру Vadach (капацитет за 8.000 истовремених посетиоца)

Мађарска – Dunakanyar



- **Dunakanyar** (The Danube Bend) је рекреативно и излетничко подручје у близини Будимпеште
- Подразумева подручје између Esztergom и Szentendre, где Дунав скреће према Visegrád планини и креће оштро према југу и Будимпешти
- Због брдовитих шумовитих делова назива се и 'мађарским Wachau-ом'
- Туристички центри су Esztergom, Visegrád, Vác и Szentendre
- За љубитеље природе ту су Пилис планине и Visegrád планине, као и Börzsöny и Cserhát



Esztergom

- Око 30.000 становника
- Град на три реке: Дунав, Хрон и Иполи
- Esztergom-Kertváros Eco-tourism Centre of the Danube-Ipoly National Park (Центар еко-туризма Националног парка Дунав – Иполи)
- Активности на реци: Yacht tourism и типе бродовима, рафтинг
- Некадашња винска регија Esztergom-ских бискупа. Ради се о Ister-Granum међународној винској рути која спаја винске подруме Ászár- Neszemly винске регије са онима у Словачкој - Štúrovo и



Strekov

- Термални извори и спа центри
- Gerecse и Пилис планине за спелеологију (caving club)
- Скијашке стазе - Visegrád
- Култура: подручје је некада било срце средњевековног мађарског краљевства
- Музеји, палате, фестивали, славља, средњевековни турнири, водени карневали, сеоски сајмови, итд.



Szentendre

- Око 23.000 становника
- У подножју Пилис планине на обали Дунава
- Медитеранска атмосфера
- Уметнички град
- Барокна архитектура, музеји и галерије, цркве, шопинг



Vác

- Око 33.000 становника
- На источној обали Дунава
- Мање популаран и посећен од осталих градова Dunakanyar-a
- Катедрала, цркве, тргови, музеји и галерије, дворац



Visegrád

- Око 1.700 становника
- Тврђава, Visegrád-ска краљевска палата – некад био летња краљевска резиденција
- Догађаји (нпр. витешки дани)

4.3. Закључак

У закључку анализе најбољих примера у пракси европских подунавских регија систематизовани су следећи кључни показатељи:

Земља	Регија	Позиционирање	Производи	Кључне дестинације / атракције
Немачка	Источна / Доња Баварија	Дунавска рекреација на Баварски начин	Рекреација на реци, култура и историја	Passau, Deggendorf и Regensburg
Аустрија	Долина Wachau	'Wine Genuss' (вински ужитак)	Вино и гастрономија, култура (дворци, бургови, цркве, музеји, изложбе), рекреација у природи и на реци	Мелк, Кремс, Durnstein - Опатија у Мелку, барокни бенедиктински самостан, и Дворац Dürnstein
Словачка	Подунајско	Дунавска термална ривијера и рекреација	Рекреација на реци, спа и wellness, култура и историја	Dunajská Streda, Veľký Meder, Šturovo, Komárno и Patince
Мађарска	Dunakanyar	'Мађарски Wachau'	Вино, култура, рекреација (на реци и планини)	Esztergom, Visegrád, Vác, и Szentendre

Ова бенчмарк анализа је, дакле, показала следеће:

- Анализирани подунавске регије у Европи су историјски имале већи или мањи урбани суживот с Дунавом
- Регије су у задњих 50-так година битно диверсификовале економске активности непосредно уз Дунав
- Регије су органски развијале туристички ланац вредности у задњих 20 до 25 година
- Производи који се нуде туристима су конзистентни са атракцијама и структуром искустава које се нуде гостима ових регија
- На тој основи, регије су развиле туристички брендинг повезан са дворцима, вином, пољопривредним производима и искуствима, као и специфичне облике рекреације (наутика, голф, терме, спорт, бициклизам и др.)
- На бази природних и културних атракција и карактера просторних целина тих дунавских регија постављени су јасни развојни сценарији који су већ дуги низ година праћени активним јавним политикама (Аустрија,

Словачка и Мађарска), а онда и приватним инвестицијама у смештајне објекте и садржаје туристичке инфраструктуре;

- **Овај део Бачког подунавља би требало да користи искуства и пословне моделе посматраних регија само селективно, а тржишно се у односу на њих мора диференцирати.**

5. СТРАТЕШКИ ОКВИР

Поједини делови Војводине историјски су пролазили кроз нешто интензивнији туристички развој, док је ово подручје подунавља у том смислу остало готово нетакнуто. Једнако тако, као што се може видети из анализе успешних дунавских регија у Европи, регије уз Дунав позиционирале су се на туристичком тржишту, на којем играју са јасно дефинисаним и професионално обликованим туристичким производима.

Надаље, тренутни глобални процеси у туризму, који намећу нужност разумевања промена, у исто време изискују спремност туристичких дестинација и њихових политичких и пословних елита да брзо и примерено дају одговоре у смислу стратегија раста и развоја производа. Подунавље подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац је на самом почетку свог туристичког развоја, јер још увек не даје одговоре на ове промене, а управо ова позиција му даје могућност да одреди своју будућу позицију у оквиру Војводине, Србије, па и регије, те да обликује свој модел конкурентног и одрживог развоја.

Да би започела тај процес, дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац мора формулисати и усагласити јасну слику свог будућег туристичког развоја (визију), туристичко позиционирање и спектар туристичких производа, при том се ослањајући на сопствена стратешка упоришта, која се излажу у наставку.

5.1. Стратешка упоришта

Свака успешна дестинација свој туристички развој базира на стратешким упориштима која су изведена из његових наслеђених вредности и објективне позиције у процесу привредног и друштвеног развоја.

На бази обављених наших обилазака терена, примарних и секундарних истраживања, интервјуа са кључним субјектима дестинације и одржаних радионица, туризам дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац може се реално ослонити на следећа стратешка упоришта:

1. Сарадња три општине са циљем туристификације подручја

- Општине Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац одлучиле су међусобном сарадњом покренути туристички развој овог подручја уз Дунав, како би на тај начин диверсификовале његову привредну структуру и подстакле даљи економски раст и развој;
- Кључна препозната вредност у заједничком процесу туристификације овог подручја јесте Дунав с којим се преплићу остале природне вредности, специфичан животни стил и историја подручја;

- Заједнички приступ туристичком развоју ове три општине повећава шансу креирања конкурентских предности кроз повећање укупног сета атракција који се интегрише у једну дестинацију, али и због јаче привредне и преговарачке позиције према релевантним државним и интернационалним субјектима.

2. Почетна позиција

- Подручје општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац историјски је било оријентисано на агркултуру. Док су неке друге подунавске регије у Европи агркултуру интегрисале са туризмом, овај простор до сада још није озбиљно започињао туристички развој. Због тога је и мањи капацитет потражње за пољопривредним производима, што је у убрзаном транзиционом процесу почетком овог века довело до смањења пољопривредне активности;
- Ово је уједно и један од разлога што је овај простор данас очуван и обилује природним ресурсима (понајвише Дунав), са својим историјско-културним супстратом. С друге стране, ситуација у пољопривредном сектору у последњих 5 година ослободила је нове количине земље која чека своју намену и нову предузетничку идеју;
- Будући да је цео простор ове три општине у почетној позицији у сусретању са туристичким тржиштем Дунава и нема значајне конкурентске вредности историјског и урбаног карактера у односу на анализирани подунавске регије у Европи, потребно је продуктивно користити ову ситуацију почетка, користећи искуства других успешних дестинација, али углавном играјући на неке друге и нове карте.

3. Интегрисани туристички развој са Хрватском

- Према примерима других подунавских регија у Европи (нпр. Словачка и Мађарска, Аустрија и Немачка, итд.), дестинације уз Дунав користе заједничке ресурсе (у првом реду Дунав) како би кроз спој различитости обала затвориле укупан ланац туристичке вредности;
- Овај подунавски простор на сличан начин дели исту конкурентску позицију са простором на хрватској страни Дунава, а има у значајној мери различите атрибуте битне за туристичку комерцијализацију што за обе стране отвара могућност интегрисаног туристичког развоја по узору на друге успешне примере.

4. Простор уз Дунав

- Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац обилује простором уз Дунав, који је „празан“ и неискоришћен у смислу туристичког развоја;
- Европске подунавске дестинације углавном су искористиле свој простор уз Дунав у смислу урбаног, туристичког и агркултурног као и индустријског развоја, те су се у туристичком смислу врло јасно позиционирале. Једнако тако, регије у Србији (Горње и Доње Подунавље) већ су започеле креирање свог туристичког ланца вредности и дефинисања туристичког позиционирања;
- Паметна артикулација развоја простора уз Дунав, стога је кључ за диференцирање ове од других дунавских регија.

5. Интелигентни туристички ланац вредности

- Стварање ланца вредности повезано је разумевањем да је конкурентски недостатак (историјско неизлажење на Дунав) могуће претворити у снагу (коришћењем прилике великог празног простора) само промишљеним концептима који „тихо“ интегришу кључне идентитетске одреднице подручја и ненаметљивим технолошким решењима отварају понуду свих потребних активности и садржаја.

6. Регионална, државна и европска подршка пројекту

- Република Србија и Војводина озбиљно подржавају развој туризма, па се стога овај пројекат може ослонити на чврсту подршку државних и покрајинских власти овом пројекту;
- С друге стране, три општине морају прихватити одговорност за заједничку изградњу комплетног туристичког ланца вредности овог подручја. То уједно и значи да заједничким напорима морају регулаторно омогућити истовремену заштиту простора али и његов развој у смислу изградње туристичког ланца вредности у складу са међународним правилима игре у развоју туристичких пројеката овакве врсте;
- За успешан и интегрисани развој туризма на подручју дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, нужна је подршка регионалних / покрајинских и државних власти и то у смислу просторно-регулативне, инвестицијске (нпр. инфраструктура), и политичке подршке, као и подршке у смислу система подстицаја малом и средњем предузетништву, те пројектима приватизације према захтевима позиционирања овог подручја;
- Овај пројекат за изградњу међународне конкурентске позиције и интеграцију у регионалну туристичку подунавску дестинацију мора се ослонити на прекограничну сарадњу и у том смислу на европску подршку.

7. Јединствени модел управљања пројектом

- Обзиром да се туристички развој овог подручја заснива на заједничком приступу три општине, уз нужну интеграцију са хрватском страном Дунава, за снажнију имплементацију целокупног пројекта и његову успешност потребан је јединствени модел управљања пројектом, што омогућује и контролу његове реализације;
- Модел управљања пројектом може се реализовати у форми јавно-приватног партнерства, чија организација има задатак да широј јавности комуницира визију, интересе и одговорности у развоју туризма овог краја, што такође омогућује да се у његовој иницијалној фази остварује контрола реализације;
- Управљачка организација укључиваће кључне субјекте приватног и јавног сектора на подручју три општине.

5.2. Визија и позиционирање

Узимајући у обзир динамичне и променљиве услове на туристичком тржишту, промене у узорцима понашања гостију, те на крају и константни притисак конкурентских дестинација, визија и тржишно позиционирање у данашњем глобалном туристичком свету су јединствено комплексне креације.

Визија се креира како за данашње тако и за будуће тржиште, те заједно са позиционирањем чини јединствену целину, односно представља оквир за успостављање јединствене емотивне везе са тржиштем. Тржишно позиционирање, с друге стране наглашава који физички, али и емоционални аспекти дестинације морају бити интегрисани у простору и усаглашени од локалне заједнице како би развој био успешан, односно прихваћен од стране туристичког тржишта.

С друге стране врло је важно ставити целокупан простор дестинације Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка у контекст постојања и развоја туризма српског Подунавља, али и целокупне регије (Војводине, па и Србије) у везу са развојним усмерењима који су дефинисани и усаглашени у Стратегијама привредног развоја предметног подручја ове три општине, односно у Стратегији развоја туризма Републике Србије, где су за све туристичке кластере предложени кључни правци развоја.

5.2.1. Визија

Визија која се овде предлаже представља објективизовану слику будућности, те има задатак креирати позитивну синергију између локалног контекста (људи, насеља и туристичких производа) те глобалних правила игре туристичке индустрије (стандарди, образовање људских ресурса, управљање пословним субјектима, маркетинг итд.). У разговорима са кључним субјектима дестинације и на интерактивној радионици усаглашен је предлог изјаве о визији будућег смера развоја туризма подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, а који се базира на следећим претпоставкама:

- Ово је простор интелигентне туристификације Дунава и урбана ревитализација Дунава
- Богатство природних и културних вредности и атрибута као кључ изградње имица подручја
- Спој туризма и диверсификоване агрикултурне производње
- Иновативни развојни пројекти за изградњу сплета искустава и доживљаја

Изјава о визији

Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац је иновативна туристичка дестинација на Дунаву која својим гостима нуди искуство активног уживања, а свој 'риверфронт' простор уз Дунав ревитализује у складу с модерним глобалним трендовима.

Богатство наслеђених природних и културних атрибута простора, овај део Подунавља користи за изградњу имица те за развој малих и средњих туристичких бизниса / домаћинства.

Ова подунавска дестинација траје на споју диверсификоване агрикултурне производње и изградње туристичког искуства подручја што посебно подстиче и за шта се ослања на екстерну подршку.

На овај начин дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац спаја промишљене технолошко-развојне

*интервенције (пројекте) у простору са поступном изградњом специфичног искуственог идентитета подручја које се изражава као ‚*joie de vivre*‘ (‘ужитак живота’, ‘радост живота’).*

5.2.2. Кључне фасцинације

Укупан природни и антрополошки контекст подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, односно кључне вредности и атрибути с којима оно располаже чине један, али важан део мозаика укупног простора подунавског дела Војводине / Србије, па тако сам простор ове дестинације има специфичности које га чине јединственим.

Управо су те специфичности, односно кључне фасцинације туристичке дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац полазна тачка за изградњу жељене слике у свести потрошача. Туристичке фасцинације ове дестинације тако постају оквир за изградњу дугорочних јединствених продајних предлога које заједничка туристичка политика дестинације мора прихватити и испоручити тржишту у реално сагледивом временском оквиру. На бази спроведених анализа простора, литературе те спроведених интервјуа са кључним субјектима на овом простору, кључне се туристичке фасцинације за дестинацију Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац предлажу како следи:

Кључне фасцинације
Наутички и рекреативни потенцијал Дунава
Природне вредности Дунава
Мултиетничност / мултикултуралност
Агрикултурно обиље
Пасторала руралне Војводине
Место сусрета, рекреације и догађања (урбани центри)
Дворци и тврђаве
Карађорђево
Вино и гастрономија

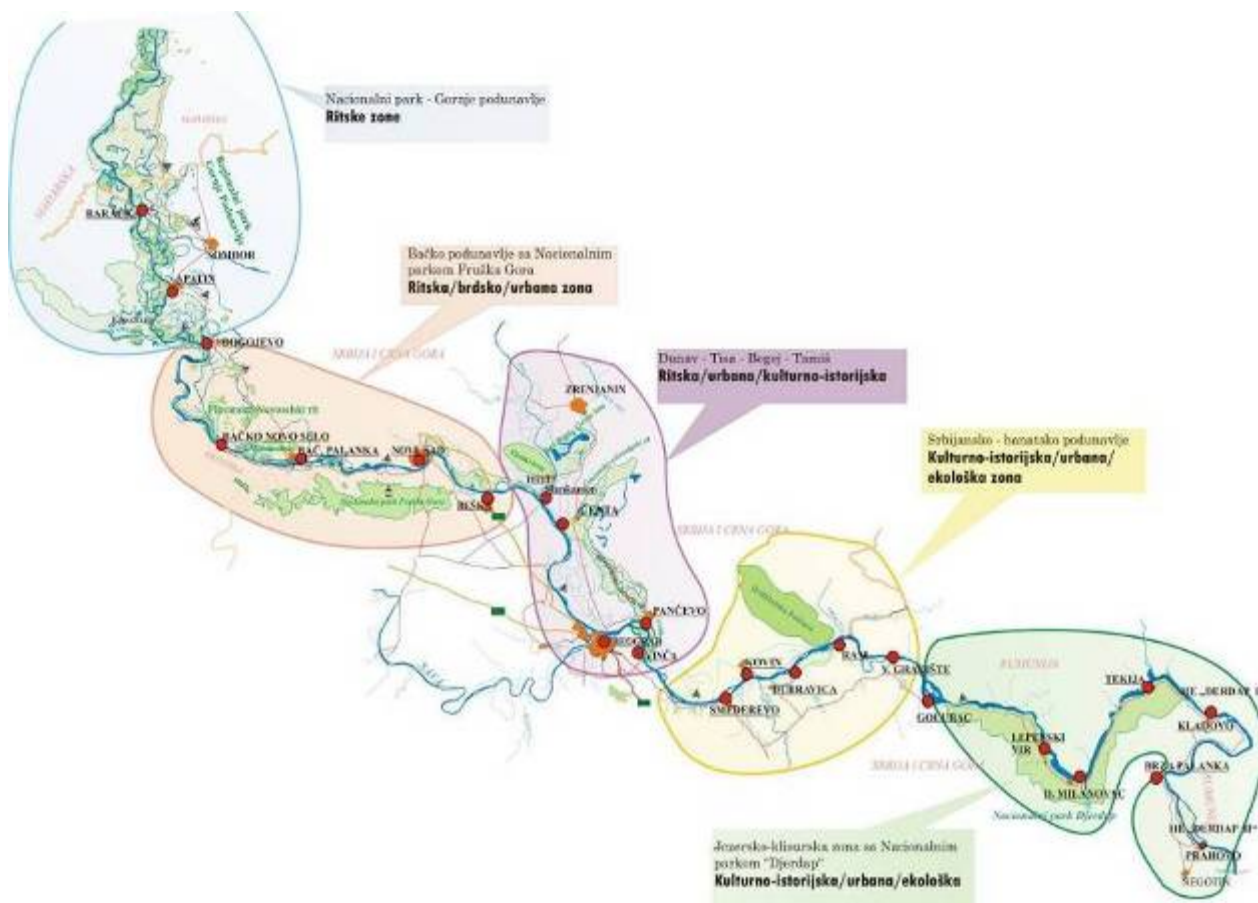
<p>Научни и рекреативни потенцијал Дунава</p> 	<p>Природне вредности Дунава</p> 
<p>Мултиетничност / мултикултуралност</p> 	<p>Агрикултурно обиље</p> 
<p>Пасторала руралне Војводине</p> 	<p>Место сусрета, рекреације и догађања – урбани центри</p> 
<p>Дворци и тврђаве</p> 	<p>Карађорђево</p> 



5.2.3. Позиционирање

Контекст

Укупан природни и социо-културни контекст подунавља подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац потребно је посматрати у контексту туристичког развоја и позиционирања осталих подунавских регија у Србији. Следећа мапа приказује подунавље Србије, где се овај простор дели на Горње Подунавље, Бачко Подунавље (са Новим Садом), Дунав-Тиса-Бегеј-Тамиш (са Београдом), те Банатско и Бердапско Подунавље.



У периоду од неколико задњих година, регије Горње Подунавље, град Нови Сад и Доње Подунавље (са Ђердапом), већ су одредиле своје стратешке смернице туристичког развоја, те су пронашле почетне тачке свог туристичког позиционирања. Овде је посебно важно нагласити да две српске дунавске регије (Доње и Горње Подунавље) имају врло изражени идентитет, артефакте и природну вредност и тиме јасне карактере и оквири за дугорочни раст туризма:



У том смислу, а узимајући у обзир и туристичко позиционирање осталих европских подунавских регија, подручје општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац има задатак изабрати своје позиционирање диверсификовано у односу на ове регије.

Изјава о позиционирању

Узимајући све наведено у обзир, предлог туристичког позиционирања дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац је како следи:

Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац се туристичком тржишту представља као млада, активна и модерна дестинација кроз интерпретацију и ревитализацију простора уз Дунав, атрактивну природу и социо-културни идентитет.

Простор уз Дунав је ревитализован иновативним технолошко-развојним туристичким пројектима, који су основ идентитета ове дестинације као младе и активне дестинације за 'joie de vivre' (уживање у животу, радост живота).

Свој гостољубиви рурални простор туристички обликује следећи најбоља глобална искуства у којима се на најбољи начин и складно преплићу начин живота и агрикултурна производња са туристичком рекреацијом.

Уз модерно обликоване садржаје и рурална искуства, посебно је усмерена на понуду активности у природном амбијенту (рекреација у природи, голф, итд.).

Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац својим гостима нуди професионално обликоване производе, активности и услуге високе квалитете, у оквиру:

- **Узбудљивих и иновативних активности уз Дунав**
- **Доживљају руралног живота**
- **Интерпретацији традиције, историје и културе**
- **Гастрономији**

Стубови позиционирања

Позиционирање дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац ослања се на четири стуба који представљају искуствену тематизацију целокупног простора ове дестинације, те служе као окосница за дефинисање производа које ће ова туристичка дестинација нудити својим гостима.

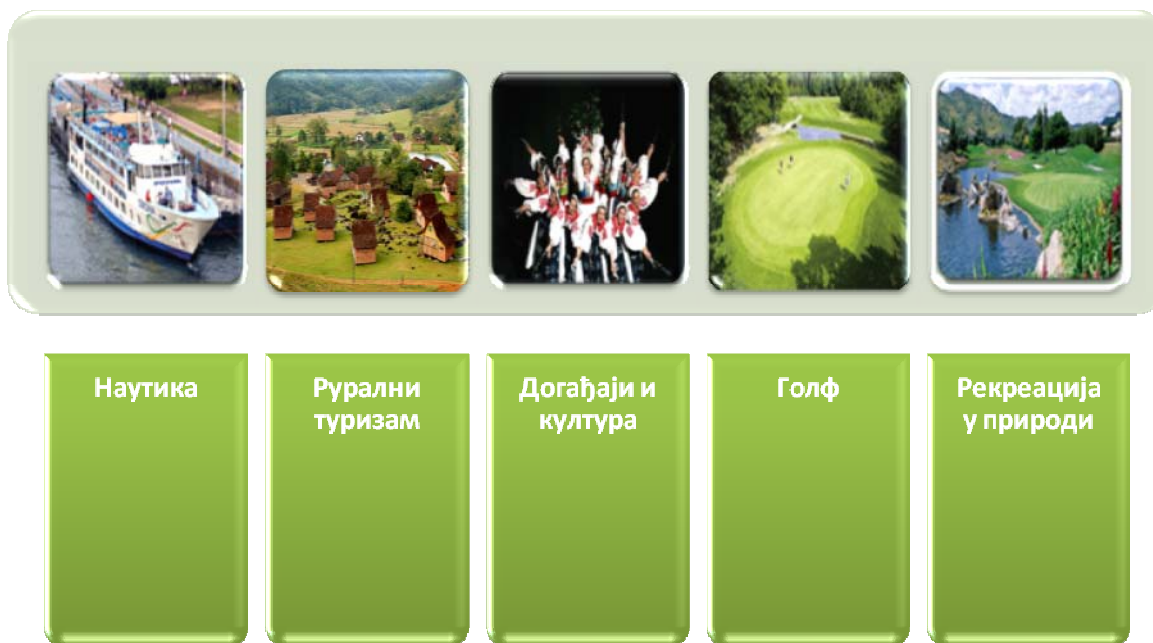


5.3. Туристички производи

Портфолио туристичких производа дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац се базира на следећим претпоставкама:

- Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац као туристичка дестинација је још увек непозната дестинација Европе и на почетку је процеса изградње имиџа
- Примери успешних дестинација сличне ресурсне основе показују да се фокус развоја производа од самог почетка развоја дестинација заснивао на два до три кључна туристичка производа који су развијани до нивоа изврности

Као последица наведених фактора, произилази да би се требало фокусирати на развој следећих кључних туристичких производа дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац – **Наутика, Рурални туризам, Догађаји и култура, Рекреација у природи и Гастрономија.**



НАУТИКА	
ОПИС ПРОИЗВОДА	
	
<p>Наутички производ за дестинацију Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац подразумева пловидбу Дунавом, која осим главног мотива пловидбе укључује и коришћење свих објеката наутичке инфраструктуре и комплементарних производа и услуга у функцији туризма (марине, пристани и везови, смештај, исхрана, забава, култура). Овај производ представља други или трећи одмор у години. У Европи, према проценама, а укључујући и канале, има преко 15 хиљада пловних километара. Најпопуларније реке у Европи су Дунав, Рајна, Нева и Волга (у Русији), Елба, Сена (Seine), Рона (Rhone), као и По у Италији.</p> <p>Највећи део тржишта односи се на кружна путовања рекама који садрже вишедневна путовања пловним путевима кроз више земаља (од 7, па све до 21 дан). Обично је у пакетима укључено разгледање места и дестинација, излети у окружењу и слично, као и активности посебних интереса, што значи да Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац морају да теже да постану једна од кључних дестинација на крстарењу Дунавом.</p> <p>Осим тога, производ Наутике такође подразумева индивидуалну пловидбу власника бродова, као и најам бродова и једрилица.</p>	
ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА	
<ul style="list-style-type: none"> • Индивидуална пловидба власника бродова на Дунаву (мали бродови за 2 - 4 особе) • <i>Charter</i> - изнајмљивање бродова и једрилица ради пловидбе Дунавом (мали и средњи бродови за 4 - 12 особа) • Кружна путовања Дунавом - организовани пакети путовања Дунавом од стране туроператора и дестинацијских менаџмент компанија (већи и велики бродови намењени групама људи од 20, па чак до 300 особа) 	
САДРЖАЈИ, УСЛУГЕ И ОПРЕМА	
<ul style="list-style-type: none"> • За индивидуалне кориснике важно је постојање квалитетне инфраструктуре (марине, бензинске станице, привезишта и пристаништа на местима од интереса) • За тржиште <i>chartera</i>, осим постојања инфраструктуре, важно је постојање једне или више <i>charter</i> компанија које имају властите флоте бродова, као и њихова комерцијализација путем стандардних канала дистрибуције • За тржиште "<i>river cruising-a</i>", посебно је важна уска сарадња са специјализованим операторима на начин да се дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац укључи у њихову понуду • Додатна понуда у смислу шопинга • Ресторани и барови • Организација разгледавања града (туре са водичем) • Могућност куповине сувенира и локаних производа • Остали комерцијални садржаји 	
ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА	
<ul style="list-style-type: none"> • Кружна путовања (речни <i>cruising</i> Дунавом) – дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац као кључна тачка интереса • Марина за индивидуалне кориснике и њихове бродове / једрилице (будућа марина у оквиру Urban Riverfrong ризорта Тиквара) • Могућност најма 	

ДОГАЂАЈИ И КУЛТУРА	
ОПИС ПРОИЗВОДА	
	
<p>Догађаји су континуиране активности које се углавном догађају једном годишње, а које промовишу туризам одређене дестинације путем аутономне привлачне снаге самог догађаја, али и подстичу госте на директно учествовање и укљученост. Да би постали део туристичке понуде неке дестинације, догађаји, по правилу, морају да привлаче учеснике и/или посматраче који нису део локалне заједнице. Догађаји имају необично јак утицај на креирање имиџа о некој дестинацији. Надаље, све развијене туристичке дестинације интензивно раде на креирању целогодишњег календара различитих догађаја како би своју понуду учиниле што атрактивнијом и у свим осталим месецима у години. Догађај за туристе представља обично треће или четврто путовање у години и траје, у просеку, од једног до три дана.</p> <p>Кључни елеменат овог производа су фестивали и свечаности, које и данас имају најважнију улогу у представљању туристичке дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац туристичком тржишту и у креирању имиџа дестинације.</p> <p>Такође, туристички производ културе представља хетерогени склоп који укључује наслеђе (посете културно-историјским споменицима и атракцијама), а гости су углавном мотивисани потрагом за далеком прошлосту коју често романтизирају. С друге стране, ту су путовања мотивисана упознавањем савремене културне продукције (музичка, сценска, ликовна уметност), а кључне дестинације су градови и урбана средишта. И на крају, у оквиру овог производа су путовања мотивисана присуствовањем догађајима (фестивали, концерти, изложбе, церемоније, итд.)</p>	
ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА	
<ul style="list-style-type: none"> • Фестивали, карневали, верске прославе, параде, комеморације • Концерти, јавне изложбе, церемоније • Спортска такмичења • Годишњице, прославе, и сл. • Посете музејима, изложбама, позориштима • Тематизовани културни итинерари / обиласци културно историјских атракција 	
САДРЖАЈИ, УСЛУГЕ И ОПРЕМА	
<ul style="list-style-type: none"> • Добар приступ и мобилност • Информативна документација, брошуре, водичи • Разнолика комплементарна понуда • Систем означавања • Различите активности у склопу догађаја • Могућност куповине локалних сувенира и меморабилије • Осигурани простори за паркирање • Квалитетан смештај у близини места одржавања догађаја (хотели, хостели, приватни смештај, кампови) • Шопинг • Ресторани, барови • Разноврсна гастрономска понуда са локалним специјалитетима • Уређени прилази најзначајнијим атракцијама 	
ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА	
<ul style="list-style-type: none"> • Обиласци културно-историјског наслеђа (Тврђава, Подграђе, Самостан, Манастир Бођани, 	

- Дворац Дунђерски, итд.)
- Фестивали: Фестивал традиционалног стваралштва, Свадба некад и сад, Трагови Шокаца, Словачке народне свечаности, итд.
- Спортска такмичења: Дунавска ТИД регата
- Концерти
- Будући Интернационални Дунавски центар за културу, едукацију и толеранцију
- Будући Центар фолклора
- Будућа атракција „Подграђе у Бачу“ са Тврђавом

РУРАЛНИ ТУРИЗАМ

ОПИС ПРОИЗВОДА



Рурални туризам подразумева и укључује спектар активности, услуга и додатних садржаја које организује рурално становништво у руралним подручјима / дестинацијама. Рурални туризам гостима презентује традиционалну гостољубивост и животне вредности локалног становништва, и представља полугу економског развоја и подизања животног стандарда у руралним заједницама, по принципима одрживог развоја и очувања природних ресурса.

Данас су у Европи изразито познате туристичке руралне марке Француске (Gites de France), Аустрије (Urlaub am Bauernhof) и Италије (Agroturismo). Посматрано у претходном петогодишњем раздобљу, у руралном туризму је остварено преко 18 мил. путовања годишње, односно око 7% укупних међународних путовања.

Просечна потрошња по путовању износи око 600 - 700 Евра, односно око 70 Евра дневно. Просечни годишњи раст у руралном туризму по броју путовања износи 3 - 4%.

Главни гости руралног туризма су из Велике Британије и Холандије, који заједно чине више од 40% укупног броја гостију руралног туризма.

Рурални туризам представља обично други или трећи одмор и траје најдуже до 10 дана. Производ је врло сезоналан и врхунци потражње су у пролеће и јесен.

ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

Искуство / доживљај руралног живота; Активни одмор у руралној средини.

МОГУЋЕ АКТИВНОСТИ

Доживљај руралног живота и учествовање у руралним традицијама регије; Опуштање и рекреација у руралном окружењу; Гастрономија; Посете локалним културним и историјским атракцијама.

САДРЖАЈИ, УСЛУГЕ И ОПРЕМА

Пешачко-бициклическе стазе; Путеви вина; Куће дегустације вина;

СМЕШТАЈНИ КАПАЦИТЕТИ

- Рурални bed & breakfast (ноћење са доручком – ова категорија треба да користи

енглески назив, јер је то на туристичком тржишту врло препознатљива и снажна маркетиншка марка);

- Рурални породични хотели;
- Салаши / Агротуризми
- Куће дегустације вина

РЕКРЕАЦИЈА У ПРИРОДИ

ОПИС ПРОИЗВОДА



Рекреација у природи састоји се од неколико сегмената који су идентификовани на основу постојеће ресурсно-атракцијске основе. Према томе, овде ће се развијати и додатно професионално обликовати они сегменти који се данас у мањој мери комерцијализују, а уз развој приоритетних пројеката како се предлаже у овом Плану, туристички производ рекреације у природи укључује: активности на Дунаву, пешачење, јахање, бициклизам, лов, риболов, кајакинг, *kanuing*, једрење, веслање на Дунаву, голф, адреналински парк, рекреацију у затвореним просторима (тенис, кошарка, рукомет, одбојка, фудбал) и многе друге активности.

ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА

- Пешачење, бициклизам, шетња, јахање, итд.
- Активности на Дунаву и уз Дунав (веслање, риболов, лов, пешачење, бициклизам, итд.)
- Голф
- Адреналински парк
- Породични излети
- Организовани и индивидуални излети
- Team building активности у природи
- Тренинзи и такмичења
- Дечји излети и радионице

САДРЖАЈИ, УСЛУГЕ И ОПРЕМА

- Садржаји и опрема за спортске / рекреативне активности
- Могућност најма / куповине опреме потребне за активности
- Унутрашњи и спољашњи спортско-рекреативни садржаји и опрема
- Медицинска и спасилачка подршка
- Школе, курсеви, такмичења, манифестације и слично
- Анимација, програми, концерти са темом
- Угоститељски садржаји у близини
- Одговарајућа гастрономска понуда здраве хране
- Туристичка инфраструктура / атракције повезане са спортско-рекреативним активностима

ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА

- Могућност учествовања група различитих способности и могућности (млади,

професионалци, почетници, деца, и слично).

ГАСТРОНОМИЈА	
ОПИС ПРОИЗВОДА	
	
<p>Гастрономија је туристички производ који интегрише традиционални начин припреме и услуживања локалних специјалитета са софистициранијим приступом комерцијализацији за потребе туриста. Гастрономску понуду Војводине и подручја Бача, Бачке Паланке и Бачког Петровца карактерише богатство кулинарских знања и међусобних утицаја српске, мађарске, или словачке кухиње, а многобројна јела су изведена из немачке, руске, оријенталне или неке друге кухиње из окружења. Гастрономска понуда ове дестинације мора објединити све специјалитете овог краја: кобасица, кулен, сланина, супе, чорбе, гулаш, паприкаш, перкелт, итд. те је важно да се креирају тржишне марке специфичних традиционалних гастрономских производа овог краја. Нарочито је важна интеграција локалних вина и гастрономије – у Војводини, па тако и на подручју општина Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка на традиционалан начин се производе квалитетна вина.</p> <p>За дестинацију Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, туристички производ Гастрономије представља значајан елемент подршке и допуне понуди осталим туристичким производима ове дестинације, јер се његов развој у самосталан професионално обликован и комерцијализован производ очекује тек на дуги рок.</p>	
ОБЛИЦИ ПРОИЗВОДА	
<ul style="list-style-type: none"> • Дани посвећени одређеној врсти јела, пића, воћу, поврћу • Вински путеви и куће дегустације вина • Салаша 	
САДРЖАЈИ, УСЛУГЕ И ОПРЕМА	
<ul style="list-style-type: none"> • Простор за прихват група • Посебно обликовани итинерари и руте са темом гастрономије • Активности / курсеви повезани са процесом припреме хране • Сертификати порекла (ознаке) • Систем сигурности • Могућност куповине типичних производа директно од произвођача • Могућност узимања припремљених специјалитета • Квалитетно дизајниране трговине • Тематски музеји, изложбе, манифестације, и слично • Систем означавања • Могућност наручивања и доставе производа телефоном, интернетом • Могућност плаћања кредитним картицама 	
ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦИРАЊА	
<ul style="list-style-type: none"> • Гастро понуда на салашима • Гастро понуда у Чардама • Каталог / брошура најбољих гастрономских специјалитета дестинације (кулен, вина, 	

штрудла итд.)

- Манифестације и догађаји повезани са локалним традицијама (бербе и сл.)
- Пuteви вина
- Куће дегустације

6. КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ

6.1. Увод

Планирање и стратешки развој сваке дестинације, у контексту дефинисане и усаглашене визије, позиционирања, као и предлога производа, претпостављају и кључне активности, односно пројекте који постављену стратегију реализују.

У контексту овог Плана, а на бази интервјуа са кључним субјектима, резултата са радионице, обиласка терена, процене тржишног потенцијала, као и нашег стручног мишљења, кључни пројекти који ће градити конкурентску позицију ове дестинације на туристичком тржишту укључују кључне инвестиционе пројекте приватног сектора (који су предмет физичког Мастер плана у оквиру овог пројекта), као и оне пројекте који приватним и/или јавним иницијативама подупиру развој комплетног туристичког ланца вредности предметне дестинације, а могу послужити као солидна основа за развој малих и средњих предузетничких иницијатива.

Током процеса израде Стратегијског мастер плана идентификовани су постојећи пројекти на подручју дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац који, узимајући у обзир то да су поједине иницијативе већ у току, нису предмет наше даље разраде. Међутим, у предлозима развојних пројеката на овом подручју, а који су детаљно обрађени у следећој тачки овог поглавља, извршено је усклађивање постојећих иницијатива са новим предлозима пројеката.

У овом делу Плана се, дакле, детаљније разрађују следећи пројекти:

Приоритетни „ризорт пројекти“
Карађорђево „ <i>lifestyle</i> “ <i>mixed use</i> ризорт
<i>Urban riverfront</i> ризорт Тиквара
Гложан рекреативни ризорт
Рибарски ризорт Бачко Ново Село
Панонски ризорт за младе “ <i>Pannonian youth resort</i> “

Развојни пројекти
Салаши / Агротуризми
Рурални породични хотел
Рурални <i>bed & breakfast</i>

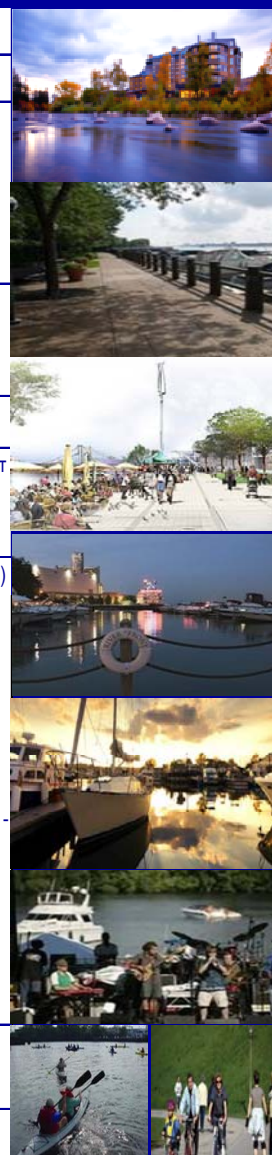
Куће дегустације вина
Еко парк Букински рит
Пројекат „Подграђе у Бачу“
Центар фолклора
Интернационални Дунавски центар за културу, едукацију и толеранцију
<i>Boutique</i> хотели (Бачка Паланка, Бач и Бачки Петровац)
Систем рибарских платформи уз Дунав

6.2. Приоритетни ризорт пројекти

Опис приоритетног туристичког пројекта		
Пројекат	Карађорђево "Lifestyle" Mixed-use Ризорт	
Локација	Карађорђево, део уже зоне без резиденције на 300-400 ha	
Концепт	Луксузни туристички комплекс смештен у историјску оазу уживања и опуштања. Савремена архитектура се ненаметљиво уклапа у декадама стварану сценографију. У оквиру ризорта и у његовој непосредној близини посетиоцима и резидентима су на располагању сви садржаји и активности неопходни за овакав тип ризорта.	
Тржишно позиционирање	"Lifestyle" ризорт на нивоу интернационалних 4/5 * Одмор, опуштање и рекреација (спа/wellness, голф, јахање, тенис, итд.), MICE	
Циљно тржиште	Виша и висока платевна категорија гостију изнад 45 год.; "full nester-i III", "empty nester-i I и II**"; Комерцијално тржиште: средња и западна Европа; real-estate тржиште: локално, регион	
Кључни фактори успеха	Историјска локација уз Титову вилу, сценографија (шума, језера), гастрономија, јединствен спој доживљаја природног окружења и савремене архитектуре, интима	
Структура садржаја и активности	Хотел са 150 смештајних јединица величине 35 м ² , пространим lobby-ем и рецепцијом, библиотеком, lobby бар & lounge-ом, buffet и fine dining ресторанима, садржајима за састанке (за мах 200 људи), wellness/спа центром од око 2.000 м ² и сервисним садржајима (back-of-house : кухиња, складишта, техника, домаћинство) Виле - 50 вила (једнособних - око 120м ² , двособних око 180м ² и трособних око 240 м ²) са сопственим уређеним двориштем/вртом. Голф терен са 18 рупа; Голф Клуб и Голф академија Коњички центар - школа јахања, турнири, терапијско јахање, туристичко јахање Остали рекреативни садржаји и активности: тенис терени, nordic walking , jogging , пешачење, бициклизам, лов у околним ловиштима, фотографисање, итд.	
Преференцијални пословни и управљачки модел	Мешовита намена-хотел и сервисирани резиденције / виле; интернационални бренд (менаџмент или франшиза); sale&lease back модел/vacation club /fractional ownership	
Рок	5 до 7 година	

Напомена: Full nester III (парови са старијом децом), Empty nester I (радно способни људи без деце; Empty nester II (пензионери)

Опис приоритетног туристичког пројекта	
Пројекат	Urban Riverfront Ризорт Тиквара
Локација	Тиквара, простор од и око језера до илочног моста
Концепт	Микс урбаних и рекреативних садржаја којим Бачка Паланка излази на Дунав и комуницира преко Дунава с Илоком чиме се постиже "биполарна" разгледница - променада која прича с Дунавом и интегрише обе обале; уз променадусу комерцијални садржаји (ресторани, барови, шопинг), а иза променаде <i>waterfront housing</i> (становање) са суцесивним планирањем становања
Тржишно позиционирање	Урбано-рекреативни дунавски <i>mixed-use</i> ризорт Марина; "riverfront" становање, рекреација (на језеру и уз језеро), <i>dining & wining</i> , шопинг, састанци
Циљно тржиште	Средња и виша платежна категорија гостију изнад 35 година
Кључни фактори успеха	Локација уз језеро, марина, променада, погледи, клима, уз променадусу избор и квалитет комерцијалних и сервисних садржаја, рекреација на језеру и уз језеро, гастрономија, забава
Структура садржаја и активности	<i>Riverfront</i> Променаде са комерцијалним садржајима (ресторани, барови, шопинг, итд.) Марина & <i>Yacht Club</i> (капацитет 70 до 100 везова) <i>Beach</i> - уређена плажа, сунчалиште, приступ води, уклопљеност у околину, садржаји за децу Апартхотел са 50 смештајних јединица/апартмана минималне величине 40 м ² , удобним <i>lobby</i> -ем и рецепцијом, <i>lobby</i> бар & <i>lounge</i> -ом, <i>a la carte</i> рестораном, "wellbeing"-ом и сервисним садржајима (кухиња, складишта, техника, домаћинство, итд.) Луксузне резиденције (" <i>waterfront housing</i> ") - 500 луксузних резиденција (једнособних око 60м ² , двособних око 90м ² и трособних око 120 м ²) модерног дизајна (техничко-иновативна интервенција у простору - стакло, дрво, камен,...) Спортови на води - регатна стаза, туре бродицама, једрење, веслање, итд. Остали рекреативни садржаји и активности: парк са спортско- рекреативним садржајима (кошарка, рукомет, одбојка), тенис терени, терен за фудбал у близини
Преференцијални пословни и управљачки модел	Мешовита намена-апартхотел и сервисирани луксузне резиденције; интернационални <i>facility</i> менаџмент; <i>sale&lease back</i> модел/сопствено власништво станова
Рок	3 до 5 година



Опис приоритетног туристичког пројекта	
Пројекат	Панонски Ризорт за Младе (<i>Pannonian Youth Village</i>)
Локација	Општина Бач, у близини малограничног прелаза
Концепт	Пространи панонски културно-уметнички и едукациони вилиџ који је тачка сусрета тинејџера и омладине с обе стране границе. Вилиџ је уређен на начин да спаја обележја панонског и подунавског простора с архитектуром базираном на природним материјалима. Доживљај простора и уређена природна сценографија као извор опуштања и доброг осећања. "Pannonian Youth Village" омогућује тинејџерима и омладини да развијају карактер, науче вредне животне вештине, истраже могућности суделовања у култури и уметности, склопе нова другарства и истраже нове интересе.
Тржишно позиционирање	<i>Art, Culture & Educational Youth Village</i>
Производи	<i>Art & Culture, Art for a Greener World</i> , курсеви страних језика и информатике, Центар за традиционалне источњачке вештине и капоеиру, рекреација и забава
Циљно тржиште	Тинејџери и омладина удоби од 15 до 30 година <i>Young *</i> тржиште (омладина) које је делом повезано кроз међуграничне односе
Кључни фактори успеха	"Зелено" очувано окружење, близина Дунава, сценографија, погледи, умерена клима, <i>art/culture/education/mind&body</i> програми, рекреација, забава
Структура садржаја и активности	<p>"Art & Culture " центар (Уметност и култура) – центар за музику, плес, театар/глуму, филм, визуалне уметности (сликарство, вајарство, фотографија, итд.) и креативно писање који укључује затворене (учионице, радионице, позориште) и отворене просторе (отворена бина/позориште, ликовне колоније и сл.)</p> <p>"Art for a Greener World " центар – центар за учење како се најбоље бринути о планети; коришћење природне боје, картона и рециклираног материјала за дизајн "изума" или креације сопственог окружења које слави природу, учење о уметницима и архитектама који су мењали конзервативне начине размишљања о природи</p> <p>"Школа страних језика и информатике" - центар за подучавање страних језика и курсеви информатике; учионице/радионице са аудио-визуелном опремом</p> <p>"Mind & Body " Центар - центар за источњачке вештине – промовисање и подстицање традиционалних источњачких вештина, свести људи о заштити сопственог здравља и здравља других људи те упознавање људи са начином живљења у складу са Природом; <i>Tai Chi Chuan, Qigong</i> , карате, уога, медитација и сл.; и капоеиру: синтеза борилачке вештине, песме, плеса, свирке, ритма и енергије - спој лепоте, другарства и конкуренције тј. комплексна комбинација покрета и удараца спојених у хармоничну борбу; центар укључује учионице и отворене површине</p> <p>Смештајни садржаји - бунгалови са вишекреветним смештајним јединицама: 6-8 кревета и бунгалови са стандардним смештајним јединицама (2-собни и 3-собни) са 2 и 2+1 кревета</p> <p>Јавни и комерцијални садржаји вилиџа - ресторани, бар/лоунџ бар/теа бар, диско, продавнице (мешовита роба/исхрана, апотека, књижара/арт продајни центар, и сл.)</p> <p>Остали рекреативни садржаји/активности: парк са спортско-рекреативним садржајима (кошарка и сл.), оријентационо трчање, стреличарство, риболов, бициклизам</p>
Преференцијални пословни и управљачки модел	Јавно-приватно партнерство
Рок	5 до 7 година (фазно)



Опис приоритетног туристичког пројекта	
Пројекат	Рекреативни Ризорт
Локација	Гложан, развој пројекта на површини од 151 ha
Тржишно позиционирање	Рекреативни Центар Рекреација, активни одмор и опуштање, културна догађања и забава, локална гастрономија
Циљно тржиште	Углавном локални и регионални гости средње платежне моћи, бициклисти из целог света <i>Young singles & couples; full nester I & II*</i>
Кључни фактори успеха	Локација у близини Дунава и на простору богатом термалним водама, величина расположивог простора, природа, умерена клима, рекреација, догађања и забава
Структура садржаја и активности	<p>Камп - 130 камп места; око 80м2 по камп месту; уређене и опремљене парцеле - вода, струја; капацитет кампа: око 300 људи; 50 кампера; 20 <i>mobile homes</i> ; рецепција, санитарни чворови, ресторан/бар</p> <p><i>Bed & Breakfast</i> - смештајни објекти максималног капацитета 30 лежајева ("limited service" услуга) који уз смештај нуде и доручак; циљна група су бициклисти на Дунавској бициклистичкој тури, али и други посетиоци рекреационог центра. Планира се 3 таква објекта укупног капацитета 100 лежајева.</p> <p>Етно Апартаментско насеље - капацитет 40 лежајева са додатним садржајима: рецепција, ресторан, кафе бар, гастро подрум са локалним специјалитетима и сервисним садржајима (кухиња, домаћинство, техника)</p> <p>Апартмани за продају - 350 апартмана за слободну продају на тржишту (каснија фаза); власници апартмана имају привилегију да уживају у садржајима Рекреативног ризорта, бесплатно или уз минималну накнаду)</p> <p>Отворена летња бина за културне манифестације (културно-уметничке манифестације, концерти и сл.) на Зћа; капацитет посетилаца: 2.000 - 35.000</p> <p>Спортско-рекреативни центар - (отворени и затворени део) - Отворени део: терени за тенис, фудбал, одбојку, кошарку/ мини голф / фудбалски терен за тренинг + за утакмице; затворена хала за игре са лоптом; 2 балона за тенис и мали фудбал; <i>wellness</i></p> <p>Адреналин парк - висински полигон изграђен од дрвених стубова повезаних међусобно са челичним сајлама; различити елементи-задачи и препреке; намењен деци, одраслима, групама</p> <p>Национални музеј свих подунавских земаља (традиција, обичаји, култура) са изложбеним простором те едукативним центром</p> <p>Јавни и комерцијални садржаји - јавно-административни садржаји (банка, пошта, итд.), комерцијални садржаји (апотека, супермаркет/продавнице, бутици, угоститељски објекти - ресторани, барови, кафетерије, пицерије, посластичарнице)</p> <p><i>Back-of-house</i> тј. сервисни садржаји Рекреативног ризорта</p>
Преференцијални пословни и управљачки модел	Камп, етно насеље и Б&Б се развијају и препуштају у најам и управљање индивидуалним предузетницима као и рекреативни садржаји, продаја апартмана на "freehold" принципу
Рок	3 -5 година (камп, Б&Б и рекреација), 7 до 10 година за музеј и апартмане



Напомена: *young singles & couples* - млади самци и парови; *full nester I* (породице са мањом децом) & *full nester II* (породице са децом школског узраста)

6.3. Пројекти за мале и средње предузетничке иницијативе

САЛАШИ / АГРОТУРИЗАМ

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Салаш као традиционални концепт живота руралне Војводине представља пољопривредно имање са објектом за становање и рад који је саграђен у пољу, односно руралном делу Војводине. Салаш чине стамбена зграда и економски објекти, а представља заокружену целину приватног власништва једног домаћинства. Управо су салаше овог краја нарочито вредан ресурс, чија ревитализација и валоризација у туризму омогућује локалном становништву да остварује додатни извор прихода.

Традиционална делатност подручја општина Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка јесте пољопривредна производња, коју је данас потребно ревитализовати и интегрисати у целокупни туристички развој овог краја. Тренутна ситуација на подручју ове три општине указује на велики потенцијал управо за развој овакве врсте руралног туризма, јер се на овај начин подстиче пољопривредна производња локалне заједнице, која је тренутно слабог интензитета, али се такође омогућава и додатни извор зараде за сеоска домаћинства.

Мишљења смо да је потребно да се салаше овог дела Војводине ревитализују у смислу пољопривредне производње уз додатну активност пружања туристичких услуга смештаја и исхране гостију. У ту је сврху овде представљен концепт агротуризма, који је један од кључних модела у руралном туризму, и који, на свој начин и са својим специфичностима и карактеристикама, имплементирају све релевантне европске дестинације руралног туризма (Италија, Француска, Шпанија, Аустрија, Хрватска, итд.). Дакле, ревитализација салаша по принципу агротуристичких домаћинстава један је од кључних туристичких пројеката намењен за мало предузетништво овог дела Војводине.



КОНЦЕПТ

Агротуризам представља тип сеоског домаћинства на салашу код којег је основна активност (делатност) пољопривредна производња, док додатну активност чине туристичке услуге смештаја и исхране гостију. Поред основних угоститељских услуга смештаја и прехране, у домаћинству се могу организовати и остале туристичке услуге (активности, пакет услуга) које имају за циљ да гостима пруже могућност активног одмора, односно могућност максималног искоришћавања туристичког потенцијала домаћинства. Власник салаша / домаћинства са својом породицом, по правилу, живи у домаћинству, док се за рецептивне услуге користи вишак простора у оквиру салаша, односно домаћинства. Стога је гост, у перманентној и директној интеракцији с домаћином и његовом породицом током посета домаћинству, па има могућност да се из прве руке упозна с обичајима, традицијом, начином и културом живота, културолошким микросветом, као и пољопривредном производњом, типичним производима и локалном гастрономијом.

Услуге смештаја могу се нудити у собама, апартманима или посебним кућама.



ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- пољопривредно домаћинство (усмереност ка производњи типичних производа; пласирање производа кроз туристичке услуге: услуге исхране или директна продаја на домаћинству - произведено и конзумирано у домаћинству)
- стационарни облик туристичке понуде (смештај) - искоришћавање постојећих структура (не врши се притисак на простор за градњу нових структура)
- уређење домаћинства у складу с баштином (амбијентална архитектура и опремање)
- уређена околина
- осигуран паркинг
- конфекционирање производа произведених на домаћинству ("туристичка" паковања) и продајни пункт производа произведених у домаћинству (посебан простор у домаћинству уређен као продајни пункт са производима из властите производње)
- уколико домаћинство нуди услуге исхране за госте излетнике (групе које се у домаћинству задржавају пар сати) потребно је организовати посебан простор за услуживање оброка.

ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

- радионице традиционалне кухиње - школе кувања, гастро team building за пословне људе
- туре - организовање тематских итинерера за своје госте: пешачење, бициклизам, спортови у природи, културни итинерери, путеви вина, итд.
- стари занати (плетење кошара, израда производа од дрва, столарија, итд.)
- рекреативно јахање и терапијско јахање
- локалне славе, фестивали и догађања

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- породице с децом (30 - 55 година)
- брачни парови (35 - 75 година)
- пословни гости
- вртићи, школе, факултети (у циљу едукације)
- удружења (љубитељи природе, удружења за активности на отвореном, гастро удружења, љубитељи старина, риболовци, итд.)
- дневни излетници (задржавају се у микродестинацији од 4 до 8 сати)
- викенд посетиоци

САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

- смештајне јединице могу бити организоване као засебне собе, апартман, кућа или камп (у зависности од просторности структура које су намењене туристичким услугама)
- смештајни капацитет апартмана не већи од 5 особа; смештајни капацитет куће не већи од 8 особа
- једнокреветна соба не мања од 10м², не рачунајући површину купатила (пожељно 15м²); двокреветна соба не мања од 15м², не рачунајући површину купатила (пожељно 20м²)
- свака соба мора имати своје купатило (на сваких 4 особе у апартману и кући потребно је једно купатило)
- ограђено домаћинство зеленом оградом или сувим зидом
- базен (уколико је двориште домаћинства већа од 1000м²)
- смештајне јединице, санитарни простори као и простори за услуживање јела прилагођени за особе са инвалидитетом

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

Израда студије изводљивости
Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
Добијање потребних дозвола
Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

Подстицај развоју пољопривредне делатности
Подстицаји за развој малог предузетништва
Програми подстицајних мера

- Кредити за улагања у обнову старих (постојећих) салаша саграђених у складу са изворном, традиционалном и амбијенталном архитектуром
 - Кредити за улагања у мање објекте за смештај
 - Програми кредитирања сеоског туризма
-

РУРАЛНИ ПОРОДИЧНИ ХОТЕЛ

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Рурални породични хотели гостима пружају искуство руралног подручја у којем бораве, а својом аутентичношћу и домаћом атмосфером интерпретирају културу дестинације.

Тренутна ситуација указује на то да на подручју ове дестинације постоји велика могућност за развој оваквих пројеката, јер целокупној дестинацији недостају квалитетни, специјализовани и диверсификовани смештајни капацитети, а с обзиром на то да постоје објекти одговарајућег капацитета који више нису у функцији цео простор дестинације пружа могућност за развој овакве врсте туристичких иницијатива.

КОНЦЕПТ



Рурални породични хотел представља домаћинство с већим бројем кревета. Организовано је у традиционалним објектима (аутентична архитектура) с атрактивним природним окружењем (село или мање место), који по својој величини и габаритима могу имати већи број соба (10-15 соба). Такви објекти не могу да се дограђују и надограђују већ је потребно да задрже изворну просторну структуру и облик. Објекат за рурални породични хотел може бити и новоизграђен објекат, али под условом да су се код изградње и опремања поштовали сви елементи традиционалне градње (величина, материјали, уређење итд.). Домаћинство има и рецепцију, ресторан, као и додатне садржаје уколико их је могуће организовати (*wellness*, базен, итд.). Власник домаћинства се професионално не бави пољопривредом, мада је пожељно да се у оквиру домаћинства, уколико је могуће, производи и неки од производа, или се власник домаћинства, заједно са својом породицом професионално бави пољопривредом, али располаже с већим капацитетом смештаја који је организован као породични хотел. Рурални породични хотели могу бити и тематски као нпр. риболовни, или вински ако се налази у винородном крају итд.

ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- положај објекта у селу или малом месту уз добру заштиту животне средине, миран и тих положај, без буке или загађења и аутентична блискост с природним окружењем
- очувана визура места
- стационарни облик туристичке понуде (смештај)
- средњи капацитет смештаја (до 35 кревета)
- смештај високог квалитета
- очуваност околине (непостојање визуелног и аудитивног загађења)

ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

- властита производња неког од типичног производа регије (мед, кулен, и слично)
- отворени базен и/или затворени базен
- *team building* активности
- *wellness* (сауна, масаже, ароматерапија итд.)
- сала за пословне састанке, мање семинаре и конференције
- туре - организовање тематских итинерера за своје госте: пешачење, бициклизам, спортови у природи, културни итинерери, путеви вина, итд.)

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- индивидуални гости

- парови
- групе
- пословни гости
- гастро гости
- туристи који долазе због активности на отвореном (група од 20 - 44 година)
- гости који долазе због тура
- викенд гости

САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

- рецепција и ресторан
- паркинг за госте
- смештај је организован искључиво у собама које имају свака своје засебно купатило
- једнокреветна соба 15 м² и већа (не рачунајући површину купатила); двокреветна соба 20м² и већа (не рачунајући површину купатила)
- сви простори прилагођени особама са инвалидитетом

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

- Израда студије изводљивости / концепта најбоље употребе
- Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
- Добијање потребних дозвола
- Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицаји за развој малог предузетништва
- Програми подстицајних мера, нпр:
 - Кредити за улагања у обнову старих (постојећих) салаша саграђених у складу са изворном, традиционалном и амбијенталном архитектуром
 - Кредити за улагања у мање објекте за смештај
- Програми кредитирања сеоског туризма
- Помоћ при изради просторно планске документације
 - геодетска подлога
 - правна подршка
 - финансијска подршка за припрему пројеката

РУРАЛНИ BED & BREAKFAST

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Подручје општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац атрактивна је војвођанска и подунавска дестинација са мноштвом могућности за организацију различитих активности, па је стога смештај за активне госте у руралном окружењу један од приоритета. Уз предложене салаше / агротуризме и руралне породичне хотеле, овај тип смештаја омогућује гостима боравак у хотелском објекту, који интегрише све елементе традиционалног и руралног окружења – тако се на пример госту нуди традиционални доручак, омогућава се блиска комуникација са домаћином и контакт са локалном заједницом.

Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац има могућност развијања ове врсте смештајних објеката на целом свом подручју.

КОНЦЕПТ



Рурални *bed and breakfast* (Б&Б) односно ноћење с доручком, је рурални објекат који поред основне услуге смештаја, својим гостима нуди и услугу доручка. Власник објекта није нужно професионални пољопривредни произвођач, али се захтева да у понуди доручка буде барем један производ властите производње, с обзиром да је објекат смештен у руралном подручју и таква могућност постоји.

Доручак се служи у посебном простору организованом за послуживање оброка. Власник живи у објекту, тако да је гост у ствари смештен у кући домаћина. Животни простори домаћина одвојени су од просторија које гост користи, тако да постоји гарантована приватност.

За ову категорију устаљен је интернационални назив Б&Б који се користи и као јак маркетиншки појам.

Посебна подврста категорије руралног Б&Б је *Bike&Bed* намењена циљној групи бициклиста. У том случају домаћинство организује још и сигурну просторију за спремање и евентуалан сервис бицикла. Ово је нарочито значајно за подручје општина Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка, имајући у виду да се преко овог подручја дуж Дунава простира траса бицикличке стазе Еуро Вело 6 (од Атлантика до Црног Мора), као и да се сваке године увећава број бициклиста који пролазе овом трасом.

ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- положај домаћинства у селу или малом граду (рецимо у Бачу, Кулпину, Бођанима, итд.)
- добра заштита животне средине, миран и тих положај
- искоришћавање постојећих структура за смештај (не врши се притисак на простор за градњу нових структура)
- мали капацитети смештаја
- гостољубивост – лична брига домаћина о госту
- блискост с природним окружењем, повезаност с локалном заједницом, упознавање с традиционалним и културним вредностима

ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

- радионице припреме и спремања традиционалних доручака
- туре - организовање тематских итинерера за своје госте: пешачење, бициклизам, рекреација и спортови у природи, културни итинерари, вински путеви, итд.)
- локалне славе, фестивали и догађања

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- парови без деце, индивидуалци, бициклисти, заљубљеници у природне и културне знаменитости, посетиоци

локалних фестивала, догађања, пословни људи

САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

- смештајне јединице могу бити организоване као засебне собе или апартман
- за овај облик домаћинства препоручљиво је организовати простране собе од којих свака има своје засебно купатило
- смештајни капацитет не би требало да буде већи од 12 кревета

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
Добијање потребних дозвола
Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицаји за развој малог предузетништва
 - Програми подстицајних мера, нпр:
 - Кредити за улагања у обнову старих (постојећих) салаша саграђених у складу са изворном, традиционалном и амбијенталном архитектуром
 - Кредити за улагања у мање објекте за смештај
 - Програми кредитирања сеоског туризма
 - Помоћ при изради просторно планске документације
 - геодетска подлога
 - правна подршка
 - финансијска подршка припреми пројекта
-

КУЋА ДЕГУСТАЦИЈЕ ВИНА

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац има могућност креирања и квалитетног туристичког производа гастрономије и вина, тако што ће својим гостима нудити комплетни туристички ланац вредности овог производа, по примеру познатих европских подунавских дестинација са сличним производом (нпр. долина Wachau). Један од кључних фактора успеха производа гастрономије и вина је кућа дегустације вина, који је описана у наставку.

На подручју ове три општине, овакве иницијативе су тек у зачетку, али, с обзиром на интегрисани приступ развоју са подручјем на хрватској страни Дунава, али и подручјем Нештина и осталих места у подножју Фрушке горе, ово подручје може играти на карту производње квалитетних вина од аутохтоних сорти грожђа. Кључне локације за развој кућа дегустације вина на подручју ове три општине налазе се у Нештину и Кулпину.

Оваквим иницијативама је свакако потребно пружити додатну подршку у смислу подстицаја као и у смислу евентуалне едукације / смерница за бољу организацију и усклађивање са стандардима структурисања објеката овакве врсте.

КОНЦЕПТ



Кућа дегустације вина представља домаћинство у оквиру којег је пољопривредна производња основна делатност, а која је усмерена ка професионалној производњи једног или највише два типична производа карактеристична за место где се домаћинство налази, односно домаћинство је специјализовано за конкретну производњу неког производа (вина, ракије, мед, сир, сухомеснати производи, воће, традиционалне послastiце, итд.). Производи се конфекционирају (пакују), па се поред директне продаје на месту производње организује и туристичка услуга дегустације производа која се наплаћује у за то организованом простору. У домаћинству не постоје смештајни капацитети већ се нуде искључиво услуге дегустације и продаје традиционалних производа. Дегустација се може организовати за максимално 50 особа одједном и не могу им се нудити топла јела (кувана јела као у агротуризму) већ само наресци.

Куће дегустације вина стварају мрежу пунктова типичних производа у дестинацији који се могу прибавити директно од произвођача.

Просечан боравак гостију - излетника: 1 - 2,5 сати

ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- специјализована пољопривредна производња
- непосредна продаја производа у месту производње (продајни пункт) - произведено и продато у домаћинству
- конфекционирање (паковање) производа
- организовање туристичког пакета (презентација, упознавање с традицијом, дегустација, куповина)
- аутентичност објекта и блискост са природним окружењем
- очуваност околине

ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

- упознавање с производњом
- упознавање с карактеристикама производа

- мали течај дегустације за групе
- професионални течајеви дегустације (*sommelier*, дегустатор кулена, итд.) за мање групе до 10 особа
- етно збирка
- био (еколошка) производња

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- гости који бораве у дестинацији
- гастро гости
- пословни гости
- групе (студијске, пријатељи, итд.)
- гости који долазе због тура
- индивидуални гости
- дневни излетници (задржавају се у дестинацији око 8 сати)

САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

- уређена околина и приступ кући дегустације вина
- посебан простор организован за дегустацију, уређен према амбијенталним и елементима традиционалне архитектуре
- адекватан прибор и опрема за дегустацију (посебно за вино)
- простор прилагођен особама са инвалидитетом
- столови и столице уместо клупа
- осигуран паркинг

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
Добијање потребних дозвола
Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицаји за развој малог предузетништва
- Програми подстицајних мера, нпр:
 - Кредити за улагања у обнову старих (постојећих) салаша саграђених у складу са изворном, традиционалном и амбијенталном архитектуром
 - Кредити за улагања у мање објекте за смештај
- Програми кредитирања сеоског туризма
- Помоћ при изради просторно планске документације
 - геодетска подлога
 - правна подршка
 - финансијска подршка припреми пројекта

ЕКО ПАРК БУКИНСКИ РИТ

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Питање одрживости кључно је питање данашњице, па је стога прилика за ове три општине које деле високовредни простор уз Дунав да креирају атракцију која на интерактиван и забаван начин развија свест својих гостију о важности бриге о животnoj средини, док у исто време диверсификује целокупну туристичку понуду ове дестинације.

Еко парк би могао да се развије на подручју непосредно уз Букински рит, а могуће га је интегрисати са већ покренутом иницијативом ('Пројекат Карађорђево' – *Wageningen International*).

КОНЦЕПТ

Еко парк је иновативна (нова) туристичка атракција, која породицама са децом, младима, школским групама и сл. даје могућност да истраже свет око себе. На забаван и интерактиван начин едукује о еволуцији, традицији ове регије, узгоју хране, заштити животне средине, итд. Уважавајући данашње трендове, деца уче о одрживости, Дунаву као великом природном ресурсу и његовој заштити, здравом начину исхране, рециклирању итд., а делови парка су дизајнирани и изграђени тако да промовишу одрживост (соларни панели, танкови 'сиве воде', рециклирање, и слично.)



Еко парк би требало да буде саграђен у близини Букинског рита, а садржао би зоне за истраживање, игру и забаву, које су тематски подељене, као и све потребне садржаје: комерцијалне садржаје ('тржницу домаће хране', продавницу локалних сувенира и рукотворина, продавницу са материјалима о парку), угоститељске садржаје, (ресторане са здравом храном, ресторане са локалним специјалитетима) као и све потребне сервисне садржаје (паркинг, санитарне објекте, и сл.)

Са Букинским ритом овај Еко парк комуницира кроз организовање и вођене обиласке, туре бродићима на местима на којима је то могуће и сл.

ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

Разрада предлога пројекта би требало да обухвати следеће ставке:

- Студију оправданости:
 - План инвестиција: буџет, финансирање, структура оперативних трошкова, калкулација новчаног тока, итд.
 - Идентификација извора финансирања (јавни и приватни сектор) по потреби
- Мастер план (екстерни и интерни), узимајући у обзир традиционалне стилове архитектуре у регији:
 - Дефинисање и дизајнирање коначног изгледа Еко парка - димензије, компоненте, технички и логистички захтеви, зоне активности, приступ различитим транспортним средствима (пешице, бициклом, мотоциклом, аутомобилом, итд.), паркирни простор, интерна мобилност, унутрашња и спољна опрема, итд.

- Креирање основне инфраструктуре: снабдевање водом и електричном енергијом, канализација, по одрживим / 'зеленим' принципима итд.
- Архитектонски дизајн:
 - Екстерни: паркирни простори, означавање и информације, канцеларија за продају карата, као и општа мобилност у оквиру центра (прихватни капацитет)
 - Интерни: декорација, опрема, намештај, вртови, осветљење, означавање, итд.

ПРИМЕР АКТИВНОСТИ / СЕГМЕНАТА

Примери зона и активности које се могу креирати у оквиру парка су:

Зона историје и еволуције

- Део површине парка са причом о еволуцији подручја, са најважнијим чињеницама које се везују за Дунав и простор уз Дунав, као и за околна подручја
- Прича о историјском наслеђу овог краја (Тврђава у Бачу, Дворац Дунђерски итд.)
- Прича о пољопривреди, производњи хране, здравој храни и сл.
- Информативне плоче, видео прикази, слике и мапе које приказују социо-економски развој, и лоцирају подручја људских активности, традицију, фолклор, гастрономију, итд.

Зона природе

1. Биљни и животињски свет: река и речни свет, животињски и биљни свет Карађорђева и осталих ловишта, итд.
2. Географија и геологија у тродимензионалном приказу:
 - a. Дунавско подручје
3. Заштићена подручја
 - a. *Правила заштите*: штампане информације са општим правилима заштите, као и правилима понашања у тим подручјима
 - b. *Специфичне мапе подручја*: стазе, итинерари, излетни пунктови, активности, итд.
4. Одрживост и брига о природи
 - a. *Људска употреба природе*: начин одрживе употребе природних ресурса
 - b. *Природно окружење* - биљни и животињски свет, значај за природну равнотежу

Зона активности

1. Традиција и индустрија - пољопривреда и сточарство, риболов, трговина, итд.
2. Локална традиција - гастрономија, фолклор, ношње, догађаји, традиционални плесови, итд.
3. Тржница локалне хране
4. Креирање пикник зоне у Еко парку
 - a. Информације и продавница са храном, пићем и материјалима потребним за пикник
 - b. Пунктови са столовима и столицама и местима за пикник

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

Еко парк атрактиван је за све посетиоце дестинације, и представља незаобилазну тачку посете, а посебно је фокусиран на породице, децу, младе, школске групе, студенте, студијске групе и слично.

Препоручује се истраживање тржишног потенцијала, услова тренутне понуде, као и тренутне и потенцијалне тражње у регији, како би се оценио успех ове атракције.

САДРЖАЈИ И КАПАЦИТЕТИ

Еко центар за целодневне посете и посете од неколико сати, посетиоцима пружа ужитак, забаву и учење о карактеристикама шире регије, а може бити лоциран уз подручје Букинског рита. Центар има следеће елементе:

1. Подручја
 - a. Простор за паркирање аутомобила и аутобуса
 - b. Информативни центар (са продавницом) укључујући:
 - i. Канцеларију за продају и резервацију карата/улазница
 - ii. Књиге, магazine, новине, итд.
 - iii. Сувенире и сл. (мајице, шоље, оловке, постере, разгледнице и сличне артикле са

- мотивима подручја)
- iv. Локалне рукотворине (дрво, слике, фотографије, итд.)
 - v. Производе везане за Дунав, биљни и животињски свет, те историју и културу регије
- c. **Простор са различитим зонама парка (отворени и затворени простори):**
- i. Предворје и рецепција са информацијама, услугама водича, гардеробом, итд.
 - ii. Различите зоне:
 - 1. Зона историје и еволуције
 - 2. Зона природе
 - 3. Зона активности
 - iii. Собе за састанке, конференције, радионице, презентације, семинаре, итд.
 - iv. Санитарне просторије
 - v. Ресторан и бар
 - vi. Продавница
2. **Услуге**
- a. Посете са водичем на различитим језицима (хрватски, италијански, немачки, енглески, итд.)
 - b. Кратки курсеви о Дунаву, биодиверзитету, одрживости, здравој храни, итд.
 - c. Тржница домаће хране – са локалним, органски произведеним, производима
 - d. Ресторан и бар са разноврсном понудом јела и пића
3. **Екстерно и интерно означавање**
- a. Екстерно означавање од главне саобраћајнице при уласку на подручје дестинације са ознакама главних атракција и активности дестинације
 - b. Интерно означавање на саобраћајницама при уласку у подручје све три општине (у зависности од локације парка), са јасним знаковима за Еко парк

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

Припрема идејних и регулативних пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
 Добијање потребних дозвола
 Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

Различити подстицаји, кредитне линије, и слично.

ПРОЈЕКАТ „ПОДГРАЂЕ У БАЧУ“

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Бач, са својом тврђавом и подграђем из 14 века, има могућност за развој туристичке понуде која се базира на култури и наслеђу. Већ је започела иницијатива / пројекат „Вековима Бача“, као спонтани одговор на ситуацију у којој се појавио интерес локалне заједнице за коришћење девастиране средњовековне тврђаве. Уследио је пораст интересовања, који се пренео и на друга културна добра (Фрањевачки самостан, Манастир Бођани, итд.). Носиоци пројекта су општина Бач, кроз Фонд „Векови Бача“, уз партнере попут Музеја Војводине, Републичког завода за заштиту споменика културе, Универзитета у Новом Саду (Факултет техничких наука, Филозофски факултет, Технолошки факултет, ПМФ одсек за туризам), Завода за заштиту природе Републике Србије, Воде Војводине, Туристичке организација општине Бач, НВО Друштва конзерватора Србије и Савеза удружења ликовних уметника Војводине. Осим тога, овај пројекат подржава и Европска унија кроз различите програме / пројекте (регионални програми за културно и природно наслеђе Југоисточне Европе, Љубљански процес, итд.).

У оквиру пројекта „Векови Бача“ за Бачко Подграђе се планира ревитализација уз креирање концепта који се у пројекту назива „Дифузни музеј“. Наш је предлог да се тај пројекат прошири на интензивнију ревитализацију комплетног Подграђа и околног подручја, чиме би се омогућила комплетна туристичка валоризација кроз очување наслеђа, заштиту и изградњу малог предузетништва.



КОНЦЕПТ

Подграђе тврђаве у Бачу састоји се од улице која води према тврђави са 36 кућа у којима живи старије становништво, а тек је неколико кућа обновљено. Куће су старе око 150 година, у улици дужине од око 300 м.

Пројекат „Подграђе у Бачу“ би се развијао као наставак пројекта дифузног музеја који је већ покренут унутар иницијативе „Векови Бача“ (доња слика приказује његов концепт). Наш је предлог да се ревитализацијом **комплетног Подграђа** с околним подручјем креира зона са туристичком понудом која се базира на културно-историјској баштини, традицији и локалној гастрономији, као и интерпретацији целокупне историје Бача. На овај начин би била креирана додатна вредност већ постојећој иницијативи „Векови Бача“, а кроз отварање могућности за мале пословне иницијативе, даје се подршка одрживом развоју локалне економије.



Према томе, пројекат „Подграђе у Бачу“ подразумева обнову постојећих кућа према аутентичним правилима и архитектонским стандардима, а неке од њих се валоризују у смислу представљања културне баштине овог краја, традиције и локалне гастрономије. С обзиром да у већини кућа живи локално становништво, њиховом обновом и активирањем у смислу туристичке понуде, отвара се могућност активирања локалног становништва на пољу малог предузетништва и остваривања додатних прихода.

Цео простор би требало уредити поштујући одговарајуће стандарде у смислу доступности, приступа, уређења улице,

јавних површина и шеталишта, осветљавања, сигнализације, урбане галантерије итд. Овај део пројекта је првенствено одговорност јавног сектора.



За обнову рушених кућа и њихову туристичку валоризацију потребно је осигурати субвенције, подстицаје, програме кредитирања и слично.

Организација и оперативне активности овог пројекта укључују повезивање Подграђа са тврђавом, турским купатилом, самостаном и манастиром у смислу креирања јединственог искуства историје и културе Бача.



ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- Имплементација започетог пројекта „Векови Бача“
- Интеграција плана у просторне и урбанистичке планове Бача
- Детаљни дизајн и концептуално решење простора / локације
- Опремање простора и технолошка решења по међународним стандардима за овакву врсту атракције

ПОСЛОВНА СТРУКТУРА

- Кућа старих традиционалних заната Бача - поставка старих традиционалних алата и интерпретација старих заната, где се посетиоцима нуди могућност упознавања са локалним начином производње локалних рукотворина и прехранбених производа, са могућношћу учествовања посетиоца у изради предмета које могу купити као сопствене сувенире. Уколико се овај концепт уклапа у постојећу иницијативу „Векови Бача“, тада је могуће овај објекат сместити унутар тзв. „центра за неговање традиције“, а како је предвиђено постојећим пројектом
- Кућа аутентичне гастрономије Бача - ресторан и кафе који послужује само типична јела за овај део Војводине, уређен у традиционалном стилу овог краја, са терасом. Ресторан је потребно сместити у непосредној близини Тврђаве
- Кућа сувенира Бача – продавница локално израђених сувенира, са понудом литературе о историји и култури Бача, водичима, мапама и осталим информативним материјалима, меморалијом, итд.
- Кућа уметности Бача – изложбено-продајни простор са примерцима аутентичних, односно традиционалних уметничких дела Бача и овог дела Војводине
- Куће са понудом смештаја у традиционално уређеном простору
- Простор за паркинг аутомобила и аутобуса
- Санитарни простори
- Интерпретациони центар који нуди следеће:
 - Простор за прихват посетиоца (рецепција) и продају карата за обилазак тврђаве и остали локалитета
 - Учење и активности кроз забаву (*edutainment*) о начину живота Бача, његовој историји, култури и

- традицији
- Учење и активности кроз забаву (*edutainment*) о природним богатствима овог краја
- Организација догађаја, манифестација, концерата и слично
- Организација вођених обиласка града
- Организирање вођених тура и посета осталим атракцијама
- Организирање возњи кочијом

Напомена: Овај интерпретациони центар могуће је сместити у оквиру центра за посетице који се планира пројектом „Векови Бача“, с тим да се његова понуда и мисија мора проширити наведеним садржајима.

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- индивидуални гости, парови, групе, породице с децом, пословни гости, гастро гости, гости који долазе због тура, викенд гости

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

- Израда студије оправданости / концепта најбоље употребе
- Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
- Добијање потребних дозвола
- Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицаји развоју малог предузетништва
- Програми кредитирања
- Програми подстицања заштите, обнове и укључивања баштине у туризам
- Покрајинска, државна и европска подршка и фондови за овакву врсту пројеката

ЦЕНТАР ФОЛКЛОРА

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Мешавина народа, језика, вера и култура, улепшава градове и села Војводине, али даје и дивну разноликост у архитектури кућа и дворишта, бојама и украсима народне ношње, укусима хране, музици и фолклору, народним и верским обичајима. Управо то богатство фолклора, етно наслеђа и различитост култура на простору Бача, Бачке Паланке и Бачког Петровца даје могућност овим општинама да у јединственом центру „дисплеја“ локалног фолклора са поносом упознају свет са својим наслеђем. Данас се већ организују традиционални фестивали и свечаности (Фестивал традиционалног стваралштва, Свадба некад и сад, Трагови Шокаца, Словачке народне свечаности, итд.), а креирањем централног места за представљање традиције, културе и наслеђа, овај крај би добио снажнију позицију као један од кључних културних центара Војводине.



КОНЦЕПТ



Центар фолклора који би био смештен у Бачком Петровцу, представља централно место приказа фолклора, традиције и културе различитих народа на подручју све три општине и постаје кључно место свих културних догађања овог краја. Центар фолклора има сталну поставку народних ношњи, инструмената и осталих традиционалних предмета везаних за сваки од народа који живе на овом подручју, а у својим просторијама посетиоцима нуди интерпретацију старих народних обичаја, плесова, музике, песама, литературе и слично. На овом месту, посетиоци могу да уживају у изложбама фолклора, купе сувенире везане за фолклор овог простора, као и да буду део важних локалних, регионалних, али и међународних фестивала и догађања који се овде организују. На овај начин, Бачки Петровац и центар фолклора постају незаобилазна тачка посете гостију који бораве у дестинацији Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац.



ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- Избор локације

- Детаљни дизајн и концептуално решење простора / локације
- Опремање простора и технолошка решења по међународним стандардима за овакву врсту атракције

ПОСЛОВНА СТРУКТУРА

- Центар фолклора мора да понуди следеће основне садржаје:
 - Простор за добродошлицу гостију и информативни центар за информације, резервације и продају карата за посете центру, као и за продају карата за догађаје
 - Интерактивно / изложбени простор који интерпетира све елементе фолклора и етно баштине подручја ове три општине
 - Салу/простор за одржавање догађаја, састанака, радионица, курсева и слично
 - Спољшњи простор за одржавање догађаја
 - Продавницу са сувенирима, репликама народних ношњи, типичних инструмената и осталих предмета и рукотворина типичних за овај крај. Уз то, у продавници се могу купити мапе, литература и слично
 - Ресторан са вртном терасом

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- Сви гости дестинације Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка, а посебно породице са децом, групе, индивидуални гости, пословни гости, гости на турама, итд.

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

- Проналажење идеалне локације;
- Израда детаљног програма, концептуалног дизајна пројекта;
- Контактирање светских добављача технолошке опреме за овакав тип атракција;
- Организација управљачке структуре за реализацију пројекта;
- Реализација инвестиција и укључивање локалног малог и средњег предузетништва на појединим деловима пројекта.

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Проналажење локације и питање власништва над земљиштем, или грађевинска санација објекта у којем ће бити отворен Центар фолклора
- Инфраструктура до центра
- Уређење прилаза објекту и обезбеђење паркирног простора
- Означавање / сигнализација до центра
- Субвенционисање средствима ресорних Министарстава и осталих одговарајућих фондова

ИНТЕРНАЦИОНАЛНИ ДУНАВСКИ ЦЕНТАР ЗА КУЛТУРУ, ЕДУКАЦИЈУ И ТОЛЕРАНЦИЈУ

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Узимајући у обзир један од стубова позиционирања целокупног пројекта за Бач, Бачку Паланку и Бачки Петровац као дестинације која се базира на понуди културних вредности овог подручја, Интернационални Дунавски Центар за Културу, Едукацију и Толеранцију један је од пројеката који подупиरे развој културне туристичке понуде.

Додатни мотив развоју овог пројекта јесте могућност да се кроз интеграцију са суседним државама (посебно Хрватском), али и осталим државама региона, Европе и света, развија концепт културе и едукације, уз могућност заједничког учења о различитостима идентитета и културе у духу толеранције. Развој културне свести представља признање и прихватање различитости људи широм света, а развија се кроз изградњу толеранције и сензибилитета, уз контролу наших ставова у односу на друге. Овакви пројекти у последње време се веома интензивно развијају широм света, управо из наведених разлога, па је стога ово прилика за ову дестинацију да буде пионир у креирању Центра овакве врсте на подручју простора бивше Југославије. На бази свега наведеног, очекује се да ће различити фондови ЕУ бити заинтересовани за финансијску и капацитетну подршку овом пројекту.



КОНЦЕПТ

Смештен у оквиру „Pannonian Youth Resort-a“, овај Центар спаја све вредности и обележја панонског и подунавског простора, и презентује их младим гостима ризорта и дестинације у смислу учествовања у култури, уметности, едукацији и изградњи толеранције кроз едукацију, уз заједничко дружење и активности.



У оквиру Центра би били понуђени различити програми и јединствене иницијативе које служе креативном, интелектуалном и професионалном развоју појединаца. Центар дакле нуди едукативне програме, културну размену, посебне догађаје, различите културно-уметничке перформансе, креирање изложби, промоцију културе и различитости, развој и понуду различитих активности на бази комуникација, едукације, рекреације, организацију радионица, семинара, учење језика, итд.

Центар делује самостално, али и у сарадњи са осталим активностима, услугама и садржајима „Pannonian Youth Resort-a“. Смештај за посетиоце центра би могао да буде организован у оквиру ризорта.

Главни циљеви Центра су:

- Развој друштвене одговорности и „leadership-a“ за одрживи социјално-културни развој у њиховим земљама и у регији
- Промоција заједничких циљева кроз изградњу културних вредности и идентитета у сврху изградње / развоја заједничке визије за регију и Европу
- Активно укључивање младих у развојне процесе кроз промоцију различитости

- Истраживања, развој и изражавање сопствених вредности младих
- Подршка изградњи разумевања и толеранције кроз едукацију, дијалог и заједничке активности

ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- Детаљни дизајн и концептуално решење простора / локације
- Опремање простора и технолошка решења по стандардима за овакву врсту објекта

ПОСЛОВНА СТРУКТУРА

- Централни пункт за примање посетиоца (рецепција, резервације, информације, и сл.)
- Више простора за одржавање семинара, конференција, радионица и сл. (мин. један простор већег и више њих мањег капацитета)
- Библиотека
- Продавница – литература, штампа, информативни материјали, мапе, информације о целокупној понуди туристичке дестинације, сувенири и сл.
- Кафетерија
- Ресторан
- Башта и мањи трг за дружење и активности
- Санитарни простори
- Остали сервисни и комерцијални садржаји

У оквиру центра нуде се следеће активности:

- Организација догађаја, концерата, изложби, културно-уметничких перформанса, радионица, семинара, школе језика и осталих едукативних програма, рекреационих активности, итд.

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- млади
- групе

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

- Израда студије оправданости / концепта најбоље употребе
- Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објекта
- Добијање потребних дозвола
- Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицаји и кредитне линије
- Инфраструктура до центра / ризорта
- Уређење прилаза објекту и обезбеђење паркирног простора
- Означавање / сигнализација до центра
- Субвенције средствима ресорних Министарстава и осталих одговарајућих фондова (покрајински, државни, европски)

BOUTIQUE ХОТЕЛ (Бачка Паланка, Бач, Бачки Петровац)

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

На подручју општине Бачка Паланка и Бач тренутно постоје два хотелска објекта са укупно 91 лежајем у 45 соба, док на подручју општине Бачки Петровац тренутно нема смештајних капацитета. Поред ових хотела, на подручју три општине тренутно се нуди смештај у мотелима, пансионима и преноћиштима, али за развој дестинације која својим гостима нуди „ужитак живота“ у ризортима и капацитетима ван ових градова/насеља, нарочито је важно да урбани центри ове јединствене дестинације нуде смештај који одговара њиховом градском / урбаном идентитету и начину живота. Наш предлог је да се у урбаним центрима на подручју ове три општине креирају мали градски 'boutique' хотели.

КОНЦЕПТ

Boutique хотели у урбаним центрима подручја три предметне општине овог Плана су мали и интимни хотели, који гостима дају могућност доживљаја локалног идентитета и начина живота, без да компромитују луксуз. Успешни *boutique* хотели у градовима обједињују традиционалну архитектуру са комфором и луксузом модернизма и посебношћу локалне заједнице.

Стил, посебност, топлина и интимна атмосфера кључне су речи у архитектонском дизајну *boutique* хотела, који привлаче госте који су у потражи за посебним и другачијим. *Boutique* хотели нису дизајнирани према крутим стандардима – дефинисање и експресија одређене теме су кључне за успешан развој оваквих објеката. Управо је то потенцијал за ову врсту објекта у урбаним центрима дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, јер дозвољава експресију локалног идентитета и јединствености ових микродестинација.

Свака просторија у *boutique* хотелу се може уредити и дизајнирати на јединствен начин, што гостима боравак чини јединственим, чак и ако се поновно враћају.



ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- Избор локација за хотеле које су у централном делу града/насеља
- Детаљни дизајн и концептуално решење простора / локације

ПОСЛОВНА СТРУКТУРА

- *Boutique* хотели у правилу не прелазе капацитет од 150 соба, па ће тако објекти у Бачу, Бачкој Паланци и Бачком Петровцу бити следећих карактеристика:
- од 30 до 50 соба
- Просечна величина собе 22-28 м²
- Опремање соба према међународним стандардима од 3* до 4*
- Садржаји хране и пића:
 - *A la carte* ресторан;
 - Хотелски бар;

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- индивидуални гости

- парови
- пословни гости
- викенд гости

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

- Израда студије оправданости/ концепта најбоље употребе
- Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
- Добијање потребних дозвола
- Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Подстицаји за развој малог предузетништва
 - Програми субвенција и подстицајних мера
 - Програми кредитирања развоја туризма
-

СИСТЕМ РИБАРСКИХ ПЛАТФОРМИ УЗ ДУНАВ

ПОТЕНЦИЈАЛ / МОГУЋНОСТ

Атрактиван ток Дунава на овом подручју пружа велики потенцијал за развој различитих активности уз реку, а због богатства рибе и лепоте крајолика, риболов на Дунаву даје могућност за развој једне од активности у природи која интегрише и комплементира искуство и доживља реке.

Пунктови, односно платформе за риболов уз Дунав на целом подручју општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац који се овде предлажу, риболовцима и рекреативцима дају могућност сигурног и атрактивног доживљаја Дунава и рекреације уз реку.



КОНЦЕПТ



С обзиром на атрактивност простора уз Дунав, креирањем платформе за риболов даје се могућност активног боравка на реци и креира угодан и стимулативан доживљај риболова.

Уз Дунав је потребно поставити 5 до 7 платформе за риболов, с тим да оне морају да буду квалитетно дизајниране и опремљене према једнозначним стандардима (са једнаким брэндом, логом, материјалима који се користе у њиховој изградњи, бојама, и сл.). Свака од платформе је јединствена, јер мора да одговара свакој од локација уз Дунав. Осим што се креирањем ових платформе нуди јединствени доживљај реке и рекреација на Дунаву, на овај начин се такође омогућава стабилност обале, спречава ерозија, а спречава се и уништавање вегетације уз реку, па се на тај начин омогућава сигурност за кориснике и посетиоце.

Платформе за риболов морају да буду доступне друмским путем, а међусобно их је потребно повезати пешачким / бицикличким стазама у највећој могућој мери.



ПРЕТПОСТАВКЕ / УСЛОВИ

- Детаљни дизајн и концептуално решење простора / локација

- Опремање простора и еколошко-технолошка решења по стандардима за овакву врсту објеката

ПОСЛОВНА СТРУКТУРА

- Платформе за риболов уз Дунав треба да садрже следеће:
 - плато за риболов који је саграђен у стилу који се уклапа у околину, и који је изграђен од природних материјала (дрво)
 - платформе је потребно опремити местима за седење, сунцобранима и сл.
 - санитарне просторије
 - улазни простор и паркирни простор
- С обзиром на предложени пројекат „Рибарског ризорта“ на подручју дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, само неки од риболовних пунктова могу се опремити додатним садржајима попут:
 - продавнице за изнајмљивање и продају опреме за риболов
 - кафе / ресторана са терасом
 - пружања услуга рибарења бродићем у мањим групама са водичем

КЉУЧНИ ТРЖИШНИ СЕГМЕНТИ

- индивидуални гости
- мање групе
- људи треће животне доби
- туристи који долазе због активности на отвореном (група од 20 - 44 година)
- професионални риболовци
- викенд гости

РЕДОСЛЕД АКТИВНОСТИ

- Израда концепта пројекта
- Припрема архитектонских пројеката по стандардима дефинисаним за овакву врсту објеката
- Добијање потребних дозвола
- Почетак реализације

ТИП ЈАВНЕ ПОДРШКЕ ПРОЈЕКТУ

- Пројекат се може поверити приватном концесионару или концесионарима, уз надзор квалитета, дизајна и опремања пунктова / објеката и квалитета услуга.
- Јавни сектор би требало да:
 - осигура земљиште за пунктове уз Дунав
 - уреди прилазе пунктовима
 - уреди стазе уз Дунав, као и да постави одговарајућу сигнализацију
 - квалитетно управља концесијама за коришћење ресурса уз реку
 - осигура квалитетне операторе за пратеће комерцијалне/угоститељске садржаје

6.4. Процена инвестиција за пројекте мале и средње предузетничке иницијативе

На основу предложених пројеката, у наставку су исказане процене инвестиционих износа за дефинисану структуру пројеката за мале и средње предузетничке иницијативе.

Процењене инвестиције су дефинисане по својој врсти (јавна, приватна или јавно-приватна), као и према приоритету (у периоду од 10 година), а односе се на појединачну инвестицију по објекту/пројекту.

Напомена: С обзиром на карактер овог Плана, овде се ради искључиво о оквирној процени инвестиција за пројекте малих и средњих предузетничких иницијатива након чијег кумулирања и инвестиција приоритетних пројеката је могуће сагледати оквире комплетног пројекта развоја туризма на подручју ове три општине, као и оквирно потребна укупна средстава за имплементацију предложених пројеката. Надаље, инвестициони износи су дефинисани на основу *benchmark* примера. За детаљнију процену инвестиција потребно је израдити детаљне планове за предложене пројекте.

	ВРСТА ИНВЕСТИЦИЈЕ			ПРИОРИТЕТ			ПРОЦЕНА ИНВЕСТИЦИЈЕ (ЕУР) по објекту	БРОЈ ОБЈЕКТА / ПРОЈЕКТА КОЈИ СЕ ПРЕДЛАЖЕ
	ЈАВНА	ПРИВАТНА	ЈАВНО ПРИВАТНА	2-3 год	4-6 год	7-10 год		
Салаши / Агротуризми		■		■			150.000 – 300.000 ЕУР	5
Рурални породични хотел		■			■		600.000 – 1.000.000 ЕУР	1
Рурални bed & breakfast		■			■		300.000 – 500.000 ЕУР	3
Кућа дегустације вина		■		■			80.000 - 100.000 ЕУР	3
Еко парк Букински рит			■		■		500.000 – 1.000.000 ЕУР	1
Пројекат 'Подграђе у Бачу'			■		■		300.000 – 500.000 ЕУР*	1
Центар фолклора			■	■	■		400.000 – 600.000 ЕУР	1
Интернационални Дунавски центар за		■			■		600.000 – 1.000.000 ЕУР	1

културу, едукацију и толеранцију								
Систем рибарских пунктова уз Дунав			■	■			50.000 - 70.000 ЕУР	5-7
Boutique хотели			■		■		1.000.000 – 2.000.000 ЕУР	2

**Ради се о износу изнад постојећег пројекта „Векови Бача“.*

6.5. Остали пројекти

Да би се испоручила дефинисана и усаглашена визија туристичког развоја подручја дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, као и да би се дестинација позиционирала на претходно дефинисани начин, а производи професионално обликовали како би гостима пружили комплетан доживљај овог простора, потребно је у целокупном туристичком ланцу вредности извршити улагања у смислу пројеката јавног сектора, при чему би се тиме пружила подршка развоју приоритетних пројеката, као и оних за мало и средње предузетништво.

Према томе, остали пројекти који подржавају креирање целокупног туристичког ланца вредности ове дестинације су:

	ПРОЈЕКАТ	ОПИС
1	Специјализација гастрономске понуде	<p>Многе дестинације на туристичком тржишту такмиче се да би понудиле што разноврснија искуства / доживљаје својим посетиоцима. Локална гастрономија (храна и вино) интегрални су део искуства / доживљаја дестинације. Осим тога, идентитет локалног становништва рефлектује се и јача кроз гастрономска искуства која дестинација нуди својим гостима.</p> <p>Дестинација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац већ је започела профилисање у смислу гастрономске понуде локалних и традиционалних производа, што се види и из позиције неких ресторана и њихове квалитетне понуде.</p> <p>Ово је пројект приватне иницијативе уз подршку јавног сектора.</p>
2	Програм здраве хране за потребе туристичког тржишта дестинације	<p>На подручју дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац је потребно ревитализовати пољопривредну производњу, која је у прошлости била много боље развијена. Повезивањем пољопривредне производње и туристичких / угоститељских објеката додатно се подстиче развој локалне економије, а такође се обогаћује туристичка понуда.</p> <p>Програм здраве хране за потребе туристичког тржишта дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац подразумева производњу органске хране од стране локалних пољопривредника, повезивање произвођача</p>

		хране и угоститељских и смештајних објеката на подручју дестинације у смислу дистрибуције локално произведене хране, као и могућност креирања специфичне туристичке понуде базиране на укључењу гостију у активности на сеоским домаћинствима, са понудом смештаја.
3	Школа бачке кухиње	Овај програм подразумева организовање курсева припреме традиционалних јела за више гостију на изабраним локацијама, уз додатну организацију обиласка куће дегустације вина, обиласка атракција, и слично.
4	Урбана конверзија (Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац)	Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац као главни туристички центри целокупне дестинације, у оквиру овог програма фокусирају се на побољшање и улепшавање својих насеља како би се створила одговарајућа атмосфера и креирао одговарајући, конкурентан имиџ ових дестинација. Према томе, фокусирају се на активности побољшања и очувања културно-историјских грађевина и традиционалне архитектуре, побољшање урбане естетике, осветљавања, уз коначно креирање аутентичне атмосфере ових дестинација. Ово је заједнички пројекат јавног и приватног сектора.
5	Концепт пешачких и бициклических стаза	Рекреација у природи, као један од кључних облика понуде туризма дестинације Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка већ бележи позитивне иницијативе локалних туристичких заједница у сарадњи са међународним институцијама у смислу креирања и означавања пешачких и бициклических стаза. Да би овај пројекат нагласио пуну атрактивност овог простора потребно га је изводити по стандардима организације и израде пројеката овакве врсте. Дакле, развој концепта пешачких и бициклических стаза за целовито подручје дестинације Бач, Бачки Петровац и Бачка Паланка базира се на побољшању постојећих стаза, као и развоју нових који се међусобно спајају и повезују. Надаље, овај концепт такође подразумева руте са пунктовима на кључним тачкама интереса на различитим локацијама подручја ове три општине, који у близини нуде локалне гастрономске специјалитете и место за кратки предах, а све у природном окружењу.
6	TourFuture (пројекат едукације локалног становништва о туризму)	Циљ овог пројекта је подизање свести и подстицање посвећености новом развојном моделу туризма дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, те подизање нивоа свести о значају туризма за економију овог подручја. Преданост и посвећеност локалне заједнице туризму је кључ здравог и квалитетног развоја туризма, јер на тај начин целокупна дестинација гради имиџ о себи у умовима својих гостију. Ово је пројекат јавног сектора.
7	Интегрисани систем туристичког означавања	Тренутна ситуација на подручју дестинације у смислу туристичког означавања захтева побољшање, јер такав систем са информацијама о кључним атракцијама дестинације данас не постоји. На пример, обилазак кључних атракција Бача није могуће „купити“ као туристички пакет/производ, а који подразумева информативне материјале, итинерар, могућност вођене туре, итд. Систем туристичког означавања критичан је у развоју туризма, јер осим што пружа информације о туристичким атракцијама, ресурсима, услугама, тематским турама и итинерарима, итд., он посетиоцима и гостима улива поверење. Према томе, циљ овог програма је дефинисати, осмислити, дизајнирати и организовати кохерентан и хомоген систем туристичког означавања, који укључује главне градске центре, ресурсе, атракције и туристичке услуге (храна и пиће, смештај, куповина, итд.). Систем туристичког означавања може се креирати према приоритетима и локалним карактеристикама дестинације (места

која треба посетити, избор материјала, уједначених боја промотивних материјала, панела и сл. и информација које се дају посетиоцима, итд.).

Ово је јавни пројект.

7. ЕКОНОМСКО ФИНАНСИЈСКА ОЦЕНА ПРОЈЕКТА

7.1. Економско-финансијска оцена

Према предложеном плану развоја дефинисано је пет приоритетних пројеката развоја за које су у наставку израђене детаљне пројекције пословања. За остале предложене развојне пројекте процењени су економско-финансијски учинци на основу бенчмарка.

Инвестиционе износе потребне за развој пројеката је потребно посматрати само као оквири развоја. У овом тренутку није могуће сагледати целину развојних пројеката и потребне детаље сваког појединачног пројекта, па се тек након детаљних планова развоја могу проценити потребна инвестициона средства, а њихов прави износ тек по трошковницима извођача. Такође, овде сагледавамо приоритетне развојне пројекте који ће подстаћи развој осталих пројеката, које такође у овом часу није могуће детаљно предвидети.

Коришћене претпоставке развоја, инвестирања и пословања, предложених приоритетних пројеката наведене су у наставку.

А. ИНВЕСТИЦИЈЕ

- процена потребног инвестиционог износа потребног за изградњу свих планираних садржаја базира се на уобичајеним трошковима градње објеката сличних карактеристика у Југоисточној Европи, коригованим за специфичности локалног тржишта;
- предложене инвестиције се базирају на бенчмарк анализи сличних пројеката у региону уважавајући локалне стандарде, а за потребе процене инвестиција коришћени су износи по м² изграђене површине односно по смештајној јединици у зависности од врсте објекта;
- у обзир су узети описи и садржаји сваког од приоритетних пројеката наведени раније у овом документу;
- око 50% планираних смештајних јединица (виле, резиденције, апартмани) повезују се са пословањем некретнинама, а због управљања ризицима и тиме лакшег прибављања инвеститора у условима још увек ограниченог тржишта;
- планирају се садржаји додате вредности - голф терен, marina, спортско-рекреативни центри, културни центри, услужно-комерцијални садржаји и друго, а чија је реализација повезана и с јаком улогом јавног сектора, то јест садашњих и потенцијално основаних јавних институција;

- делимично су процењене и инвестиције у јавну инфраструктуру према бенчмарк стандардима уређења ризорта у сличном окружењу (riverfront).

Б. ПРИХОДИ

- просечно реализоване цене по врстама смештајних капацитета планиране су на основу анализе тржишта на подручју средњег и југоисточног европског окружења пројекта умањене за 15% до 20%;
- заузетост смештајних јединица је планирана на основу анализе тржишта европског окружења умањено за 15%;
- процена односа смештајних прихода и осталих прихода планирана је за сваки објекат посебно, а на бази уобичајене међународне праксе и стандарда унутар предложених типова и категорија објеката;
- продајне цене у пословању некретнинама планиране су на основу анализе тржишта сличних пројеката у ширем окружењу, при чему се цене јединица разликују у зависности од њиховог квалитета и садржаја;
- у делу смештајних објеката предложена је продаја јединица приватним власницима по принципу sale & lease back (продаја и поновни закуп за комерцијално туристичко коришћење). Власници користе јединице око 60 дана годишње у зависности од типа смештајног објекта, а преостали део године јединице су у комерцијалном коришћењу;
- детаљна пројекција прихода голфа и марине учињена је на основу анализе сличних пројеката у окружењу умањено за 10%.

Ц. ТРОШКОВИ

- уважавање трошковних стандарда међународне смештајне индустрије;
- уважавање учешћа трошковних категорија у одговарајућим приходима према пословању локалне туристичке индустрије;
- примена методологије USALI (јединствени систем рачуноводства за смештајну индустрију);
- примена стандарда запошљавања према категорији / соби који су интернационално прихватљиви и увећаних до 10% за прилике Србије;
- у примењеном sale & lease back моделу, власницима јединица се плаћа годишња накнада која се сваке године обрачунава у износу од 40% оперативног прихода минус део трошкова комерцијалне употребе смештајних јединица који се преваљују на власнике. Обухват трошкова који се преваљују на власнике јединица је у зависности од врсте садржаја које објекат нуди.

Уз претпоставку да се пословање стабилизује у периоду од 3. до 5. године након отварања објеката, билансирани смо детаљно пословање објеката за прву годину након периода увођења пројеката на тржиште тзв. стабилизовану годину.

Све финансијске пројекције се базирају на постојећим макроекономским условима у Србији, као и на тржишним претпоставкама које укључују актуелни тржишни статус и предвиђене трендове на тржишту без већих тржишних турбуленција.

Приходи и трошкови су у билансима успеха приказани у нето износима и не укључују порез на додату вредност. Финансијски износи су сви приказани у еврима и сталним (неинфлаторним) ценама.

КАРАЂОРЂЕВО LIFESTYLE MIXED - USE РИЗОРТ

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ХОТЕЛ
број јединица		150
број кревета		300
годишња заузетост смештајних јединица (%)		60.0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		115.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		63.89
продане смештајне јединице		32,850
фактор вишеструке заузетости (DOF)		1.80
ноћења		59,130
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		3,777,750
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		2,518,500
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		6,296,250
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)</i>		69.00
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)</i>		41,975
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>		60%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		3,966,638
Од тога, укупне плате (ЕУР)		1,259,250
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>		20.0%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у ЕУР)		2,329,613
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>		37%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		314,813
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		2,014,800
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (ЕУР)</i>		140,000
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		21,000,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ВИЛЕ (SALE & LEASE BACK)
број јединица		50
број кревета		150
годишња заузетост смештајних јединица (%)		40.0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		160.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		72.73
продане смештајне јединице		7,300
фактор вишеструке заузетости (DOF)		2.20
ноћења		16,060
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		1,168,000
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		23,837
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		1,191,837
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)</i>		64.00
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)</i>		23,837
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>		98%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		238,367
Од тога, укупне плате (ЕУР)		22,645
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>		1.9%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у ЕУР)		953,469
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>		80%
Накнада власницима (ЕУР, 40% удела у приходу умањеном за део трошкова)		250,286
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		59,592
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		643,592
		ПРОДАЈА ВИЛА (REAL ESTATE)
број јединица које се продају		50
просечна бруто површина (м2)		200
просечна нето површина (м2)		150
просечна цена по м2 (ЕУР)		2,500.00
ПРИХОД ПРОДАЈЕ ЈЕДИНИЦА (ЕУР)		18,750,000
<i>Просечна продајна цена јединице (ЕУР)</i>		375,000
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по м2 бруто површине (ЕУР)</i>		900
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		9,000,000

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ГОЛФ (терен, клуб, академија)
могући број чланова клуба		450
просечна годишња чланарина (ЕУР)		1,100
ПРИХОД ЧЛАНАРИНА (ЕУР)		495,000
максимални капацитет (број рунди дневно)		160
могући број дана играња голфа		215
просечна заузетост терена (%)		50%
годишњи број рунди		17,200
просечна цена (просек цена за чланове и остале, ЕУР)		35.00
ПРИХОД НАКНАДА ЗА ИГРАЊЕ ГОЛФА (ЕУР)		602,000
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		180,600
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		1,277,600
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		638,800
Од тога, укупне плате (ЕУР)		166,088
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у ЕУР)		638,800
	<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>	50%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		63,880
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		574,920
	<i>ИНВЕСТИЦИЈА голф (ЕУР)</i>	5,000,000
	<i>ИНВЕСТИЦИЈА објекти (ЕУР)</i>	1,000,000
	УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)	6,000,000

URBAN RIVERFRONT РИЗОРТ ТИКВАРА

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		RIVERFRONT PROMENADE
укупна бруто површина (м2)		14,000
укупна нето комерц. површина (м2)		10,000
просечна цена најма по м2 (ЕУР)		15.00
ПРИХОД НАЈМА (ЕУР)		150,000
	ИНВЕСТИЦИЈА по м2 изгр. површине (ЕУР)	800
	УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)	8,000,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		MARINA & YACHT CLUB
максимални број везова		100
просечна приход по везу (ЕУР, просек годишњег најма и транзита укупно)		4,500.00
ПРИХОД НАЈМА ВЕЗОВА (ЕУР)		450,000
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		50,000
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		500,000
	Учешће прихода најма везова у укупном приходу	90%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		275,000
Од тога, укупне плате (ЕУР)		125,000
	Учешће плата у укупном приходу	25.0%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (ГОП у ЕУР)		225,000
	Учешће ГОП-а у укупном приходу	45%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		25,000
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		200,000
	ИНВЕСТИЦИЈА по везу (ЕУР)	15,000
	УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)	1,500,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		АПАРТХОТЕЛ
број јединица		50
број кревета		100
годишња заузетост смештајних јединица (%)		60.0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		85.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		47.22
продане смештајне јединице		10,950
фактор вишеструке заузетости (DOF)		1.80
ноћења		19,710
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		930,750
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		232,688
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		1,163,438
	Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)	51.00
	Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)	23,269
	Учешће прихода смештаја у укупном приходу	80%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		616,622
Од тога, укупне плате (ЕУР)		197,784
	Учешће плата у укупном приходу	17.0%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (ГОР у ЕУР)		546,816
	Учешће ГОП-а у укупном приходу	47%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		58,172
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		488,644
	ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (ЕУР)	120,000
	УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)	6,000,000

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ЛУКСУЗНЕ РЕЗИДЕНЦИЈЕ
		ПРОДАЈА РЕЗИДЕНЦИЈА (REAL ESTATE)
број јединица које се продају		500
просечна бруто површина (м2)		100
просечна нето површина (м2)		80
просечна цена по м2 (ЕУР)		2,500.00
ПРИХОД ПРОДАЈЕ ЈЕДИНИЦА (ЕУР)		100,000,000
	<i>Просечна продајна цена јединице (ЕУР)</i>	200,000
	<i>ИНВЕСТИЦИЈА по м2 бруто површине (ЕУР)</i>	900
	УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)	45,000,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ОСТАЛИ САДРЖАЈИ
ПРОЦЕНА ПРИХОДА (ЕУР)		371,427
ПРОЦЕНА ГОР-а (ЕУР)		185,713
	<i>процена просечног броја запослених према сатима рада</i>	8
Процена укупних плата (ЕУР)		74,285
	<i>ИНВЕСТИЦИЈА плажа (ЕУР)</i>	100,000
	<i>ИНВЕСТИЦИЈА водени спортови (ЕУР)</i>	3,000,000
	<i>ИНВЕСТИЦИЈА остали рекреациони садржаји и активности (ЕУР)</i>	50,000
	<i>ИНВЕСТИЦИЈА инфраструктура (ЕУР)</i>	10,000,000
	УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)	13,150,000

PANONSKI RIZORT ZA MLADE (PANNONIAN YOUTH VILLAGE)

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		БУНГАЛОВИ
број јединица		150
број кревета		750
годишња заузетост смештајних јединица (%)		48.0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		100.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		22.22
продане смештајне јединице		26,280
фактор вишеструке заузетости (DOF)		4.50
ноћења		118,260
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		2,628,000
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		138,316
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		2,766,316
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)</i>		48.00
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)</i>		18,442
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>		95%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		691,579
Од тога, укупне плате (ЕУР)		165,979
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>		6.0%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у ЕУР)		2,074,737
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>		75%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		138,316
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (EBITDA у ЕУР)		1,936,421
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (ЕУР)</i>		34,000
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		5,100,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ОСТАЛИ САДРЖАЈИ
ПРОЦЕНА ПРИХОДА (ЕУР)		971,949
ПРОЦЕНА GOP-а (ЕУР)		437,377
<i>процена просечног броја запослених према сатима рада</i>		20
Процена укупних плата (ЕУР)		194,390
<i>ИНВЕСТИЦИЈА арт центар - објект и основна опрема (ЕУР)</i>		6,400,000
<i>ИНВЕСТИЦИЈА остала опрема и вањска бина арт центра (ЕУР)</i>		150,000
<i>ИНВЕСТИЦИЈА борилачки центар/дворана (ЕУР)</i>		2,800,000
<i>ИНВЕСТИЦИЈА јавни и комерц. садржаји вилица (ЕУР)</i>		1,750,000
<i>ИНВЕСТИЦИЈА остали рекреациони садр. и активности (ЕУР)</i>		100,000
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		11,200,000

ГЛОЖАН РЕКРЕАТИВНИ ЦЕНТАР

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		КАМП
број јединица		200
број кревета		300
годишња заузетост смештајних јединица (%)		13.5%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		14.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		7.78
продане смештајне јединице		9,855
фактор вишеструке заузетости (DOF)		1.80
ноћења		17,739
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		137,970
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		15,330
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		153,300
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)</i>		1.89
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)</i>		767
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>		90%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		53,655
Од тога, укупне плате (ЕУР)		38,325
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>		25.0%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (ГОР у ЕУР)		99,645
<i>Учешће ГОП-а у укупном приходу</i>		65%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		7,665
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		91,980
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (ЕУР)</i>		1,500
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		300,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		Б&Б
број јединица		45
број кревета		90
годишња заузетост смештајних јединица (%)		40.0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		50.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		27.78
продане смештајне јединице		6,570
фактор вишеструке заузетости (DOF)		1.80
ноћења		11,826
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		328,500
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		57,971
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		386,471
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)</i>		20.00
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)</i>		8,588
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>		85%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		173,912
Од тога, укупне плате (ЕУР)		73,429
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>		19.0%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (ГОР у ЕУР)		212,559
<i>Учешће ГОП-а у укупном приходу</i>		55%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		19,324
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		193,235
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (ЕУР)</i>		50,000
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		2,250,000

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ЕТНО АПП
број јединица		15
број кревета		30
годишња заузетост смештајних јединица (%)		50.0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		55.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		30.56
продане смештајне јединице		2,738
фактор вишеструке заузетости (DOF)		1.80
ноћења		4,928
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		150,563
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		26,570
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		177,132
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)</i>		<i>27.50</i>
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)</i>		<i>11,809</i>
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>		<i>85%</i>
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		92,109
Од тога, укупне плате (ЕУР)		40,740
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>		<i>23.0%</i>
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у ЕУР)		85,024
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>		<i>48%</i>
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		8,857
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		76,167
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (ЕУР)</i>		<i>50,000</i>
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		750,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		АПАРТМАНИ за продају ПРОДАЈА АПАРТМАНА (РЕАЛ ЕСТАТЕ)
број јединица које се продају		350
просечна бруто површина (м2)		90
просечна нето површина (м2)		70
просечна цена по м2 (ЕУР)		2,000.00
ПРИХОД ПРОДАЈЕ ЈЕДИНИЦА (ЕУР)		49,000,000
<i>Просечна продајна цена јединице (ЕУР)</i>		<i>140,000</i>
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по м2 бруто површине (ЕУР)</i>		<i>850</i>
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		26,775,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ОСТАЛИ САДРЖАЈИ
ПРОЦЕНА ПРИХОДА (ЕУР)		586,557
ПРОЦЕНА GOP-а (ЕУР)		351,934
<i>процена просечног броја запослених према сатима рада</i>		<i>11</i>
Процена укупних плата (ЕУР)		105,580
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		3,000,000

RIBARSKI RIZORT (FISHING RESORT)

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		Б&Б
број јединица		25
број кревета		50
годишња заузетост смештајних јединица (%)		40.0%
просечна цена смештајне јединице (ADR у ЕУР)		50.00
просечна цена ноћења (ЕУР)		27.78
продане смештајне јединице		3,650
фактор вишеструке заузетости (DOF)		1.80
ноћења		6,570
ПРИХОД СМЕШТАЈА (ЕУР)		182,500
ОСТАЛИ ОПЕРАТИВНИ ПРИХОДИ (ЕУР)		32,206
УКУПНИ ПРИХОД (ЕУР)		214,706
<i>Дневни приход смештаја по расп. смештајној јединици (RevPAR у ЕУР)</i>		20.00
<i>Укупни приход по расположивој смештајној јединици (ЕУР)</i>		8,588
<i>Учешће прихода смештаја у укупном приходу</i>		85%
УКУПНИ ОПЕРАТИВНИ ТРОШКОВИ (ЕУР)		96,618
Од тога, укупне плате (ЕУР)		40,794
<i>Учешће плата у укупном приходу</i>		19.0%
БРУТО ОПЕРАТИВНА ДОБИТ (GOP у ЕУР)		118,088
<i>Учешће GOP-а у укупном приходу</i>		55%
Фиксни трошкови (осим камата и амортизације, ЕУР)		10,735
ДОБИТ ПРЕ АМОРТИЗАЦИЈЕ, КАМАТА И ПОРЕЗА (ЕБИТДА у ЕУР)		107,353
<i>ИНВЕСТИЦИЈА по смештајној јединици (ЕУР)</i>		50,000
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		1,250,000
ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНСА УСПЕХА У СТАБИЛИЗОВАНОЈ ГОДИНИ		ОСТАЛИ САДРЖАЈИ
ПРИХОД ЧАРДЕ (ЕУР)		150,000
ПРИХОД РИБЉЕ ПИЈАЦЕ (ЕУР)		100,000
ОСТАЛИ ПРИХОДИ (ЕУР)		150,000
ПРОЦЕНА ПРИХОДА (ЕУР)		400,000
ПРОЦЕНА GOP-а (ЕУР)		180,000
Процена укупних плата (ЕУР)		72,000
УКУПНА ИНВЕСТИЦИЈА (ЕУР)		1,750,000

Према учињеним пројекцијама пословања и инвестирања у приоритетне пројекте у наставку су наведени кључни индикатори пословања за све предложене пројекте. Такође, табела у наставку укључује предвиђене приходе, инвестиције и пословне резултате осталих развојних пројеката намењених за мале и средње предузетничке иницијативе.

КЉУЧНИ ИНДИКАТОРИ ПОСЛОВАЊА								
	КАРАЂОРЂЕВО LIFESTYLE MIXED USE РИЗОРТ	URBAN RIVERFRONT РИЗОРТ ТИКВАРА	PANONSKI RIZORT ZA MLADE (PANNONIAN YOUTH VILLAGE)	ГЛОЖАН РЕКРЕАТИВНИ ЦЕНТАР	RIBARSKI RIZORT (FISHING RESORT)	УКУПНО нови садржаји - кључни пројекти	УКУПНО ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ	СВЕУКУПНО
Број јединица које се продају	50	500	0	350	0	900	0	900
Приход продаје имовине (у ЕУР)	18,750,000	100,000,000	0	49,000,000	0	167,750,000	0	167,750,000
Број смештајних јединица у комерцијалном коришћењу	200	50	150	260	25	685	250	935
Укупни нето оперативни приходи (у ЕУР)	8,765,687	2,184,864	3,738,265	1,303,460	614,706	16,606,982	2,320,000	18,926,982
GOP (у ЕУР)	3,921,882	1,107,529	2,512,114	749,162	298,088	8,588,775	812,000	9,400,775
GOP - учешће у укупном приходу (у %)	44.7%	50.7%	67.2%	57.5%	48.5%	51.7%	35.0%	49.7%
Укупна инвестиција (у ЕУР)	36,000,000	73,650,000	16,300,000	33,075,000	3,000,000	162,025,000	9,080,000	171,105,000

7.2. Закључак економско-финансијске оцене

На овом нивоу разраде развоја подручја дестинације Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац који је представљен у једнократном прегледу остварених кључних перформанси, видљиво је да пројекат има врло озбиљан макроекономски учинак. Пре свега, реч је о следећем:

- пројекат има и дугорочно стабилан потенцијал генерисања прихода, паби у првих десет година развоја и стабилизације у експлоатацији пројеката требало да поврати већи део инвестиција (71%);
- новостворена вредност пројекта чини око 7% остварених прихода, што узимајући у обзир временски размак између појединачних пројеката може нарасти преко 10%, што се онда сматра стандардним индикатором за овакве пројекте и указује на потребу развоја оваквих пројеката од стране локалних власти;
- пројекат даје снажан подстицај локалном запошљавању, јер осим запошљавања у предложеним пројектима (директно) подстиче и додатни развој остале привреде, а тиме и ново индиректно запошљавање;
- развој руралних насеља/пројеката додатно подстиче традиционалне вредности;

- овде нису укључени пројекти развоја друштвених делатности који се додатно финансирају из буџета општина и државе;
- мање учешће јавних / инфраструктурних инвестиција, резултат је чињенице, да је овај простор релативно добро инфраструктурно опремљен, па је и логично да су износи мањи.

Табела у наставку даје преглед кључних економских ефеката пројекта.

МАКРОЕКОНОМСКИ БИЛАНС

А. ПРИХОДИ (евро)	
оперативни	16,606,982
продаја имовине	167,750,000
ПРИОРИТЕТНИ ПРОЈЕКТИ	184,356,982
ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ	2,320,000
УКУПНО	186,676,982
Б. НОВОСТВОРЕНА ВРЕДНОСТ (евро)	
ПРИОРИТЕТНИ ПРОЈЕКТИ	11,165,065
ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ	1,015,000
УКУПНО	12,180,065
Ц. ЗАПОШЉАВАЊЕ	
ПРИОРИТЕТНИ ПРОЈЕКТИ	795
ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ	636
ИНДИРЕКТНО ЗАПОСЛЕНИ	1,271
УКУПНО	2,702
Д. ИНВЕСТИЦИЈЕ (евро)	
ПРИОРИТЕТНИ ПРОЈЕКТИ	162,025,000
ОСТАЛИ ПРОЈЕКТИ	9,080,000
УКУПНО	171,105,000
Кључни индикатори:	
Инвестиције по запосленом (евро)	63,332
Инвестиције / приход	0.92
Инвестиције / новостворена вредност	14.05

8. ПОСЛОВНО-УПРАВЉАЧКИ МОДЕЛ ДЕСТИНАЦИЈЕ БАЧ, БАЧКА ПАЛАНКА, БАЧКИ ПЕТРОВАЦ

8.1. Увод

Покретање развојних активности у контексту реализације мера предложених Стратегијским мастер планом за подручје општина Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац захтева успостављање адекватног пословно – управљачког модела којим би се одредили носиоци за реализацију кључних задатака и дефинисала одговорност за остваривање развојне мисије простора у складу са предложеним динамичким планом. У циљу обезбеђења адекватне основе за ефикасну реализацију кључних развојних решења у оквиру дестинације, потребно је обезбедити одговарајућу менаџмент и организациону структуру са неопходним стручним и финансијским капацитетом за спровођење активности. У том смислу, потребно је претходно сагледавање обима и садржаја активности, како би се предложеним моделом омогућила несметана реализација пројекта у целини. Структура која ће бити разрађена кроз предложени концепт пословно – управљачког модела мора да преузме одговорност за питања од кључног значаја за управљање пројектом. Реч је о:

- Резервацији, заштити и регулацији простора, обухватајући редефинисање и прилагођавање урбанистичког оквира - просторно планске документације неопходне за имплементацију предложеног концепта развоја туризма;
- Приоритизацији, координацији и реализацији пројекта обезбеђивања потребних објеката јавне и комуналне инфраструктуре, првенствено пројекта инфраструктурног опремања локација кључних туристичких инвестиционих пројеката;
- Промовисању инвестиционог потенцијала дестинације и привлачењу инвеститора на тржишту капитала, нарочито за идентификоване кључне инвестиционе пројекте на подручју дестинације;
- Професионализацији односа са потенцијалним инвеститорима/партнерима и максимална подршка и техничка асистенција у процесу реализације туристичких инвестиционих пројеката;

- Разради пројектно – техничке документације и предложених урбанистичких и архитектонских идејних решења;
- Успостављању сарадње и хармонизацији развојних и маркетиншких активности са кључним интересним субјектима у туризму Србије (Национална корпорација за развој туризма, Министарство економије и регионалног развоја, Дунавски центар за компетенцију, итд.)
- Јачању услова конкурентности подручја у сарадњи са суседским општинама у Републици Хрватској – координација припреме пројеката прекограничне сарадње са Републиком Хрватском, јачање предузетничке културе, секторска специјализација, стварање капацитета за иновације, подизање капацитета локалних самоуправа и менаџмент структура у туризму, обезбеђивање повољних услова за привлачење капитала;
- Обезбеђивању одговарајуће информатичко – комуникационе инфраструктуре;
- Заштити природног богатства и културно – историјског наслеђа и идентитета подручја;
- Изградњи система образовања и јачања капацитета неопходних за реализацију предложених мера, посебно у контексту планирања и имплементације потенцијалних пројеката прекограничне сарадње са општинама у Републици Хрватској – обезбеђивање адекватних знања и вештина за локалне иницијативе;
- Решавању спорних питања везаних за приватизацију државне имовине и њено стављање у функцију, а пре свега комплекса Војне установе „Карађорђево“;
- Подизању свести локалне јавности о подручју општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац као простору који има могућност остваривања економског раста кроз диверсификацију делатности путем развоја туризма.

Будући пословно – управљачки модел у великој мери зависи од постојеће структуре интересних субјеката на подручју општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац. За разлику од подручја Горњег и Доњег Подунавља, идентификованих кроз већ постојеће мастер планове, где су предлози пословно – управљачких модела били углавном ослоњени на институције јавног сектора, на територији општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац постоји изражен интерес приватног сектора за развој туристичке делатности и, на тај начин, диверсификацију локалних економија. Такође, у досадашњем развоју овог пројекта више пута је исказана спремност и иницијатива приватног сектора за преузимањем ризика и одговорности за реализацију пројекта.

Кључни интересни субјекти на подручју дестинације од значаја за реализацију овог пројекта су:

- Локалне самоуправе – општине Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац
- Туристичке организације општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац
- Пословни клуб
- Министарство одбране Републике Србије
- Министарство економије и регионалног развоја Републике Србије
- Туристичка организација Војводине

1) Локалне самоуправе – општине Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац

Општине Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац имају јасну свест о томе да се потенцијали економског развоја на којима је био заснован досадашњи раст полако исцрпљују. У том смислу, изражена је оријентација ка сектору услуга, односно развоју туризма, као једне од главних полуга за будући економски раст подручја. Додатни мотив за укључивање локалних самоуправа у конципирање овог пројекта био је и снажан импулс из приватног сектора, организованог кроз Пословни клуб који окупља најуспешније привреднике са територије општина. Општине ће свој утицај у највећој мери остваривати у домену регулације, при чему је капацитет општина да јавним инвестицијама из општинског буџета покрену развој пројекта веома ограничен. У том смислу, од великог значаја је учешће представника локалних самоуправа у свим фазама реализације пројекта, како би се обезбедила његова несметана реализација, посебно у домену обављања одговарајућих административних послова којима ће се обезбедити поштовање предвиђене динамике реализације пројекта.

2) Туристичке организације општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац

Туристичке организације на подручју ових општина обављају послове маркетинга у складу са законодавним и финансијским могућностима. Активности Туристичких организација Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац првенствено су фокусиране на промоцију постојећих туристичких атракција, смештајне и угоститељске понуде, манифестације и заштиту културног наслеђа, док је развојна компонента туристичких производа ограничена услед скромног финансијског и људског капацитета. Рад туристичких организација се финансира из буџета општина, а део средстава организације обезбеђују код ресорног министарства у циљу реализације конкретних пројеката.

Ово су уједно и једини јавни ентитети који своју мисију остварују у сектору туризма. Потребно је нагласити да су представници туристичких организација општина исказали висок ниво посвећености реализацији подухвата израде мастер плана, обезбеђујући све неопходне информације и локалну логистику. Такође, од изузетне је важности чињеница да локалне туристичке организације изузетно добро сарађују, што представља одлично полазиште за искоришћавање постојеће организационе инфраструктуре за постављање темеља за имплементацију пословно – управљачког модела.

3) Пословни клуб

Пословни клуб је основан као удружење грађана у Бачкој Паланци и окупља привреднике водећих предузећа на подручју општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац. Као интересно удружење, Пословни клуб има мисију да обезбеди адекватну едукацију, размену информација, размену искуства и утиче на дефинисање развојних приоритета на територији општина. Пословни клуб има јасно изражену амбицију да развија подручје ове три општине и шири

пословне могућности у нове секторе, пре свега у сектор услуга. Имајући у виду да је управо од стране Пословног клуба покренута главна иницијатива за израду Стратегијског мастер плана за развој туризма подручја, може се очекивати да ће и убудуће овај ентитет имати улогу главног развојног агента. У том смислу, ово подручје је специфично у односу на остале општине у Србији, где приватна иницијатива у великој мери заостаје за јавним сектором и где су јавне институције у највећој мери носиоци развоја у сектору туризма.

4) Министарство одбране

Министарство одбране је значајан интересни субјект, из разлога што је као један од главних потенцијала за валоризацију у туристичком смислу идентификована имовина Војне установе „Карађорђево“. У том контексту, на динамику реализације пројекта ће пресудно утицати спремност овог Министарства да сарађује са локалним заинтересованим актерима на разради концепта искорићења и стављања у функцију предметног простора. У каснијим фазама реализације, Министарство одбране неће имати важнију улогу, уколико се на време пронађе адекватно решење за ВУ „Карађорђево“.

5) Министарство економије и регионалног развоја

Као Министарство задужено за обављање послова развоја туризма, Министарство економије и регионалног развоја има стратешки интерес за туристички развој овог подручја, посебно имајући у виду напоре који се чине за туристичку афирмацију Дунава у Србији. Такође, није занемарљив ни потенцијал развоја комплементарне туристичке понуде у сарадњи са општинама у Републици Хрватској, што ће додатно допринети напорима за дефинисање регионалног туристичког производа, што представља једну од важнијих активности Министарства, посебно имајући у виду недавно отварање регионалне канцеларије Дунавског центра за компетенцију у Београду.

6) Туристичка организација Војводине

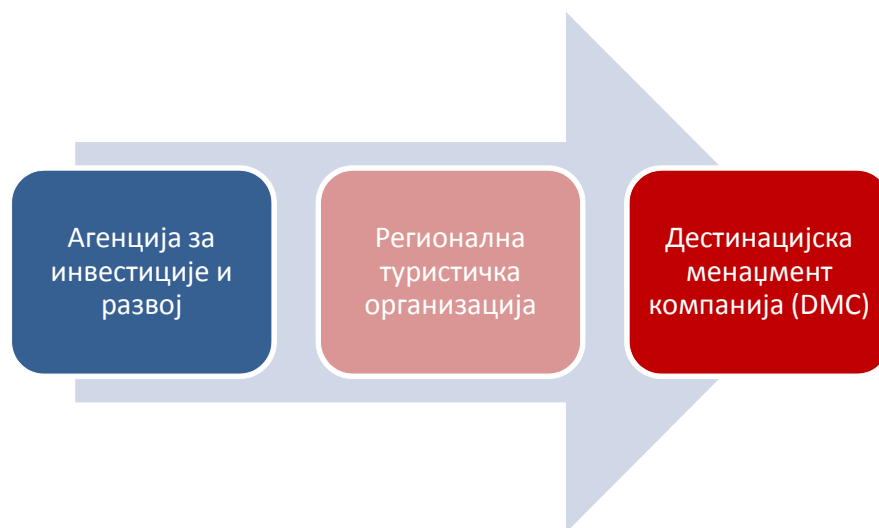
Туристичка организација Војводине, као покрајинско тело за дестинацијски маркетинг, задужена је за имплементацију Маркетинг стратегије туризма Војводине. У том смислу, улога ове организације је да јасно одреди садржај војвођанске туристичке понуде са системом дестинацијских и емотивних доживљаја туристичких производа заснованих на локалним специфичностима, да предузме јасну комуникацију у односу на циљна тржишта, дефинише и комуницира регионални бренд Војводине као туристичке дестинације. У циљу конзистентног представљања туристичке понуде подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, неопходна је интензивна сарадња са Туристичком организацијом Војводине и дистинктивно позиционирање туристичке понуде подручја у портфолиу туристичке понуде покрајине.

Сагледавањем организационих и менаџмент капацитета свих побројаних заинтересованих актера долазимо до закључка да постојећи међусобни односи намећу јасне баријере за ефикасну реализацију мера предложених Стратегијским мастер планом. Управо због тога, неопходно је хармонизовати и координирати интересе у складу са дефинисаном заједничком визијом и обезбедити адекватну организациону и менаџмент струкуру која ће бити способна да одговори изазовима које поставља документ мастер плана, али и да својим развојним капацитетом повратно утиче на унапређење предложених решења у складу са конкретним променама у окружењу.

Јасно је да постоји заједнички интерес свих идентификованих субјеката за успешну реализацију овог пројекта. Међутим, треба нагласити да у овом моменту нема

релевантних и финансијски јаким приватних улагача у туризам дестинације који би били кључни интересни субјекти као партнери у реализацији Мастер плана. У развоју пословно – управљачког модела је од кључне важности одговорити на питање како структурирати организацију која ће ефикасно моћи да интегрише дефинисане екстерне и интерне активности. Таква организација по дефиницији преузима одговорност и лидерски статус у развоју туристичке делатности подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац.

У том смислу, развој пословно – управљачког модела за подручје општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац се може поделити у две фазе. Предлажемо да се у првој фази формирају два ентитета: један који ће се бавити инвестицијама и развојем дестинације – Агенција за инвестиције и развој и други, који ће се бавити дестинацијским маркетингом и промоцијом – Регионална туристичка организација. У другој фази се може очекивати снажнија структура интересних субјеката, те формирање Дестинацијске менаџмент компаније за подручје општина Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац (Приказ 1).



Фазни развој пословно-управљачког модела дестинације

8.2. Прва фаза – Оснивање Агенције и Регионалне туристичке организације

Предлог је да се у првој фази формира управљачка структура дестинације са мисијом имплементације развојних решења дефинисаних Стратегијским мастер планом, односно да се формира полуфаза развоја туризма дестинације Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац у виду Агенције за инвестиције и развој. Агенција за инвестиције и развој ће у првој фази морати преузети активну улогу иницијатора развоја, те кренути у аквизицију инвеститора/партнера који ће бити будући кључни интересни субјекти и који ће се природно укључивати у управљачку структуру дестинације. Мисија Агенције је да кроз успостављање партнерстава и сарадњу са релевантним субјектима, идентификацију инвестиција и развој појединачних пројеката, као и јачање људских ресурса и туристичког „know-how“-а подручја, омогући приступ

фондовима и приватном капиталу у циљу што ефикасније реализације мера предложених Стратегијским мастер планом (Приказ 2).



Агенција за инвестиције и развој

Такође, у првој фази се може приступити интегрисању маркетиншких активности у виду формирања Регионалне туристичке организације за дестинацију Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац. Смисао оснивања Регионалне туристичке организације је у припреми маркетиншке платформе за дестинацију која се у наредној фази обликује у оквиру Дестинацијске менаџмент компаније.

Имајући у виду суштинску одвојеност мисија Агенције за инвестиције и развој и Регионалне туристичке организације, разликујемо и могућа подручја деловања/одговорности ова два ентитета:

Агенција за инвестиције и развој (развој конкурентности дестинације):

- Дефинисање инвестиционих пројеката и њихове изводљивости (Мастер планови, *feasibility* студије, припрема инвестиционих брошура/продајних материјала);
- Припрема инвестиционих пројеката за међународно тржиште капитала;
- Управљање пројектима опште инфраструктуре – инфраструктурна припрема локација за туристичке пројекте;
- Хармонизација активности са кључним интересним субјектима туристичког развоја (Национална корпорација за развој туризма, Министарство економије и регионалног развоја, Дунавски центар за компетенцију, итд.)
- Јачање партнерства са суседним општинама у Републици Хрватској за интегрално управљање развојем туристичке делатности у ширем појасу, коришћењем подстицајних средстава из ЕУ и других фондова;

- Спровођење истраживања – обезбеђивање потпуних, благовремених и тачних информација за доношење одлука;
- Постављање адекватног механизма заштите и унапређења туристичких ресурса и атракција;
- Јачање капацитета за предузетништво;
- Утицај на систем образовања који би требало да буде заснован на професионализацији и компетенцијама кадрова – изградња људских ресурса.

Регионална туристичка организација (дестинацијски маркетинг):

- Брошуре и публикације
- Интернет/ПР
- Учешће на сајмовима туризма
- Организација новинарских тура
- Рекламирање у електронским и штампаним медијима
- Учешће на различитим конференцијама, фестивалима и другим догађајима
- Дефинисање система за управљање посетиоцима заснованог на информационо – комуникационој технологији;
- Дефинисање туристичких производа и пакета понуде за посетиоце;
- Кооперативни маркетинг

Када говоримо о оснивању Агенције за инвестиције и развој, потребно је напоменути да у Републици Србији још увек не постоји законска регулатива којом би се на јасан начин регулисали односи у јавно – приватном партнерству. Сматрамо да је у статусном смислу најповољније оснивање друштва са ограниченом одговорношћу, које би инкорпорирало интересе свих напред набројаних интересних субјеката.

- Агенција за инвестиције и развој се формира као јавно – приватно партнерство, односно привредно друштво у већинском власништву општина (нпр. у моменту оснивања 60% - 3x20%). Одлуку о формирању друштва морају да донесу скупштине општина, као и да предвиде адекватан издатак из буџета (између 0,7 и 1,5% годишњег буџета општина). Свака од општина има по једног представника у Скупштини Агенције, а функција председника Скупштине је ротирајућа између чланова Скупштине представника општина.
- Пожељно је да у власничкој структури Агенције буду заступљена и одговарајућа покрајинска и тела Републике Србије (нпр. Национална корпорација за развој туризма), са учешћем од по 5 – 10%.
- Имајући у виду покренуте иницијативе и доказану мотивацију Пословног клуба у контексту реализације овог мастер плана, предлагемо да се искористи интерес приватног сектора и исказе кроз власнички удео у Агенцији за инвестиције и развој у величини од 20 – 30%. Агенција би у том смислу имала велике користи од огромног пословног искуства, успеха и угледа чланова Пословног клуба.

- Регионална туристичка организација би требало да се формира из већ постојећих туристичких организација општина, при чему ова организација задржава статус јавноправног тела. На тај начин се користи постојећа кадровска и логистичка основа локалних туристичких организација, при чему је потребно извршити додатно јачање капацитета за обављање дефинисаних активности РТО-а, а у циљу спровођења мера предвиђених овим мастер планом.
- Већинско власништво јавног сектора у Агенцији за инвестиције и развој се предлаже на период до завршетка процеса усвајања планске документације, изградње неопходне инфраструктуре за потребе развоја туристичке делатности и покретања идентификованих кључних инвестиционих пројеката; након овог периода, предлаже се да већински пакет преузму представници приватног сектора. Ово би уједно био и добар моменат спајања Агенције за инвестиције и развој и Регионалне туристичке организације у Дестинацијску менаџмент компанију.
- Чином оснивања, ДМК постаје главни представник интереса развоја туризма подручја општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац на свим нивоима – локалном, државном и међународном.

8.3. Друга фаза – Дестинацијска менаџмент компанија

У другој фази, по завршетку крупних захвата на обезбеђивању конкурентности и идентитета дестинације, Агенција за инвестиције и развој и Регионална туристичка организација могу да прерасту у један ентитет – дестинацијску менаџмент компанију, која ће обављати послове стратешког планирања, развоја производа, имплементације система осигурања квалитета, истраживањем тржишта, маркетингом и продајом, те организацијом и координацијом чланова (Приказ 3). Такође, у овој фази очекује се да ће се појавити јаки приватни партнери као кључни интересни субјекти у развоју туризма који ће улазити у власничку структуру будуће Дестинацијске менаџмент компаније.



Функције Дестинацијске менаџмент компаније

Дефинисањем пословно – управљачког модела на бази јавно – приватног партнерства стварају се солидне претпоставке за ефикасну имплементацију и развој овог пројекта. Суштина реализације пројекта лежи у ефикасном управљању инвестицијама, побољшању услова конкурентности подручја, као и прилагођавањем маркетиншке акције циљним тржиштима. У циљу постизања жељене ефикасности у спровођењу планираних мера, посао вођења, координације интереса свих укључених субјеката, те контроле остварених резултата, би требао да буде поверен дестинацијској менаџмент компанији (ДМК). Будућа дестинацијска менаџмент компанија (ДМК) би требало да има улогу главног развојног субјекта у смислу:

- идентификације и развоја инвестиција и њиховог стављања на тржиште;
- јачања конкурентности подручја, као основе за економски развој дестинације;
- екстерног представљања и маркетинга дестинације.

Концепт дестинацијске менаџмент компаније подразумева и функцију интерне координације субјеката који су укључени у њен рад, било да су у питању конститутивни, или придружени чланови.

Мисија ДМК-а подразумева одговорност на екстерном и на интерном плану. Посматрано у односу на екстерно окружење, мисија ДМК-а је да предузима све активности како би дестинација на адекватан начин била представљена свету и како би се повећао ниво посећености дестинације. Тренутно, функцију дестинацијског маркетинга подручја три општине обављају постојеће туристичке организације; у предложеном пословно – управљачком моделу постојећа инфраструктура

туристичких организација биће искоришћена за формирање туристичких информативних тачака (*tourist info points*), док би се целокупан посао дестинацијског маркетинга у пуном смислу речи пребацио на ДМК. На тај начин се постиже кохезија између свих развојних активности дестинације, односно дестинацијски маркетинг бива прилагођен реалном концепту одрживог, конкурентног развоја дестинације. Интерни аспект функционисања ДМК-а подразумева управо рад на подизању конкурентности дестинације. Ради се о активностима креирања целокупног ланца вредности дестинације, развоја инфраструктуре, дефинисања туристичких производа, сета услуга које се пружају, те обезбеђивања жељеног нивоа квалитета доживљаја посетилаца дестинације. У том смислу, интерно оријентисане активности ДМК-а фактички опредељују дистинктивни туристички профил дестинације.

8.4. Акциони план

Бр.	Мера – активност	Одговорност	Временски оквир	Оквирни буџет
1.	Усвајање Стратегијског мастер плана развоја туризма за подручје општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац	Скупштине општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац	Почетак 2011., најкасније март	/
2.	Оснивање Агенције за инвестиције и развој	Скупштине општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац, Пословни клуб	Почетак 2011., најкасније март (синхронизовано са усвајањем мастер плана)	/
3.	Организација инвестиционе конференције за водеће привреднике општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац и суседских општина у Републици Хрватској	Пословни клуб Бачка Паланка	У првом кварталу 2011.	7.000 – 10.000 ЕУР
4.	Дефинисање плана за привлачење страних инвеститора за кључне инвестиционе пројекте	Агенција за инвестиције и развој	Одмах након оснивања	/
5.	Организација састанка у вези пројеката прекограничне сарадње (представници локалних самоуправа РС и РХ)	Општине Бач, Бачка Паланка, Бачки Петровац	У првом кварталу 2011.	/
6.	Оснивање Регионалне туристичке организације за Бач, Бачку Паланку и Бачки Петровац	Скупштине општина Бач, Бачка Паланка и Бачки Петровац	Почетак 2011., најкасније март (синхронизовано са усвајањем мастер плана)	/
7.	Усклађивање просторних	Агенција за	Крај 2011.	150.000,00

	планова општина и планова детаљне регулације са развојним концептом мастер плана	инвестиције и развој, Скупштине општина		ЕУР
8.	Дефинисање статуса земљишта потребног за реализацију развојних пројеката на локацијама предвиђеним развојним концептом – преношење/ откуп и уношење земљишта у капитал Агенције за инвестиције и развој	Агенција за инвестиције и развој, Републичка дирекција за имовину Републике Србије, локалне самоуправе	2011. – 2016.	4 – 8 милиона ЕУР
9.	Инфраструктурно опремање целокупног подручја за потребе спровођења инвестиционих пројеката развоја туризма – путеви, електрична енергија, водоснабдевање и третман отпадних вода, телекомуникације, итд.	Агенција за инвестиције и развој/ локалне самоуправе/ покрајински органи/ надлежна министарства (за инфраструктуру, туризам, национални инвестициони план...)	2011. – 2020.	5 – 10 милиона ЕУР
10.	Разрада општих смерница по појединачним пројектима (израда урбанистичких пројеката) из презентованих концепата и контрола квалитета извођења	Агенција за инвестиције и развој/ Регионална туристичка организација / локалне самоуправе	2011. – 2016. (по дефинисаним приоритетним пројектима)	500.000 ЕУР
11.	Дефинисање и спровођење поступка избора стратешких партнера за спровођење идентификованих инвестиционих пројеката (са израдом програма развоја/ пословних планова)	Агенција за инвестиције и развој	2011. – 2016. (по приоритетним пројектима)	100.000 – 200.000 ЕУР
12.	Развој пројеката из домена науке – израда пројектно – техничке документације и извођење радова (могућност реализације пројеката кроз финансирање средствима суседских програма ЕУ)	Агенција за инвестиције и развој / локалне самоуправе	2011. – 2020. (фазно)	3 – 5 милиона ЕУР

13.	Развој пројеката у домену руралног искуства / искуства природе (потенцијално у сарадњи са суседним општинама из Републике Хрватске – нпр. израда програма и формирање фонда за субвенционисано кредитирање предузетника и малих и средњих предузећа у туризму)	Агенција за инвестиције и развој / Регионална туристичка организација / локалне самоуправе	2011. – 2020.	2 – 4 милиона ЕУР
14.	Развој пројеката из културе (такође кроз прекограничну сарадњу са суседним општинама из Републике Хрватске)	Регионална туристичка организација / локалне самоуправе	2011. – 2020.	4 – 6 милиона ЕУР
15.	Израда оперативног маркетиншког плана са програмом брендирања дестинације (могућност за <i>cross border</i> сарадњу)	Регионална туристичка организација	2012.	150.000 ЕУР
16.	Развој људских ресурса у областима развоја и комерцијализације туристичких производа, примене нових технологија, маркетинга и промоције (<i>cross border</i>)	Регионална туристичка организација/ Дестинацијска менаџмент компанија	2012. – 2020.	400.000 ЕУР
17.	Развој људских ресурса у области унапређења стручног образовања/ образовања одраслих у циљу решавања потреба за кадровима у туристичкој индустрији	Дестинацијска менаџмент компанија	2016. – 2020.	200.000 ЕУР

9. ДОДАТАК – ГРАФИЧКИ ПРИКАЗИ

1. Синтезна карта актракција
2. Карађорђево Lifestyle Mixed-use Ризорт
3. Urban Riverfront Ризорт Тиквара
4. Гложан Рекреативни Ризорт
5. Рибарски Ризорт Бачко Ново Село