

ĐAČKE EKSKURZIJE  
POSMATRANE KROZ PRIZMU  
MIŠLJENJA RODITELJA I  
NASTAVNIKA

A decorative graphic element consisting of a solid teal horizontal bar, followed by a white horizontal bar, and then three thin, parallel teal horizontal lines.

- Đački turizam-**osnovna poslovna aktivnost** mnogih turističkih agencija,
- **Značaj savesnog i maksimalno stručnog planiranja i izvođenja** đačkih ekskurzija

**KVALITET????**

# CILJ EKSKURZIJE

Savlađivanje dela nastavnog programa neposrednim upoznavanjem sadržaja nastavnih predmeta, pojava i odnosa u prirodnoj i društvenoj sredini, upoznavanje kulturnog nasleđa i privrednih dostignuća koja su u vezi sa delatnošću škole

# ZADACI

- Proučavanje objekata i fenomena u prirodi i uočavanje uzročno posledičnih odnosa u konkretnim prirodnim i društvenim uslovima,
- Sticanje novih saznanja,
- Razvijanje interesovanja za prirodu i izgrađivanje ekoloških navika,
- Upoznavanje zanimanja ljudi koja su karakteristična za pojedine krajeve,
- Razvijanje pozitivnog odnosa prema nacionalnim, umetničkim i kulturnim vrednostima,
- Izgrađivanje estetskih, kulturnih i sportskih potreba i navika, kao i pozitivnih socijalnih odnosa među učenicima i nastavnicima.

- Nosioци pripreme, organizacije i plana ekskurzije:
  - Direktor škole,
  - Odeljenski starešina,
  - Stručni vođa puta
- **Direktor škole → izvođenje**
- **Turističko preduzeće (agencija) → organizovanje** ekskurzije prema zaključenom ugovoru sa direktorom škole

# ANALIZA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA

## Cilj ankete

- Saznavanje mišljenja roditelja i nastavnika o:
  - Potrebi i značaju izvođenja ekskurzija,
  - Učešću u planiranju svih zainteresovanih strana,
  - Dužini, mestu i sadržaju putovanja,
  - Realizaciji svih postavljenih ciljeva,
  - Preporuke za unapređenje đачkih ekskurzija.
- Anketirani roditelji, nastavnici u Vojvodini, centralnoj Srbiji i Republici Srpskoj
- 20 pitanja za roditelje,
- 19 pitanja za nastavnike
- 410 roditelja
- 267 nastavnika

## roditelji

- Majke (55,37%)
- 41-50 godina (43,17%)
- Srednja stručna sprema (50,73%)

## nastavnici

- Žene (64,79%)
- 31-40 godina (32,58%)
- Visoka stručna sprema (68,16%)



Roditelji sa dvoje dece (56,58%)

- srednjoškolci (42,68%)
- I-IV razred (30,73%)
- V-VIII razred (26,58%)

- Deca koja **redovno** odlaze na ekskurzije (66,34%)
- Deca koja **povremeno** odlaze na ekskurzije (27,32%)
- Deca koja **ne idu** na ekskurzije ( 6,34%)

- Razlog ne odlaska na ekskurziju:
  - Visoka cena (49,27%)
  - Neorganizovanje ekskurzija (32,61%)
  - Roditelji smatraju da nisu potrebne (7,25%)

- **Jedan** put godišnje (88,79%)
- **268** (65,37%) odlazi na zimovanja,
- letovanja sa školom ili u škole u prirodi (44,78%)
  
- **Višednevne ekskurzije** (55,80%)
- **Maj** (59,51%)-po mišljenju roditelja
- April (17,32%)
- Jun (9,02%)
  
- **Zemlja** (79,49%)

## Nastavnici:

- Srednja škola (44,19%)
- V-VIII razred (35,58%)
- I-IV razred (20,22%)
- 72,28% stalno učestvuje u izvođenju ekskurzija
- 27,72% povremeno
- Jedan put godišnje (93,26%)
- Višednevne ekskurzije (43,07%)
- Maj (53,18%), april (21,35%), septembar (11,99%)
- Zemlja (76,03%)

- Koliko dece iz odeljenja učestvuje u ekskurzijama?
  - 81-90% (27,34%)
  - 70% (25,47%)
- Povezanost sadržaja ekskurzija sa školskim gradivom?
  - Delimična (51,69%)
  - Nema (23,97%)

Naziv pitanja		roditelji	nastavnici
Ko određuje?	Dužinu putovanja	Direktor 37,80% Ministar 26,105	<b>Ministar 41,20%</b> Direktor 29,21%
	Mesto putovanja	Direktor 35,85% TA 26,83%	<b>Nastavnici 53,93%</b> Direktor 21,35%
	Sadržaj putovanja	TA 35,85% Nastavnici 26,12%	<b>Nastavnici 60,30%</b> TA 23,60%
Da li se konsultuju roditelji oko elemenata ekskurzije?	Dužina putovanja	Da 35,61% Delimično 30,73%	Da 54,68% Delimično 26,22%
	Mesto putovanja	Da 34,39% Ne 30,98%	Da 44,19% Delimično 29,59%
	Sadržaj putovanja	Ne 42,20% Delimično 31,71%	Ne 36,70% Delimično 32,96%
	Ponuda TA	Da 42,59% Delimično 31,46%	Da 71,16% Delimično 17,98%
Da li se deca upoznaju pre puta sa programom ekskurzije?		Da, sa maršrutom 80,24% Ne 8,05% Detaljno 11,71%	64,42% 1,05% 34,08%
Da li se postavljeni ciljevi realizuju na ekskurziji?		Delimično 62,19% Ne zna 18,05%	Delimično 54,68% Da 41,57%
Da li su ekskurzije skupe?		Da 55,37% Delimično 35,37%	Da 57,30% Delimično 34,08%

- Ko najviše zaradi (upućeno nastavnicima)?
  - TA 62,17%
  - Ne zna 27,72%



- Osnovni motiv:
  - Zbližavanje i socijalizacija dece (42,68% odnosno 38,95%)
  - Upoznavanje prostora i pojava u prostoru (30,98% odnosno 25,47%)

- Šta treba uraditi da ekskurzije budu kvalitetnije?

- Bolja organizacija (37,56%),

- Interesantniji sadržaji (20,73%),



roditelji

- Smanjenje cena (13,41%),

- 22,47% **nastavnika** ne zna

# KANBERA

Studija slučaja

- **Prednost:** koncentracija velikih nacionalnih znamenitosti,
- Obrazovani službenici,
- **Glavna slabost** Kanbere kao školske destinacije nije toliko u njenom izgledu koliko u kapacitetu njenih znamenitosti i prateće infrastrukture da se izbori sa školskim posetama.



Ovaj istraživački program je obuhvatao istraživanje da bi se:

- 1998. -Projekat  
Obrazovnog Turizma  
Glavnog grada,
- razvijanje i  
reklamiranje Kanbere  
kao destinacije za  
školske ekskurzije.

- procenila i pratila veličina tržišta prikupljanjem podataka o broju međudržavnih školskih ekskurzija kod znamenitosti svakog meseca i da bi se pružile godišnje procene,
- razumela percepcija koju nastavnici koji posećuju Kanberu imaju o njoj kao školskoj destinaciji, njihovo zadovoljstvo trenutnim putovanjem, priroda njihovog putovanja i društvena demografija njihove škole,
- razumele rute turističkih vozača školskih ekskurzija, njihove potrebe i zahtevi, i
- ispitala priroda nacionalnog latentnog tržišta i potražnja, ograničenja, mogući podsticaji i percepcije Kanbere kao destinacije za školske ekskurzije.

## Ključna otkrića koja su dobijena ispitivanjem gostujućih nastavnika i turističkih vozača obuhvataju:

- Broj međudržavnih školskih poseta je **porastao** od procenjenih 108.000 u 1998. godini na 144.326 u 2006. godini.
- Najpopularniji meseci za školske ekskurzije u glavni grad su **druga polovina kalendarske i školske godine**. Niz marketinških inicijativa je upotrebljen da bi se podstakla poseta u prvoj polovini godine i na taj način smanji gužva, uključujući popuste na smeštaj i ulaznice u znamenitosti, ture koje vode iza scene i posebne programe.
- Dužina trajanja školskih ekskurzija je približno **2,8 noćenja** i preko polovine škola koje su posetile glavni grad u 2005. godini su bile iz države ili regionalnih oblasti.
- Prosečna potrošnja po učeniku je do **AUS\$457,65** u poređenju sa AUS\$328,20 u 2003. godini. To dovodi do oko **AUS\$40 miliona bruto nacionalnog proizvoda** za teritoriju glavnog grada Australije u poređenju sa AUS\$34 miliona u 2003. godini.

- Nešto preko **98 % nastavnika** u 2005. godini su smatrali da je poseta glavnom gradu uticala na njihovo predavanje.
- Skoro polovina (46,7%) ispitanika je čula za Projekat Obrazovnog Turizma Glavnog Grada pre posete prestonici. Šta više, 13,8% ispitanika je zabeležilo da je **Projekat Obrazovnog Turizma Glavnog Grada** uticao na njihovu odluku da posete prestonicu, dok je 58,7% navelo da su koristili Projekat Obrazovnog Turizma glavnog Grada u planiranju svoje posete u 2005. godini.
- Skoro jedna trećina (**31%**) **nastavnika** je bila u mogućnosti da označi da su imali **negativna iskustva** u Teritoriji Glavnog Grada Australije, a najčešća negativna iskustva su povezana sa **smeštajem** koji su koristile grupe. Generalno, ti problemi su se odnosili na lošu uslugu, naročito na lanč (obrok) pakete i smeštajne objekte uopšte. Jedna šestina (16,7%) je spomenula neljubazno ili nestrpljivo osoblje, dok je 5% spomenulo preveliku gužvu kod znamenitosti kao negativno iskustvo.

- Nastavnici su želeli **više večernjih aktivnosti i više fizičkih doživljaja** za učenike kako bi nadopunili intelektualna/obrazovna iskustva.
- Nešto preko polovine **(51,3%)** su koristili **popust** za obrazovna putovanja zajedno sa doprinosima od učenika (63,4%) i roditeljskim fondovima (51,3%) da bi finansirali školske ekskurzije.
- Najveća briga za većinu (39,2%) turističkih **vozača** je bio nedostatak zaklonjenih područja za ručak i nedostatak parking mesta kod znamenitosti (28,4%).



- **Rezultati** pružaju informacije menadžerima znamenitosti da razviju **marketing, naprave razvoj proizvoda i poboljšaju strategije**, kao i da **lobiraju kod vlade** za šeme popusta kako bi se pomoglo školskim ekskurzijskim putovanjima.
- Redovno istraživanje se takođe koristi da bi se **pomoglo menadžerima** znamenitosti da procene nivo zadovoljstva sa proizvodom obrazovnog turizma i potencijalnim problemima na koje treba obratiti pažnju.

# Ključni rezultati ispitivanja 1134 nastavnika su:

- Posmatrana **bezbednost** (70,9%) i sposobnost da se pobrinu za školske grupe (69%) su ocenjeni kao veoma važni faktori pri odlučivanju o višednevnoj školskoj ekskurzijskoj destinaciji.
- **Podsticaji** da posete glavni grad su bili popusti za učenike (66,5%), posebne ponude i paketi (60,3%) i smeštaj sa popustom (59,1%).
- Važni faktori za školske **posete znamenitostima** su ulaz sa popustom (77,9%), obrazovni paketi za nastavnike (76,4%) i obilasci sa vodičima (72,7%), pa obrazovni paketi za učenike (62,1%).

- Od ekskurzija sa noćenjem koje su sprovedene ili planirane tokom 2006 godine, **prosečna dužina boravka je bila 2,9 noći, prosečan broj učenika je bio 47, a putna udaljenost je bila prosečno 431 km.**
- Vrsta smeštaja koju su najčešće koristile škole su bili **namenski izgrađeni domovi i moteli (11,9%).**



**obrazovni paketi**  
**organizovane ture sa vodičima**  
**učenički obrazovni paketi**

**menadžeri** znamenitosti treba da  
**obezbede odgovarajuće resurse**  
(ljudske i materijalne) za grupe školskih  
ekskurzija