

APPLICATION OF PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND TACTICS IN PROMOTING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF DURMITOR NATIONAL PARK

Danka Stijepović, saradnica u nastavi, Crna Gora

Univerzitet Mediteran Podgorica

danka.stijepovic@unimediteran.net

ABSTRACT

The subject of the research paper refers to the application of strategies and tactics in public relations, which influence the international and national role and promotion of national parks in Montenegro, especially on the example of NP Durmitor. According to the subject and objectives of the research, as well as in accordance with the structure of the work, research methods are defined. The paper will use the historical-descriptive method that serves to present the characteristics of national parks in Montenegro as types of tourist destinations, i.e. their positioning. In addition to the theoretical framework, the research will also include a situational analysis of NP Durmitor - SWOT on the advantages and disadvantages of the potential for the development of mountain tourism, in order to determine the advantages and disadvantages in the opportunities for valorizing the potential of the national park and their presentation through the promotional aspect of public relations.

In addition to the mentioned method, a comparison of the practice of planning strategic frameworks for the promotion of NP Durmitor with advanced achievements in other protected areas in the countries of the region and Europe will be used. In this context, the current way of communication with the public of national parks in Montenegro will be elaborated and a comparison will be made with the practice used in the promotion of protected areas in our environment. The usual methods of empirical research will be used, deductive or inductive research methods as needed, and finally, as a crown, method analysis and synthesis.

In conclusion, the identification of the target population for mountain tourism, the goals and objectives of OSJ, as well as key promotional messages follow. At the end - suggestions of OSJ strategy and tactics in the context of media promotion of the tourism potential of the Durmitor region and we hope the contribution of this work in improving the sustainable development of NP Durmitor.

Keywords: *public relations, strategies and tactics, national parks, strategies.*

PRIMJENA STRATEGIJA I TAKTIKA U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU U UNAPREĐENJU ODRŽIVOG RAZVOJA NACIONALNOG PARKA DURMITOR

APSTRAKT

Predmet istraživanja rada odnosi se na primjenu strategija i taktika u odnosima s javnošću, koje utiču na međunarodnu i nacionalnu ulogu i promociju nacionalnih parkova u Crnoj Gori, posebno na primjeru NP Durmitor. Prema predmetu i ciljevima istraživanja, kao i u skladu sa strukturom rada definisane su i metode istraživanja. U radu će se koristiti istorijsko-deskriptivni metod koji služi za predstavljanje karakteristika nacionalnih parkova u Crnoj Gori kao tipova turističkih destinacija, odnosno njihovog pozicioniranja. Istraživanje će pored teorijskog okvira uključiti i situacionu analizu NP Durmitor - SWOT o prednostima i nedostacima potencijala za razvoj planinskog turizma, kako bi se utvrdile prednosti i nedostaci u mogućnostima za valorizaciju potencijala nacionalnog parka i njihovo predstavljanje putem promotivnog aspekta odnosa s javnošću.

Pored navedene metode korišće se komparacija prakse planiranja strateških okvira promocije NP Durmitor sa naprednim dostignućima u drugim zaštićenim područjima u zemljama regiona i Evrope. U tom kontekstu naročito će biti elaboriran dosadašnji način komunikacije sa javnošću nacionalnih parkova u Crnoj Gori i napraviti poređenje sa praksom koja se koristi u promociji zaštićenih područja u našem okruženju. Korišće se i uobičajene metode empirijskog istraživanja, prema potrebi deduktivna ili induktivna metoda istraživanja i na kraju svih, kao kruna, analiza metode i sinteze.

U zaključku slijede, identifikacija ciljne populacije za planinski turizam, ciljevi i zadaci OSJ, kao i ključne promotivne poruke. Na kraju - prijedlozi strategije i taktike OSJ u kontekstu medijske promocije potencijala turizma durmitorskog kraja i nadamo se doprinos ovog rada u unaprijeđenju održivog razvoja NP Durmitor

Ključne riječi: *odnosi s javnošću, strategije i taktike, nacionalni parkovi, strategij.*

UVOD

Razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode, posebno u nacionalnim parkovima i zaštićenim područjima, u fokusu je turističke potražnje na svjetskom turističkom tržištu. Nacionalni parkovi, poput Durmitora, su simbioza netaknutog prirodnog ambijenta, autentičnosti, karakterističnih šumskih ekosistema, geomorfoloških i hidrografskih fenomena, endemičnih biljnih i životinjskih vrsta, impozantnih krajolika, koji udovoljavaju ukusima najprobirljivije turističke klijentele. Nacionalni park Durmitor značajan je turistički potencijal za razvoj različitih vidova turizma, bez obzira na sezonske ograničenosti. Osnovni predmet istraživanja se odnosi na primjenu strategija i taktika u odnosima s javnošću i njihov uticaj na međunarodnu i nacionalnu promociju prirodnih vrijednosti i turističkih potencijala NP Durmitor. Izbor teme istraživanja bio je i motiv više za istraživanja ekonomsko-turističkih potencijala NP Durmitor i njihovo predstavljanje putem promotivnog aspekta, kao sastavnog dijela odnosa s javnošću u ukupnoj ponudi Nacionalnih parkova Crne Gore. U istraživačkom dijelu rada u NP Durmitor biće urađene ankete s turistima-posjetiocima i zaposelnim u ovom nacionalnom parku. Cilj i svrha istraživanja za polazište koriste stav - da područje Nacionalnog parka Durmitor, koje zbog svojih univerzalnih prirodnih vrijednosti uživa nacionalnu i međunarodnu zaštitu, uz dosadašnju nedovoljno iskorišćenu praksu promocije, zaslužuje mnogo intezivnije i kvalitetnije oblike eksterne komunikacije u okviru strategije i taktike odnosa s javnošću, što za cilj ima doprinos boljoj promociji Durmitora.

POLJE ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja rada odnosi na primjenu strategija i taktika u odnosima s javnošću, koje utiču na međunarodnu i nacionalnu ulogu i promociju nacionalnih parkova u Crnoj Gori, posebno na primjeru NP Durmitor. Rad će se bazirati na opservaciji dosadašnjih tehnika i strategija u komunikaciji sa javnošću, u funkciji predstavljanja prirodnih i drugih vrijednosti Durmitora u domaćoj i međunarodnoj javnosti. Predmet istraživanja rada je i ispitivanje mogućnosti za primjenu PR i marketing strategija u promociji potencijala planinskog turizma. Prije svega u radu će se identifikovati problemi u tom kontekstu i pokušati dati dala smjernice na njihovom prevazilaženju. Fokus ovog rada opravdano se usmjerava na ulogu strategija i taktika u OSJ u promociji potencijala Nacionalnog parka Durmitor, kao samo jednog dijela ukupnog potencijala planinskog turizma u Crnoj Gori, koji sve više uzima maha. Predmet istraživanja rada je interesantan i zbog uticaja

pandemije korona, koja osim u zdravstvu ostavlja brojne negativne tragove u raznim oblastima, a naročito turizmu. Pored ispitivanja analize stanja u NP Durmitor uključeni su geografsko-antropološki, ekonomski, socijalni i drugi aspekti, koji utiču na ovaj specifični vid turizma

Problemi istraživanja uglavnom su vezani za još uvijek neadekvatno korišćenje svih dostupnih mjera promocije kod domaće i međunarodne javnosti. U konačnom, rad treba da ponudi rješenja za prevazilaženje do sada detektovanih problema u svim oblicima komunikacije sa javnošću i adekvatne promocije područja NP Durmitor, kako bi se u narednom periodu animirao veći broj gostiju da tokom cijele godine posjećuju ovo zaštićeno područje. Na osnovu navedenog predmeta istraživanja može se istaći da rad treba da ujedno sadrži i odgovor na suštinsko pitanje i teoretsku postavku rada - kako strategije i taktike OSJ mogu uticati na unaprijeđenje održivog razvoja Nacionalnog parka Durmitor, posebno u oblasti planinskog turizma i procesu izgradnje turističkog brenda. U domaćim okvirima ova tema malo je eksploatisana.

METODOLOGIJA

Prilikom izrade rada koristili smo sljedeće metode istraživanja: metoda analize i sinteze, komparativna metoda uz uobičajene induktivno-deduktivne metode, kao i istorijsko-deskriptivna metoda. U radu će se, takođe, koristiti kvalitativno i kvantitativno istraživanje. Metodološko polazište su relevantni teorijski modeli u odnosima s javnošću, a putem anketa i intervjua pripremiće se i sprovesti adekvatno istraživanje na terenu. Metode koje se primjenjuju, tj. osnovni istraživački postupak sastoji se u prikupljanju podataka iz literature i dokumenata, metodom analize sadržaja i metodama-tehnikama intervjuisanja i anketiranja. kako bi se ostvarili ciljevi istraživanja i dobili odgovori na istraživačka pitanja koristiće se još i SWOT, te situaciona analiza, kao i metode posmatranja i komparativna analiza. Zatim, slijede intervjuisanje i anketiranje, Dakle, korišćenje kvalitativnih i kvantitativnih metoda-tehnika.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je obuhvatilo 251 ispitanika – 200 turista, tj. posjetilaca i 51 zaposlenog, a obvljeno je u periodu maj-avgust 2023. godine. . Statistička obrada podataka obavljena je metodom multivarijacione analize i statističkog paketa programa SPSS. Značaj ove ankete, kao kvantitativnog metoda ogleda se i u upotpunjavanju podataka i novih saznanja (kao nastavak kvalitativne metode intervjua) tj. svih koji se bave ovom oblašću turizma, i njihovih odgovora o vrstama strategija i taktika, te zastupljenosti PR u NP Durmitor.

Analizom rezultata anketnog istraživanja dolazimo do sledećih zaključaka. Podaci dobijeni iz prva dva pitanja o demografskim karakteristikama ispitanika pokazuju da je prisutan veći broj pripadnika muškog nego ženskog pola. Takođe primjećujemo da je 58% ispitanika mlađe od 45 godina što ukazuje na veću sklonost mlađe populacije na posjetu Nacionalnom parku. Zaključujemo da je najviše posjetilaca – turista već posjetilo NP „Durmitor“, odnosno da nijesu prvi put u ovom NP. Najviše ispitanika je saznalo za NP „Durmitor“ preko društvenih mreža, medija ili preporuka prijatelja. Smatraju da je na turističkoj mapi regiona NP „Durmitor“ prepoznatljiv po prirodnim ljepotama, rijetkim biljnim i životinjskim vrstama i šumskim ekosistemima. Promociju ovog NP najbolje će pospješiti uvođenje novih atraktivnih sadržaja, intenzivniji i efektniji marketing, dok im se najviše dopadaju prirodne ljepote. U NP „Durmitor“, smatraju posjetioci, treba otvoriti smještajne kapacitete viših kategorija, te spriječiti devastaciju i uništenje kanjona Tare.

Zaposleni u NP Durmitor zadovoljni su poslovanjem, uslovima rada, radnim okruženjem, organizacijom rada, međuljudskim odnosima, motivisani su za posao, zadovoljni dok rade, a posao im omogućava da iskažu svoja znanja i sposobnosti.

Među prvih 10 rangiranih manifestnih varijabli imidža NP spadaju: visok nivo enterijera i eksterijera kompanije, briga o korisnicima proizvoda ili usluga, zainteresovanost zaposlenih za dalja usavršavanja, radi unepređenja kvaliteta usluga, tehnička i tehnološka opremljenost NP da pruži visok nivo kvaliteta usluga. Zaposleni su osposobljeni da pruže visok kvalitet usluga. Istraživanja o najvažnijim pitanjima vezanih za rad organizacije imaju pozitivan uticaj na imidž u javnosti, visok nivo prilagodljivosti zaposlenih novim situacijama, kulture poslovnog odijevanja. Zaposleni su svjesni njihovog uticaja na izgradnju i održavanje imidža NP, i NP redovno uvažava opravdane primjedbe ili reklamacije korisnika usluga.

Ispitanici se najmanje slažu oko sljedećih varijabli: visok nivo povjerenja među zaposlenima – 0,81, zaposleni su osposobljeni da pruže visok nivo kvaliteta usluga – 0,84, zaposleni su zainteresovani za dalja usavršavanja radi unapređenja kvaliteta usluga – 0,85, visok nivo enterijera i eksterijera NP – 0,85, visok nivo kulture poslovnog odijevanja – 0,86.

ZAKLJUČAK

Savremeni poslovni svijet i korisnici usluga u turističkim a pogotovo u specifičnim djelatnostima kao što su nacionalni parkovi sve više daju značaj odnosima s javnostima. Praktična i naučna iskustva dokazuju da su imidž kompanija, pa i nacionalnih parkova uslovljeni pozicijom na tržištu, načinom upravljanja, te primjenom adekvatne strategije i tehnika u odnosima s javnostima. Tako je i ovaj rad prije svega, usmjeren ka doprinosu primjena strategija i novih tehnika odnosa s javnošću na unaprijeđivanju održivog razvoja, Nacionalnog parka Durmitor. Tim više što Nacionalni park „Durmitor“ uživa dvojakom međunarodnu zaštitu od kako je upisan 1980.g. u listu svjetske prirodne baštine UNESCO-a, pa se održivo korišćenje prirodnih i stvorenih resursa na ovom području postavljaju kao imperitive.

osnovni ciljevi i istraživanja ovog rada bili su usmjereni na posmatranje uzročno-posljedičnih odnosa primjene adekvatnih strategija i tehnika u OsJ u unapređenju održivog razvoja NP Durmitor i imidža tog NP u javnosti. U tom kontekstu decido je utvrđeno da naučna i praktična iskustva dokazuju da je imidž kompanije, samim tim i Nacionalnog parka uslovljen pozicijom na tržištu, načinom upravljanja, primjenom adekvatne strategije i tehnika u OsJ. Nacionalni park Durmitor ima solidno izdiferencirane ciljeve OsJ, ali treba da poradi na izgradnji prepoznatljivog imidža, boljoj komunikaciji sa internom i eksternom javnošću, učvršćivanju povjerenja odnosa rukovodstva i zaposlenih, te između zaposlenih radnika, kao i na obogaćivanju turističkih aktivnosti. Da ubuduće mnogo više pažnje treba poklanjati promotivnom aspektu NP Durmitor, što će značajno doprinijeti intenzivnijoj posjeti turista, ekonomskoj isplativosti. To će, svakako pozitivno uticati i na održivi razvoj ovog nacionalnog parka. Ako se nastavi sa pandemijom korone potrebno je pojačati i proaktivnu strategiju i krizni PR. NP Durmitor plasira ponude na sajmovima i kongresima turizma u zemljama u okruženju, Evropi, svijetu, u digitalnim medijima, štampanim. Međutim, treba što više da uključe sve popularnije on line oglašavanje i sponzorisane. Upotreba inovativnih strategija i tehnika u odnosima s javnošću u održivosti NP Durmitor doprinijeće unapređenju razvoja NP. Kao najveće šanse turistički poslenici navode diversifikaciju turističke ponude kroz razvoj različitih vrsta turizma, očuvanje životne sredine i ranovrsnost biodiverziteta, razvoj organske poljoprivrede, finansiranje iz EU fondova i privlačenje investitora za poboljšanje infrastrukture. Povjerenje, motivacija, identifikacija zaposlenih u NP Durmitor su na visokom nivou, a poslovanje na međunarodnom nivou argumentuje poštovanje različitih kultura, religije, etike, jezika, obrazovanja, običaja, ekonomske moći turista. NP Durmitor uspješno saraduje sa domaćim, regionalnim, inostranim medijima, formirajući tako ličnu kartu NP, arhivu informativnog materijala, novinarskih mapa, medijskih priručnika. No potrebno je formirati novinarski web centar, neophodno je analitičnije planiranje OsJ u budućnosti, uspostavljanjem razumijevanja i povjerenja menadžmenta i javnosti. Upravljanje OsJ u NP Durmitor zasniva se na uočavanju problema, planiranju, komuniciranju i evaluaciji programa i na poštovanju etičkih principa u komunikaciji sa ciljnom javnošću.

REFERENCES

- Bakić O.: Marketing menadžment turističke destinacije, treće dopunjeno izdanje, Čigoja štampa, Beograd, 2005.
- Blek S.: Odnosi s javnošću, Biblioteka MARKETING, Beograd, 1997.
- Borrini G, Feyerabend G.B., Kothari A., Oviedo G.: Indigenous and Local Communities and Protected Areas: Towards Equity and Enhanced Conservation: Guidance on Policy and Practice for Co-

managed Protected Areas and Community Conserved Areas, IUCN World Commission on Protected Areas, University College, Cardiff, IUCN, 2004.

Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S.: *Tourism Principles and Practice* (4th ed.), 2008.

Collins: *Concise Dictionary*, fifth edition, HarperCollins Publishers, Great Britain, 2001.

Đuričin D., Janošević S.: *Menadžment i strategija*, Ekonomski Fakultet Univerziteta u Beogradu, 2007.

Honey M.: *Ecotourism and Sustainable Development*, Island Press, Washington, 2008.

Hsu C., Killion L., Brown G., Gross M.J., Huang S.: *Tourism Marketing: An Asia-Pacific Perspective* (9780470814901)

Jobber D., Fahy, J.: *Osnovi marketinga*, DATA STATUS, Beograd, 2006.

Mose I.: *Protected Areas and Regional Development in Europe: Towards a New Model for the 21st Century*, shgate, 2007.

Murphy P.E.: *Tourism: A Community Approach*, Routledge, 1985.

Pike S.: *Destination Marketing Organizations: Bridging Theory and Practice*, Elsevier, 2004.

Poon A.: *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, CAB International, Wallingford, 1993.

Popesku J.: *Redaktor, Menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Singidunum, FTHM, Beograd, 2008.

Robbins S., Coulter, M.: *Menadžment*, DATA STATUS, Beograd, 2005.

Šutalo V.: *Odnosi s javnošću*, Visoka poslovna škola, Zagreb, 2017.

Unković M.: *Održivi razvoj i ekologija*, Univerzitet Sinergija, Beograd, 2012.

Wearing S.: *University of Technology, Sidney and Heather Nelson, Australia and sustainable tourism*, 2004.

Weaver D.: *Ecotourism*, Wiley Australia Tourism Series, 2nd edition, John Wiley & Sons, Australia Ltd, 2008.

Bogdanović D.: *Primena odnosa s javnošću u obrazovnim institucijama*, Univerzitet u Beogradu, Tehnički fakultet u Boru, 2 (1) (2016) 15-27

Đekić, Tatjana; Stojanović, Miroslava: *Uticaj društveno-ekoloških faktora na razvoj turizma*, Visoka poslovna škola strukovnih studija Leskovac, Zbornik radova Tehnološkog fakulteta u Leskovcu ISSN 0352-6542, 20 (2011), 294 – 300 UDK 65.011/.012:338.48, 2011.

Đorić, M.: *Komunikacija i novi mediji*, CET Čitalište, br. 67, novembar 2007.

- Isaacs, J.C.: The limited potential of ecotourism to contribute to wildlife conservation. *The Ecologist*, 2000, 28(1):61-69 i Eadington, W.R., and V.L. Smith The emergence of alternative forms of tourism, in *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Pennsylvania, USA: University of Pennsylvania Press, 1992.
- Janković, Marija; Luburić, Veselin; Šofranac, Rajko: Održivi turizam kao osnova upravljanja u nacionalnim parkovima u Crnoj Gori, *ЕКОНОМИКА* Vol. 63, ISSN 0350-137X, EISSN 2334-9190, UDK 338 (497,1) october-december 2017, № 4
- Sredanović, Velizar: *Javnost i mediji u Crnoj Gori*. Cetinje: Štamparija Obod, 2007. 227 str, ilustr. ISBN 978-86-7420-034-6 [COBISS.CG-ID 11457552]
- Sredanović, Velizar: Ekološki pristup odnosa s javnošću i novinarstva društva u tranziciji na pragu ekološke izdržljivosti u rizičnom društvu. U: *Zaštita prirode u 21. vijeku*. Podgorica: Zavod za zaštitu prirode Crne Gore, 2011, str. 855-858. [COBISS.CG-ID 4376077]Mediji i obrazovanje: (permanentno obrazovanje).
- Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. godine, Ministarstvo održivog razvoja i turizma
- Pravilnik o klasifikaciji, minimalnim uslovima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, Ministarstvo turizma, Sl. List RCG, br. 32/02, 38/03
- Zakon o nacionalnim parkovima, Sl. List CG, br 28/2014 i 39/2016