



UNIVERZITET SINGIDUNUM

Departman za posleddiplomske master studije
Studijski program: Poslovni sistemi u turizmu

MASTER RAD

ODRŽIVI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA

MENTOR;
Prof. dr Marija Maksin

KANDIDAT;
Radonjić Dragina
05/2007

Beograd, 2011.

SADRŽAJ

UVOD.....	4
1. RURALNI TURIZAM.....	6
1.1. Pojemovne odrednice ruralnog turizma.....	7
1.2. Seosko turističko naselje.....	9
1.3. Osnovne karakteristike turističke tražnje ruralnog turizma.....	12
2. ODRŽIVI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA.....	15
2.1. Osnovne dimenzije održivog razvoja ruralnog turizma.....	16
2.2. Planiranje i upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma.....	21
2.3. Zakonski i planski osnov za održivi razvoj ruralnog turizma u Srbiji.....	24
3. RURALNI TURIZAM U EVROPSKIM ZEMLJAMA I U SRBIJI.....	28
3.1. Međuzavisnost ruralnog razvoja i ruralnog turizma u zemljama Evropske unije.....	28
3.2. Primeri razvoja ruralnog turizma u pojedinim evropskim zemljama.....	32
3.2.1. Ruralni turizam u Francuskoj.....	33
3.2.2. Ruralni turizam u Irskoj.....	36
3.2.3. Ruralni turizam u Slovačkoj.....	38
3.2.4. Ruralni turizam u Austriji.....	40
3.2.5. Ruralni turizam u Mađarskoj.....	44
3.2.6. Ruralni turizam u Sloveniji.....	46
3.2.7. Ruralni turizam u Hrvatskoj.....	50
3.3. Ruralni turizam u Srbiji.....	55
3.3.1. Ocena dosadašnjeg stanja.....	55
3.3.2. Analiza primera ruralnog turizma u Srbiji.....	58
3.3.3. Mogućnosti za razvoj ruralnog turizma u Srbiji.....	67
4. ULOGA KLJUČNIH AKTERA U RAZVOJU RURALNOG TURIZMA.....	74
4.1. Uloga republičkog nivoa upravljanja.....	74
4.2. Uloga lokalnog stanovništva.....	76
4.3. Kooperacija nivoa upravljanja.....	77
4.4. Nevladin sektor.....	80

Zaključak.....	85
Literatura.....	92
Spisak tabela i slika.....	95

UVOD

Ciljevi istraživanja rada su:

1. da se ukaže na značaj ruralnog turizma u turističkim kretanjima,
2. da se analizira i dokaže da ruralni turizam kao komponenta održivog razvoja ima važnu ulogu u očuvanju životne sredine i razvoju lokalnih zajednica,
3. problemi i prioriteti razvoja ruralnog turizma u Srbiji.

Predmet rada jesu svi faktori od značaja za razvoj ruralnog turizma u pojedinim zemljama Evrope i u našoj zemlji. Predmet analize i istraživanja u ovom master radu su: definisanje ruralnog i eko turizma, odnos ruralnog turizma i održivosti, ruralnog turizma i rekreacije, kulture, stanje i mogućnosti razvoja ruralnog turizma u svetu i kod nas.

Primenjeni metodološki postupak

Istraživanje rada obavljeno je primenom standardnog metodološkog postupka. Metodološki postupak sadrži osnovnu komponentu; tzv. „desk“ istraživanje strane i domaće stručne literature iz oblasti savremenih kretanja u turizmu, održivog razvoja, eko-turizma, ruralnog turizma i druge stručne literature. U okviru rada vršena je razrada konkretnih problema koja je obavljena korišćenjem metoda „studija slučaja“ (case studies). Korišćeni su konkretni slučajevi iz prakse turističkih subjekata – slučajevi su konstatovani na osnovu navoda u relevantnoj stručnoj literaturi. Istraživanje i rad na samom radu su obavljeni primenom sledećih metoda istraživanja;

- dugoročna metoda,
- komparativna metoda
- deskriptivna metoda,
- induktivna metoda,
- generalizacija,
- za analizu prednosti, nedostataka, povoljnosti i nepovoljnosti – „SWOT” matrica,
- do zaključka došlo se putem sinteznog zaključivanja.

Hipoteza:

- razvoj ruralnog turizma može da ima značajnu ulogu za razvoj drugih vidova turizma i razvoj lokalnih zajednica na ruralnom području sa značajnim prirodnim i kulturnim vrednostima,

pomoćne hipoteze:

- raznovrsni turistički resursi koji su očuvani mogu predstavljati osnov za održivi razvoj ruralnog turizma,
- ruralni turizam nije planski razvijan u Srbiji i nema adekvatnu podršku od nosilaca turističke politike, niti je bio usklađen sa dugoročnim promenama na međunarodnom tržištu ruralnog turizma, te je neophodno doneti strateški master plan održivog razvoja ruralnog turizma i obezbediti podrške za njegovu implementaciju,
- s obzirom na nerazvijenost ruralnog turizma u Srbiji neophodna je kontinuelna podrška i profesionalno osposobiti kadrove kako bi ispravno i profitabilno koristili raspoložive resurse.

Struktura rada:

Rad se sastoji iz četiri celine. U prvoj celini analiziraju se pojmovi, pojam „ruralni turizam“ i seosko turističko naselje. U ovoj celini su prikazani prirodni i kulturni resursi kao seoski kapital.

U drugoj celini se analiziraju dimenzije održivog ruralnog turizma, planiranje i upravljanje razvojem ruralnog turizma. Sagledavaju se problemi, kratko je analizirana podrška zakonskog i planskog osnova održivom razvoju ruralnog turizma u Srbiji.

U trećoj celini dat je kratak osvrt na razvoj ruralnog turizma u evropskim zemljama. Prikazani su primeri razvoja ruralnog turizma u izabranim evropskim zemljama i u našoj zemlji.

U četvrtoj celini analizira se uloga ključnih aktera u razvoju ruralnog turizma.

1. RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam je u isto vreme i stara i nova pojava. Interesovanje za rekreaciju u seoskim predelima počelo je da raste već u 19. veku, kao reakcija na pritisak rastuće urbanizacije i industrijalizacije. Nove železničke kompanije prevozile su sve više i više turista u seoske predele. Danas, broj turista koji se uključuju u ovaj oblik turizma značajno je porastao i turizam se razvija u svim tipovima seoskih predela. Iako izgleda jednostavno definisati ruralni turizam kao „turizam koji se odvija u ruralnom prostoru“, ova definicija ne uključuje složenost aktivnosti i različite oblike i značenja koji su razvijeni u različitim zemljama. Prema široj definiciji: „Ruralni turizam uključuje širok opseg aktivnosti, usluga i zadovoljstava obezbeđenih od strane poljoprivrednika i seljaka da bi privukli turiste u njihovu oblast u cilju stvaranja dodatnog prihoda“. Ako se prihvati ovaj širi koncept, ruralni turizam podrazumeva ne samo turizam na seoskim domaćinstvima ili agroturizam, već i određene odmore u prirodi, izlete u seoske predele i boravišni turizam i usluga osim smeštaja uključuje i manifestacije, festivale, rekreaciju, proizvodnju i prodaju ručnih radova, zanatskih proizvoda i poljoprivrednih proizvoda. U Encyclopedia of Tourism (2000) navodi se da je ruralni prostor osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma. Ruralni turizam se oslanja na potrebu gradskih stanovnika za mirom i prostorom za sportsku rekreaciju na otvorenom. Ruralni turizam uključuje posetu nacionalnim parkovima i parkovima prirode te ostaloj baštini u ruralnom prostoru, zatim panoramske vožnje, uživanje u ruralnom predelu i boravak na turističkim seoskim domaćinstvima. U publikaciji Rural Tourism in Europe – Experiences, Development and Perspectives (2004) termin „ruralni turizam“ se koristi u slučajevima kada je ruralna kultura ključna komponenta ponuđenog turističkog proizvoda. Specifično za proizvod ruralnog turizma jeste nastojanje da se posetiocu osigura lični kontakt, osećaj za fizičko i ljudsko okruženje u ruralnom prostoru, i koliko je to moguće, da mu se pruži mogućnost učestvovanja u aktivnostima, tradiciji i stilu života lokalnog stanovništva.

1.1. Pojmovne odrednice ruralnog turizma

Definicije „ruralnog“ variraju i u obimu i shvatanju. Oni imaju tendenciju da izražavaju kulturne različitosti između, i funkcionalne potrebe unutar, regija i država. Naziv „Ruralni turizam“ prihvaćen je u mnogim zemljama „Rural tourism“ (Engleska), „Tourisme rural“ (Francuska), „Turismo rurale“ (Italija).¹

Koncept ruralnog turizma ima brojna tumačenja. Fleischer i Pizam pridružuju ruralni turizam sa „country vacation“ gde turisti provode široku razmeru njihovog odmora, zanimljiv u rekreativnim aktivnostima u ruralnom okruženju na farmi, ranču, kućicama ili okolnim područjima. Oppermann predlaže da se ruralni turizam nužno razvija u neurbanom okruženju. Na primer, rekreativne aktivnosti u divljim prostranstvima, nacionalnim parkovima i nacionalnim šumama. Međutim razvoj turizma u neurbanom području nije uvek ruralni turizam. Prema Derno-i-u, ruralni turizam se može pojmiti kao turistička aktivnost na neurbanoj teritoriji, gde je prisutna ljudska aktivnost, prvenstveno agrokultura; trajno ljudsko prisustvo okarakteriše potražnju. Sharpley u proučavanju ruralnog turizma na Kipru, ukazuje da je naziv sinonim u toj zemlji sa agroturizmom koji se tiče razvoja turizma baziranog na tradicionalnim smeštajnim kapacitetima u ruralnom i brdovitom regionu Troodos-u. Page i Getz preduzimaju razne interpretacije u akademskim pozicijama ruralnog turizma još od 1960 godine i predlažu da se razumevanje ruralnog turizma razlikuje od zemlje do zemlje uglavnom zbog težine u definisanju toga šta je „rural“. Oni citiraju Robinson-a, kao nagoveštaj da ruralna područja imaju upečatljive probleme koje ih čine jedinstvenim: depopulacija i gubitak u područjima koja su udaljena od glavnih gradskih centara; uzdizanje na prvenstvene aktivnosti, konflikti između prezentacija određenih predela i razvitka različite ekonomske aktivnosti i sl.²

Prema Lane- u ključni elementi ruralnog turizma su sledeći:

- razvija se u ruralnim oblastima,

¹ Pasinović M., M., (2006), Menadžment prirodnih i kulturnih resursa, Univerzitet Mediteran, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu, str. 37, Bar

² Hall D., Kirkpatrick I., (2005), Rural tourism and sustainable business, An imprint of Multilingual Matters Ltd, str. 180, 181, Toronto

- funkcionalno je upućen na ruralno: otvoren prostor, kontakt sa prirodom, nasleđe, „tradicionalna“ društva i „tradicionalan“ način života i privređivanja,
- dozvoljava učešće u aktivnostima, tradiciji i načinu života lokalnog stanovništva,
- obezbeđuje personalizovan kontakt,
- tradicionalnog karaktera, raste sporo i organski, i povezano sa lokalnim porodicama. Često je u velikoj meri kontrolisano lokalno i razvija se u pravcu dugoročne dobrobiti lokalne zajednice određene oblasti,
- visok procenat prihoda od turizma koristi ruralnoj zajednici.³

Prema pojedinim autorima ruralni turizam obuhvata veliki broj pojava oblika: agroturizam, zavičajni, sportsko-rekreativni, avanturistički, zdravstveni, edukativni, kulturni, verski, lovni, ribolovni, vinski, gastronomski, aktivnosti u prirodi, eko-turizam i dr.⁴

Agroturizam: iako se često koristi da opiše sve turističke aktivnosti u ruralnim predelima (npr. festivali, muzeji, zanatske izložbe i druge kulturne manifestacije), uobičajenije se odnosi na turističke proizvode koji su „direktno vezani za poljoprivrednu/agraru sredinu i poljoprivredne proizvode ili za vidove boravka kao što su: boravak na farmi, bilo u sobi ili u vidu kampovanja, obrazovne posete, obroci, rekreativne aktivnosti i prodaja poljoprivrednih proizvoda i ručne radinosti“.⁵

Turizam lokalnih farmi: isključivo vezan za objekte farme i najčešće se vezuje za turizam koji uključuje boravak i smeštaj na samoj farmi i iskustvo stečeno u obavljanju farmerskih poslova.

Turizam divljine i šumarstva: može se shvatiti kao deo pojma ruralnog turizma, a može se i smatrati zasebnim oblikom. U mnogim zemljama oni neće biti od velike važnosti ili će njihova važnost znatno varirati. Na primer, Finska ima dugu domaću tradiciju šumske

³ Lazić L., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 19, 20, Novi Sad

⁴ Pasinović M., M., (2006), Menadžment prirodnih i kulturnih resursa, Univerzitet Mediteran, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu, str. 37, 38, Bar

⁵ Lazić L., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 19, Novi Sad

rekreacije, dok je Engleska tek 1990-tih donela većinu lokalnih planova vezanih za šume koji predviđaju određen prostor za potrebe rekreacije, a ekonomski i održivi interesi podupiru većinu predloga.

Zeleni turizam: iako u nekim državama termin „zeleni turizam“ se odnosi isključivo na turizam u ruralnoj sredini („zeleni predeli“), uglavnom se koristi da opiše oblike turizma koji se smatraju da su više okrenuti ka životnoj sredini nego što je to slučaj sa tradicionalnim, masovnim turizmom. Često se koriste sinonimi „alternativni“, „odgovorni“, „novi“ turizam. Zeleni turizam se opisuje kao pristup turističkom razvoju koji zahteva razvitak simbiotske veze sa fizičkom i društvenom sredinom od koje zavisi, a implicitno teži da dostigne ideale održivosti.

Eko turizam: oblik turizma koji podrazumeva aktivnu promociju zaštite prirode i životne sredine i direktnu korist za lokalna društva i kulture. Posmatra se kao mogućnost za integraciju ruralnog razvoja, turizma, menadžmenta resursa i zaštićenih oblasti. Termin „ruralni turizam“ je prihvaćen od strane Evropske unije i odnosi se na sve turističke aktivnosti u ruralnim predelima.⁶

1.2. Seosko turističko naselje

Pojedina seoska naselja u atraktivnim ruralnim predelima, koja imaju određen nivo infrastrukturne opremljenosti i saobraćajne dostupnosti i očuvano graditeljsko nasleđe mogu da se uključe u turističku ponudi. Jedan od kriterijuma je da naselja i ruralni predeo raspolažu prirodnim i antropogenim turističkim resursima atraktivnim za prezentaciju i korišćenje u funkciji turizma. Drugi kriterijum jesu ljudski resursi. Naime, ruralna područja, naročito u Centralnoj Srbiji, su depopulaciona i pojedina seoska naselja gube stalno stanovništvo ili je prosečna starost preko 60 godina. Drugim rečima, presudna u pojedinim slučajevima jeste raspoloživost radno sposobnih i edukovanih stanovnika na selu. Tek tada se mogu razvijati turističke funkcije sela i govoriti o seoskim turističkim naseljima u koje se dolazi u slobodno vreme da bi se posetioci privremeno vratili prirodi i tradicionalnom načinu života. Najčešće u njima borave stanovnici velikih gradova za koje je selo turistički kulturni okvir u kojem se odvija život drugačiji od njihovog

⁶ Lazić L., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 19, Novi Sad

svakodnevnog života u gradu. Da bi selo bilo turističko, ono mora da zadovoljava sledeće kriterijume:

1. *poljoprivredna proizvodnja* - na selu je osnovna proizvodna delatnost; domicilno stanovništvo se bavi svakodnevnim aktivnostima, dok je turista svedok i učesnik u čitavom nizu postupaka učinjenih od strane domicilnog stanovništva,
2. *seoska domaćinstva, kuća i imanje* moraju biti usklađeni sa ambijentalnom celinom sela i predela,
3. *tradicionalan način života* sa seoskim običajima (posela, skupovi, svetkovine), kultura ishrane, oblačenja, - *tradicionalni zanati* (tkanje, kožuharstvo, opančarstvo, grnčarstvo, jorgandžijski zanati),
4. *turista živi sa domaćinom pod istim krovom* i preko njega se uključuje u život porodice i čitavog sela čime boravak na selu dobija puni smisao,
5. *lokalno stanovništvo nije izolovano od turista niti postaje bezimeni davalac turističkih usluga sa određenim radnim vremenom*. I dalje se bavi poslovima na imanju kao i obično, obavlja poslove vezane za turizam, i odnosi se prema turistima kao prema lokalnim stanovnicima.

Podela seoskih turističkih naselja prema sadržajima turističke ponude, prema pojedinim autorima može da bude na:

1. Samostalno seosko turističko naselje sa kompletnom turističko-kulturnom ponudom (smeštaj, ishrana, ostali turističko-kulturni sadržaji).
2. Seosko turističko naselje sa delimičnom turističko-kulturnom ponudom uključeno u druge segmentirane oblike turističke tražnje (banje, zimskog i letnjeg turističkog centra, tranzitnog koridora, kulturnog i prirodnog nasleđa i sl.).
3. Seosko turističko naselje sa manifestacionom turističko-kulturnom ponudom (važari, sajmovi, smotre, festivali, takmičenja, kolonije).
4. Izletnička seoska turistička naselja (sela u blizini emitivnih gradskih centara).
5. Ostala sela (sela koja se bave davanjem usluga: spremanje domaće hrane ili zimnice, čuvanjem kućnih ljubimaca, branjem lekovitog bilja, prerade čajeva, davanje kurseva – tkanje, pletenje, heklanje, spremanje.⁷

⁷ Prilagođeno prema: Košić T., K., (2009), Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 13, 14, Novi Sad

Dok su termini kao što je **prirodni kapital** već dugo ustanovljeni u literaturi, specifičan termin „seoski kapital” je ušao u akademski govor tek poslednjih nekoliko godina. Kao takav nema definiciju oko koje se svi slažu. Ovaj je termin prvi put upotrebljen u Velikoj Britaniji od strane Agencije za selo, kao način konceptualnog povezivanja njihova dva programa. Prvi od ovih programa uključivao je osnivanje „Inicijative za upravljanje zemljištem”, koja je imala za cilj da ukaže na probleme sa kojim se susreće proizvodnja, promovišući održivo upravljanje poljoprivrednim zemljištem. Seoski kapital je „osnova razvoja sela, seoskih naselja i pijačnih gradova“. Sa jedne strane, ova definicija se može smatrati do izvesne mere pojednostavljenom, ali je vredna u tome što opisuje seoski kapital kao nešto što obuhvata različite komponente sela. To mogu biti primarno prirodne komponente, kao što su biljni i životinjski svet, primarno izgrađene, kao što su ruralna naselja, ili primarno socijalne, kao što je lokalna kulturna tradicija. Dalje, glavne komponente seoskog kapitala mogu biti opipljive ili receptivne. U tabeli 1. su prikazani sastavni elementi seoskog kapitala.

Tabela 1. Sastavni elementi seoskog kapitala

Pejzaž
Biljni i životinjski svet
Biodiverzitet
Geologija i zemljišta
Vazduh i kvalitet vazduha
Živica i ograđivanje polja
Poljoprivredne građevine
Ruralna naselja, od izolovanih nastambi do pijačnih gradova
Istorijske karakteristike, kao što su istorijske zgrade, ostaci industrije
Staze, puteljci, ulice i putevi
Potoci, reke, bare i jezera
Voda i kvalitet vode
Šumarci, šume i plantaže

Izvor: Stojanović V., (2007), Ruralni turizam, str. 40, Novi Sad

O različitim elementima seoskog kapitala može se razmišljati kao o ključnim komponentama vrednosne osnove ruralnog turizma. Ovo podrazumeva da kvalitet doživljaja ruralnog turizma zavisi od kvaliteta seoskog kapitala koji ga podržava. Ovim se ne želi sugerisati da je seoski kapital jedina determinanta kvaliteta doživljaja ruralnog turizma. Drugi određujući faktor uključuje dostupnost usluga, mnoštvo informacija, visoki standard usluga i brigu o posetiocu. Takođe je važno prepoznati da važnost seoskog kapitala ide dalje od njegove uloge u ruralnom turizmu. Ovde se identifikuju četiri šire dimenzije važnosti seoskog kapitala:

- obezbeđivanje prednosti na tržištu za poljoprivredne proizvođače, prerađivače hrane i distributere,
- njegovo predstavljanje kao vrednosti u smislu kulturnog nasleđa povezanog biznisa,
- obezbeđivanje primarnih usluga, na primer, energije vetra, odbrane od poplava, rekreativnih resursa,
- faktora privlačnosti za unutrašnje investicije.⁸

1.3. Osnovne karakteristike turističke tražnje ruralnog turizma

Nemoguće je preciznije odrediti koliki se dio tog ogromnog svetskog turističkog talasa odliva ka ruralnim prostorima, iako neke procene ukazuju da se oko 75% ukupne svetske turističke tražnje usmerava ka prirodnim vrednostima i prostorima (u 2000. god. broj učesnika u međunarodnim turističkim kretanjima iznosio je oko 698 miliona, a ostvaren je devizni priliv od međunarodnog turizma u iznosu od 475,8 milijardi USD.)⁹ Međutim, ako se imaju u vidu dominantni zahtevi tražnje, njena izražena selektivnost i motivska određenost, može se konstatovati da se njen znatan dio usmerava ka ruralnim prostorima. Ovo se odnosi na one destinacije u kojima se ovaj segment ukupnog turističkog

⁸ Stojanović V., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 39, 40, Novi Sad

⁹ Popesku J., (2002), Marketing u turizmu, Čigoja štampa, str. 189, Beograd

proizvoda nalazi na višem nivou razvijenosti i organizovanosti. Kao značajnije karakteristike savremene turističke tražnje, bitne za razvoj turizma na ruralnim prostorima, mogu se izdvojiti sledeće; povećavaju se zahtevi za ekološkim kvalitetom i zdravstveno-rekreativnom funkcijom receptivnih prostora; raste broj onih turista kojima je osnovno životno geslo sadržano u vraćanju čoveka prirodi i njenim izvornim vrednostima; omasovljava se pokret tzv. „zelenih potrošača”, čije je ponašanje na tržištu roba i usluga, pa samim tim i na turističkom tržištu, najvećim delom određeno ekološkim motivima i vrednostima; proširuje se tražnja za „zelenim” i „belim” destinacijama, ne urbanizovanim ruralnim i zaštićenim prirodnim predelima, kao i selima sa značajnijim kulturno-istorijskim vrednostima; traži se osveženje kroz kontrast izražen na relaciji grad-selo, nizija-planina; povećava se tražnja za ruralnim i agro-turizmom, koja zahteva smeštaj u različitim vrstama objekata (seoske kuće, mali hoteli, pansioni, moteli i dr.); zahteva se čist i slobodan prostor pogodan za kretanje, samoizražavanje i rekreaciju; rastu interesovanja za zabavom i razonodom, religioznim i kulturnim obeležjima, ekološkim vrednostima (zdrava sredina i hrana), kao i brojnim drugim „unikatnim” sadržajima zasnovanim na specifičnim obeležjima pojedinih destinacija; sve su više zastupljena individualna i porodična kretanja, koja odgovaraju načinu prihvata i smeštaja u seoskim domaćinstvima; očekuje se veća usmerenost domaće tražnje ka ruralnim područjima, s obzirom na ekonomsku situaciju i nizak životni standard većine stanovništva.¹⁰

Prema najnovijim istraživanjima ruralni turizam raste tri puta brže od klasičnog masovnog turizma i očekuje se da će njegov udio na turističkom tržištu u Evropi u sledećih 20 godina biti veći od 20%.

Istraživanja sprovedena na tržištu Velike Britanije ukazuju na to da 25% evropskih turista pokazuje sklonost ka boravku u ovim područjima. Prema istraživanjima u Velikoj Britaniji bitan uticaj na ovu vrstu turističke tražnje imaju, osim opštih činilaca (slobodno vreme, opšti odnos prema prirodi kao turističkoj atraktivnosti), i društveni položaj (obrazovanje, obim prihoda i dr.), vlasništvo kola, lokacija stanovanja, starost, pol. Uočljivo je, na osnovu rezultata istraživanja, da su skloniji učešću u turističkim kretanjima ka selu mlađi ljudi, obrazovaniji, na rukovodećim položajima, vlasnici kola koji stanuju u područjima okruženim prirodom. Sredinom devedesetih godina prošlog

¹⁰ www.cenort.org.yu - Rajko Marić, Institut ekonomskih nauka, oktobar 2008

veka proučavajući kraća putovanja evropskog stanovništva došlo se do sledećih rezultata: 19% turista je koristilo kružne ture, 10% je putovalo u planine kada nije bila sezona skijanja, 9% turista je putovalo radi odmora i rekreacije u ruralne oblasti. To ukazuje na izuzetnu usmerenost evropskog stanovništva prema ovim područjima. Posebno je interesantno istraživanje o boravku i rekreaciji ovih turista. Prema istraživanjima u Velikoj Britaniji domaći turisti koji su boravili u ruralnim oblastima bavili su se najviše hodanjem, biciklizmom, planinarenjem, pecanjem, jahanjem kao i posebnim avanturističkim turama.

Međutim, Lane između ostalih, ukazuje na odsustvo bilo kakvih sistematičnih izvora podataka o „ruralnom turizmu“ s obzirom da ni Svetska turistička organizacija (WTO) niti Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) nemaju preduzete odgovarajuće mere. Zbog toga postoji i nekoliko ograničenja za davanje preciznih i logičkih podataka o ruralnom turizmu i rekreaciji:

- Razlike u definisanju i identifikaciji podataka među različitim nacijama: jedna država može da ubraja samo farme i prirodu u tu vrstu turizma, dok druga može da smatra da mnoge privredne aktivnosti van urbanih sredina takođe spadaju u ruralni turizam.
- Mnogi ruralni turisti i rekreativci su ekskurzionisti (jednodnevne posete) i ne spadaju u one koji koriste usluge noćenja, a čiji bi se obim u tom slučaju mogao barem u nekoj meri izmeriti.
- Velika izdajenost i fragmentacija ruralnog turizma, pri čemu su desetine hiljada preduzetnika i javnih inicijativa aktivni širom Evrope, ali su samo neki od njih identifikovani od strane lokalnih i regionalnih tela kao što su turistički odbori.¹¹

¹¹ Plavša J., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 54, Novi Sad

2. ODRŽIVI RAZVOJ RURALNOG TURIZMA

U većini ruralnih turističkih destinacija je malo verovatno da turizam može biti praktično jedini izvor prihoda, ali se smatra značajnim za očuvanje i unapređenje ruralnih delova i područja naročito u brdsko-planinskim regionima.

U ruralnim područjima u kojim je dominantna poljoprivreda, turizam predstavlja značajan izvor dopunskih izvora prihoda poljoprivrednih domaćinstava. Zbog toga predstavlja značajnu komponentu integralnog ruralnog razvoja. Podržan je preko različitih razvojnih šema održivog i integralnog ruralnog razvoja, pre svega ulaganjem u infrastrukturno opremanje i uređenje prostora, povoljnim kreditima i stimulativnom poreskom politikom za poljoprivredna domaćinstva koja žele da se bave turizmom. Kako turizam generiše razvoj drugih usluga i povećava potrošnju, to doprinosi direktno i indirektno ekonomskom prosperitetu lokalne zajednice.

Opšti cilj planiranja i upravljanja razvojem ruralnog turizma je postizanje održivog razvoja ruralnog područja uz poštovanje specifičnosti područja, očuvanje i afirmaciju autentičnih predeonih i kulturnih vrednosti i kvaliteta životne sredine koji su ujedno i preduslov razvoja ruralnog turizma. Postojanje ravnoteže, odnosno partnerskog odnosa između brojnih učesnika u razvoju ruralnog turizma je drugi bitni činilac uspešnosti planiranja i upravljanja razvojem ruralnog turizma. U centru pažnje je prvenstveno odnos između javnog i privatnog sektora, odnosno između državnih i paradržavnih organa, s jedne strane, i s druge strane, turističkih preduzeća i svih drugih organizacija koje se neposredno i posredno uključuju u razvoj ruralnog turizma.

Neophodno je neposrednije i delotvornije angažovanje države, kao i drugih relevantnih subjekata, na primeni šireg spektra podsticajnih mera, koje bi se mogle svrstati u četiri osnovne grupe:

1. **ekonomske** - kreditiranje seoskih domaćinstava i gazdinstava;
2. **infrastrukturne** - izgradnja saobraćajne, elektro, PTT i komunalne mreže;
3. **organizacione** - aktivniji rad odgovarajućih republičkih organa i subjekata lokalne samouprave (TOS, OTO, TD i dr.);

4. **edukativne** - obrazovanje i informisanje lokalnog stanovništva iz domena turizma, ekologije, kulture ponašanja i dr.¹²

2.1. Osnovne dimenzije održivog razvoja ruralnog turizma

Ruralni turizam se često smatra oblikom turizma kojem je svojstvena održivost.

Privlači mali broj posetilaca, nije potreban razvoj krupne infrastrukture, turisti su zainteresovani za lokalnu kulturu i tradiciju.

Jedna od glavnih atrakcija ruralnog turizma je lična interakcija sa lokalnim stanovništvom, tako da su gosti i domaćini u mogućnosti da razmenjuju ideje i znanje, i prema tome, turizam može da ispuni svoju ulogu „industrije mira“, kao sredstva opšteg razumevanja. Međutim, ako se ruralni turizam analizira malo dublje, pojavljuju se izvesne sumnje u odnosu na održivost.

Osnovne dimenzije održivosti turizma su:

- **Ekološka održivost** – koja znači da razvoj turizma ne uzrokuje ireverzibilne promene u datom ekosistemu destinacije, najopštije je prihvaćena dimenzija, budući da je jasna potreba širom sveta da se zaštite prirodni resursi od negativnog uticaja turističkih aktivnosti.
- **Društvena održivost** – upućuje na sposobnost lokalne zajednice da prihvati turizam (i turističku privredu i same turiste) bez stvaranja društvenog nesklada.
- **Kulturna održivost** – znači da je određena lokalna zajednica sposobna da zadrži (sačuva) ili prilagodi sopstvenu karakterističnu kulturnu crtu uprkos pritisku tzv. „turističke kulture“ posetilaca.
- **Ekonomska održivost** – se odnosi na nivo ekonomske dobiti od turizma koja je dovoljna da obezbedi određeni dohodak za lokalnu zajednicu i da pokrije sve troškove posebnih mera koje se preduzimaju u zadovoljavanju turista (iako je preduslov ekonomske održivosti atraktivnost određene oblasti i shvatanje da je potreban visok kvalitet usluga, bez postojanja konkurentske pozicije na svetskom tržištu, nijedna destinacija ne može biti ekonomski održiva).¹³

¹² www.cenort.org.yu – Rajko Marić, Institut ekonomskih nauka, oktobar 2008

¹³ Prilagođeno prema: Popesku J., (2002), Marketing u turizmu, Čigoja štampa, str. 193-196, Beograd

Najznačajniji ishod koji treba istražiti je ekonomska profitabilnost seoskih turističkih usluga, zato što je tražnja često sezonska, popunjenost kapaciteta je niska i ulaganja koja su neophodna da bi se napravili ili poboljšali objekti za turiste, su često visoka. Razvoj turizma takođe utiče na ekološko-predeone i socio-kulturne karakteristike ruralne destinacije, i u pozitivnom i u negativnom smislu.

Ruralni turizam obično podstiče bolje korišćenje raspoloživih resursa (kao što su zemljište, rad, kapital, prirodne i kulturne atraktivnosti).

Ruralna područja su kulturni predeli više ili manje bliski prirodi nastali interakcijom čovekovih aktivnosti i prirode i stoga značajni za razumevanje uticaja čoveka na predeo i upoznavanje sa doprinosom u očuvanju prirode kroz edukativnu ulogu ruralnog turizma. Lokalna kultura i identifikacija lokalnog stanovništva predstavlja važan faktor za razvoj turizma. Najjednostavnije rečeno, kultura je sve što je stvorio čovek kroz interakciju sa okolinom – materijalno kao npr. pejzaž, odeća, arhitektura, hrana ili neopipljivo što se prenosi tradicijom – znanje, veštine, jezik, dijalekti i vrednosti. Kulturna raznolikost i specifičnost doprinosi autentičnosti turističkih destinacija, što posebno dolazi do izražaja kod raznolikih ruralnih predela Srbije. To omogućava da stiču brojna iskustva i može biti motivacija za putovanje. Kulturna i obrazovna interakcija između seoskih turističkih domaćinstava, lokalne zajednice i turista omogućava uvažavanje kulturnih različitosti i obogaćuje turistički doživljaj u destinaciji. Percepcija i poimanje turista evoluirala - od upoznavanja pejzaža (prvi kontakt sa novom sredinom, okruženjem) do sagledavanja ostalih brojnih kulturnih obeležja ruralne zajednice.

Lokalni zanati predstavljaju osnovu privrede u mnogim ruralnim sredinama. U Bugarskoj je napravljen projekat „Made by Pirin”,¹⁴ kojim je stvorena tržišna marka (brend) nekoliko zanatskih proizvoda kao što su ručno tkani materijali i ručno rađena zvana za stoku.¹⁵

U razvoju ruralnog turizma posebna pažnja posvećuje se planiranju, organizovanju i sprovođenju rekreativnih aktivnosti u ruralnoj sredini, mora biti posledica usklađenih napora lokalnog stanovništva, turističkih organizacija zaduženih za razvoj i promociju turizma na lokalnom i/ili regionalnom nivou. Sve rekreativne aktivnosti moraju biti

¹⁴ sa poreklom proizvodnje u Pirinu

¹⁵ Košić T., K., (2009), Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 34, Novi Sad

prilagođene turistima, očuvanju i upoznavanju predela i uključivanju lokalnog stanovništva.

U tabeli 2 je prikazana moguća ponuda rekreativnih aktivnosti na selu, koja pokazuje veliku izdajenost i fragmentaciju ruralnog turizma, pri čemu su desetine hiljada preduzetnika i javnih inicijativa aktivni širom Evrope, ali su samo neki od njih identifikovani od strane lokalnih i regionalnih tela kao što su turistički odbori.

Tabela 2. Ponuda rekreativnih aktivnosti na selu

Opšte aktivnosti	Pešačenje (pešačke staze, trim-fitness staze, parkovi prirode), jahanje konja, vožnja prikolicama ili zaprežnim kolima, motorizovana vožnja (kamp prikolice, terenska vozila), obilasci i vožnja manjih mesta i sela na razne načine, vožnja taljigama u zimskim uslovima, avanturistički odmor ili odmor u divljini, branje šumskog voća, učestvovanje u raznim poslovima na seoskom domaćinstvu ili u polju, učestvovanje u pripremanju hrane i zimnice, upoznavanje rudnog bogatstva, istraživanje raznih minerala i pravljenje zbirke, biciklizam, jahanje magarca, mula ili mazgi, trčanje na skijama.
Aktivnosti vezane za vodu	Plivanje, pećanje, turizam na rekama i kanalima (kućice na vodi, splavovi), vožnja kanua, kajaka i splavarenje, surfovanje, vožnja gliserom, jedrenje, usluge tipa vodenog parka.
Aktivnosti u vazduhu	Lagane letelice, vožnja zmaja, paraglajding, padobranstvo, vožnja vazдушnim balonom.
Sportske aktivnosti koje zahtevaju prirodno okruženje	Aktivnosti u pećinama (speleo turizam), penjanje po stenama, igre na rečnim, jezerskim ili morskim peskovitim plažama, orijentiring (kretanje u nepoznatim predelima pomoću mape i kompasa).
Sportske aktivnosti koje zahtevaju izgrađeno okruženje	Odbojka, rukomet, mali i veliki fudbal, košarka, tenis, golf, skijanje, boćanje, lov.

Aktivnosti vezane za zdravlje	Fitnes aktivnosti, upoznavanje lekovitog bilja, branje i sušenje istog, savlađivanje zadatih prepreka na poligonu, aktivnosti u banjskim centrima i lečilištima.
„Pasivne“ aktivnosti	Relaksacija u ruralnom ambijentu, proučavanje prirode na otvorenom - posmatranje ptica, fotografisanje..., uživanje u vrednostima prirodnog okruženja.
Događaji i manifestacije	Seoske sportske manifestacije, tradicionalne narodne igre, pojedinačni tradiciionalni narodni sportovi, poljoprivredne izložbe.

Izvor: Plavša J., (2007), Ruralni turizam, str.55, Novi Sad

U iniciranju i razvoju turizma i rekreacije neophodno je sagledati njegove potencijale, pozitivne i negativne uticaje na održivi razvoj ruralne oblasti (tabela 3).

Tabela 3. Uticaj turizma i rekreacije u/i na ruralne oblasti

Društveno-ekonomski	
pozitivni	- Obezbeđuju izvor novih, alternativnih prihoda i zaposlenja, - pomažu da se smanji nejednakost polova i drugih društvenih oblika, - podstiču kolektivnu aktivnost neke zajednice, - pružaju mogućnost ponovnog naseljavanja oblasti koje bi u suprotnom doživele odseljavanje postojećeg stanovništva.
negativni	- privredni odliv, - inflacija cena na lokalnom nivou, - promena lokalne strukture zaposlenosti, - zaposlene žene bi bile slabo plaćene, a pojačala bi

	se njihova uloga «rada u kući».
Kulturni pozitivni	- ojačavanje lokalne kulture, - oživljavanje nekih starih folklornih vrednosti, - uvođenje osećaja lokalnog ponosa, samopoštovanja i identiteta.
negativni	- pravljenje i promena lokalne „kulture“ radi prilagođavanja potrebama tržišta, - uništavanje autohtone kulture, - uništavanje nekih folklornih i običajnih vrednosti.
Fizički: veštački ili „prirodni“ pozitivni	- doprinos očuvanju i zaštiti, - pomoć pri obnovi napuštenih imanja.
negativni	- uništavanje staništa, - bacanje smeća i drugi vidovi zagađenja, - zakrčenost i problemi saobraćaja, - širenje građevinske aktivnosti, možda i na već postojećim naseljima, - malverzacije oko zemljišta.

Izvor: Plavša J., (2007), Ruralni turizam, str. 57, Novi Sad

U Preporuci Saveta Evrope o promovisanju turizma radi unapređivanja kulturnog nasleđa kao faktora održivog razvoja obuhvata i gradske i ruralne kulturne predele koji ukazuju na interakciju čoveka i prirode i ilustruju razvoj ljudske zajednice i naselja kroz vreme. Turističko-kulturna ponuda ne obuhvata samo ponudu namenjenu turistima, već i domaćem stanovništvu koje, možda čak i pre ostalih, treba da se upozna sa svojim kulturnim potencijalima kako bi ih bolje razumelo i više poštovalo. Tako, s jedne strane, dobija se novi okvir za dinamičan kulturni život lokalnog stanovništva, a s druge,

atraktivna turistička-kulturna ponuda grada i sela, koja može da privuče turiste da bolje upoznaju njihove osobene kulturne potencijale.¹⁶ ECTARC - Evropski centar za tradicionalne i regionalne kulture predlaže listu atrakcija koje mogu privući turiste među kojima su aspekti ruralnog turizma značajni:

- Arheološka nalazišta i muzeji;
- Arhitektura;
- Umetnost, skulptura, zanati, galerije, festivali, događaji;
- Narodna muzika i igra;
- Proučavanje jezika i literature;
- Religiozni festivali, hodočašća;
- Kompletne (narodne i primitivne) kulture i subkulture.

2.2. Planiranje i upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma

Postojanje odgovarajućih resursa za razvoj turizma i tradicija u razvoju ruralnog turizma predstavljaju osnovu za razlikovanje tri posebna tipa prilaza u vezi sa planiranjem i upravljanjem razvojem turizma, i to za:

- ruralna područja sa tradicijom u razvoju turizma,
- ruralna područja sa značajnim resursima, ali bez dovoljno tradicije u razvoju turizma,
- ruralna područja siromašna resursima i bez tradicije u razvoju turizma.¹⁷

Svaki od navedenih tipova zahteva različite vrste pristupa i strategija uz postojanje zajedničke metodologije i planiranja i načina upravljanja. Jedan od osnovnih preduslova za uspešno planiranje i upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma jeste i aktivno uključivanje seoske zajednice, odnosno lokalnog stanovništva u taj proces. Ovo uključivanje je potrebno jer priroda, odnosno prirodno okruženje, predstavlja bitan faktor ukupnog kvaliteta života stanovnika ruralnih područja. Svako korišćenje ovog resursa u svrhe razvoja turizma, bez saglasnosti lokalne zajednice, može biti ocenjeno od strane

¹⁶ Dojčinović Đ., V., (2005), Kulturni turizam-menadžment i razvojne strategije, Clio, str. 10-12, Beograd

¹⁷ Popesku J., (2008), Turizam posebnih interesa, selektivni oblici turizma, priručnik, Čugura print, str. 84, 85, Beograd

lokalnog stanovništva zloupotrebom i predstavljati destimulišući činilac razvoja ruralnog turizma.

Ovaj partnerski odnos bi trebalo da rezultira uključivanjem, u proces planiranja i upravljanja razvojem ruralnog turizma, širih društvenih i environmentalnih pitanja. Težnja ka održivom razvoju ruralnog turizma podrazumeva da i posetioci/turisti aktivno učestvuju u ukupnom procesu, u cilju saobražavanja njihovog ukupnog ponašanja postavljenim ciljevima razvoja, prvenstveno zaštititi i očuvanju prirodnog okruženja i kulturno-istorijskog nasleđa. Reč je o usmeravanju ponašanja posetilaca/turista, odnosno o upravljanju načinom korišćenja ukupnih resursa u ruralnim područjima, od strane posetilaca (visitor management). Jedan od najčešćih načina ostvarivanja ovog uticaja je objavljivanje zvaničnih pravila ponašanja kako bi i posetioci prilagođavanjem svog ponašanja, preuzeli deo odgovornosti u zaštiti resursa ruralnog turizma. Turbulentne promene na turističkom tržištu, kako na strani turističke tražnje, tako i na strani turističke ponude, zahtevaju stalna adaptiranja svih učesnika u tom procesu. To podrazumeva da proces planiranja i upravljanja mora biti kontinuelan i prožet inovativnim pristupima. Proces planiranja razvoja ruralnog turizma počinje, nakon situacione analize, istraživanjem. Proučavaju se svi relevantni činioci razvoja turizma kao i karakteristike ruralnog područja, koje ima pretpostavke za razvoj turizma. Posebno treba da budu proučeni: prirodne i socio-kulturne karakteristike područja, privredni razvoj, zaposlenost, nivo razvoja infrastrukture, stav lokalnog stanovništva prema razvoju turizma, karakteristike konkurentskih područja za razvoj turizma, organizacije (državne i privredne) koje su direktno ili indirektno uključene u turističko poslovanje, globalni, regionalni i lokalni trendovi u razvoju turizma i kretanje turističkog prometa i potrošnje. Sledeću fazu procesa planiranja čini definisanje ciljeva razvoja. Ciljevi mogu biti različiti: diverzifikacija proizvodnje, povećanje zaposlenosti, obnavljanje tradicionalnih kuća i građevina i dr., uz stvaranje neophodnih uslova za zadovoljavanje potreba, zahteva i želja posetilaca, odnosno turista (uobičajeno je da se ciljevi formulišu kao ekonomski i kao društveni ciljevi). Nakon navedenih, sledi faza analize i sinteze odnosno donošenje zaključaka na osnovu rezultata istraživanja. Oni se odnose posebno na prirodne i kulturno-istorijske resurse, kao i na tržišne i ostale pretpostavke za razvoj turizma. Kroz proces sinteze trebalo bi doći do podataka o odnosu između broja turista i mogućnosti

prostora, kao i o potrebnim uslugama, objektima i rekreativnim mogućnostima za posetioce. U fazi oblikovanja predloga i preporuka porede se ponuđene razvojne alternative u odnosu na definisane ciljeve razvoja turizma, uticaj na lokalnu zajednicu i druge činioce i na osnovu toga se formulišu planovi i politike i oblikuju preporuke. Te preporuke bi trebalo da budu zasnovane na sledećim aspektima razvoja turizma: prostoru kao faktoru razvoja (sklad između ukupne ponude i projektovane tražnje), definisanju programa (uključuje i preporuke u vezi sa marketing aktivnostima), formulisanoj politici (obežbeđuje okvir za integrisani razvoj turizma u definisanom području, uključujući i načine za ostvarivanje ciljeva razvoja i ulogu zainteresovanih organizacija i pojedinca) i prioritetima (sve preporuke trebalo bi da budu svrstane prema načinu primene i očekivanim koristima od razvoja).

Faza primene i upravljanja je u suštini kontinuelan proces u cilju stalne provere stepena postizanja definisanih ciljeva. Ona bi trebalo da se zasniva na utvrđivanju stepena zadovoljstva turista, proceni ostvarenih ekonomskih efekata, posebno u odnosu na lokalno stanovništvo, proceni ukupnih uticaja razvoja turizma na prirodno i socio-kulturno okruženje, kao i na uklapanju u regionalne i nacionalne planove i programe razvoja turizma, posebno ruralnog. Poseban aspekt upravljanja razvojem ruralnog turizma ispoljava se u potrebi za edukovanjem kadrova.¹⁸

Imajući u vidu višestruke pozitivne uticaje turističke delatnosti (naročito ekonomske), u razvijenim zemljama preduzimaju se brojne stimulatívne mere čiji je zajednički cilj podsticanje razvoja svih relevantnih vidova turizma, turističkog prometa i potrošnje, među kojima turistički promet na ruralnim prostorima zauzima sve značajnije mesto. Ove mere imaju širok dijapazon primene i dejstva, a pretežno su usmerene na: podsticanje razvoja inostranog turizma na svim prostorima (pa i ruralnim), valorizovanje prirodnih i drugih resursa u cilju stvaranja uslova za odvijanje turističkih kretanja i prometa, permanentno podizanje kvaliteta proizvoda i njegovo strukturno usaglašavanje sa zahtevima tražnje, stimulisanje izvoza roba i usluga kroz turističku delatnost, uspostavljanje odgovarajućeg modela upravljanja turizmom, efikasniju zaštitu i

¹⁸ Grupa autora, (1986), Ključni aspekti razvoja seoskog turizma Srbije, Ekonomski fakultet u Kragujevcu, str. 43-48, Kragujevac

unapređivanje ekološkog kvaliteta turističkih prostora, bolju organizaciju turističkih kretanja i boravka turista i ukupnog razvoja turizma.

2.3. Zakonski i planski osnov za održivi razvoj ruralnog turizma u Srbiji

U Republici Srbiji postoje odgovarajući normativni preduslovi za razvoj ruralnog turizma, pre svega Zakon o turizmu (2009) i Strategija razvoja turizma Republike Srbije (2006).

Prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije (2006), fokus proizvoda ruralnog turizma su:

- promovisati različite oblike ruralnog doživljaja u Srbiji (salaši, staro selo itd.),
- kreacija nekoliko ruralnih oaza u stilu ruralnih resorta,
- promocija kampinga u sklopu ruralnog turizma,
- kooperativna promocija ruralnog turizma sa evropskom asocijacijom ruralnog turizma,
- kreacija, paketi i promocija sekundarnih motiva doživljaja ruralnog turizma.

Ciljna tržišta

Primarna

Srbija i Crna gora
Strani rezidenti u Srbiji
Mađarska
Bugarska
Rumunija

Sekundarna

Grčka
Makedonija
Italija
BiH
Slovenija

Tercijarna

Češka Republika
Slovačka
Poljska
Austrija
Njemačka

Tržišni segmenti

- Porodice sa decom
- Bračni parovi bez dece (penzioneri)
- Individualni aktivni gosti
- Grupe posebnih interesa

Komunikacija prema tržištu

Pull

Publicitet – oglašavanje
Publikacije
Promocioni paket
Internet stranice ruralnog turizma Srbije
Katalog proizvoda ruralnog turizma

Push

Specijalizovani turistički sajmovi
Press putovanja i izleti upoznavanja
Foto i video materijali
Baza podataka
Suveniri i unapređenje prodaje

Kanali distribucije

Tradicionalni

Turoperator
Specijalizovane agencije
Individualni sajtovi
Ruralna asocijacija
Medijska partnerstva

Međukanali

Direktni marketing
Besplatan info telefon

Elektronski

Rezervacioni sistem
Agencijski portali
Sajtovi destinacija
E-mail¹⁹

Plansko usmeravanje i upravljanje održivim ruralnim turizmom treba da obuhvati: integralno planiranje razvoja ruralnog turizma i pratećih delatnosti (u daljem tekstu: integralno planiranje); proglašenje i kontrola održivog razvoja turističkog prostora; obezbeđenje podsticajnih mera za razvoj turizma i odgovarajuće upravljanje razvojem ruralnog turizma i ruralnih turističkih destinacija. Trebalo bi doneti strategijski master plan održivog razvoja ruralnog turizma u Srbiji i program njegove implementacije. To podrazumeva njegovu detaljniju razradu u stratezijskim master planovima za turističke destinacije i programima razvoja turizma koje donose Skupštine opština. U tom kontekstu bi trebalo uraditi program razvoja turističkog proizvoda ruralnog turizma, u skladu sa sektorskim planskim osnovom ustanovljenim Zakonom o turizmu. Zakonom o turizmu je definisano pružanje ugostiteljskih usluga u seoskom turističkom domaćinstvu u kome propisuje sledeće:

¹⁹ Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, (2006), Strategija razvoja turizma Republike Srbije, drugi izveštaj, Strateški marketing plan, str. 26.

- fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu može da pruža turistima ugostiteljske usluge smeštaja, pripremanja i usluživanja hrane i pića u objektima smeštajnih kapaciteta do 30 ležajeva, a organizovanoj turističkoj grupi do 50 turista koja ne koristi usluge smeštaja, samo ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja hrane i pića,
- fizičko lice može da pruža usluge pripremanja, usluživanja hrane i pića koje je pretežno sam proizveo,
- fizičko lice mora da ispunjava zdravstvene uslove i redovno obavlja zdravstvene preglede, u skladu sa zakonom kojim se uređuje zaštita zdravlja,
- objekti u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu moraju da ispunjavaju minimalne tehničke i sanitarno-higijenske uslove,
- fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu izdaje objekte preko lokalne turističke organizacije, turističke agencije ili privrednog subjekta, na osnovu ugovora,
- ugovor iz predhodnog stava fizičko lice dostavlja, radi evidentiranja, nadležnom organu jedinice lokalne samouprave,
- fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu dužno je da:
 - vidno istakne cene usluga koje pruža i iznos boravišne takse i pridržava se istaknutih cena,
 - utvrdi normative hrane ako pruža usluge ishrane i pridržava se utvrđenih normativa,
 - vodi evidenciju gostiju dnevno i uredno.

Posebno su utvrđene odredbe o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćoj radinosti u kome propisuje obaveze fizičkog lica koje pruža usluge:

- u kući, apartmanu i sobi koju izdaje turistima istakne propisanu oznaku kategorije određenu rešenjem nadležnog organa,
- održava prostorije i opremu i pruža usluge prema propisanim standardima za kategoriju kuće, apartmana i sobe, koja mu je određena rešenjem nadležnog organa,

- vidno istakne cene usluga koje pruža i iznos boravišne takse i pridržava se istaknutih cena,
- utvrdi normative hrane ako pruža usluge ishrane i pridržava se utvrđenih normativa,
- vodi evidenciju gostiju dnevno i uredno.

Ministar, uz saglasnost ministra nadležnog za unutrašnje poslove, propisuje oblik, sadržinu i način vođenja evidencije gostiju u domaćoj radinosti.

Zakonom je utvrđen osnov za podsticanje razvoja ruralnog turizma. Po tom osnovu ministarstvo nadležno za turizam svake godine obezbeđuje bespovratna i kreditna sredstva za:

- 1) učešće u finansiranju izrade strategijskih master planova, programa razvoja turističkih proizvoda, programa razvoja turizma, studija izvodljivosti turističkih projekata, urbanističkih planova turističkih mesta i mesta za odmor;
- 2) učešće u finansiranju promotivnih aktivnosti turističkih destinacija i turističkih mesta, kao i turističko-kulturnih i turističkih manifestacija u zemlji i inostranstvu;
- 3) učešće u finansiranju izrade projekta zaštite prirode, životne sredine, prirodnih resursa i kulturne baštine turističkog mesta;
- 4) podsticanje izgradnje turističke infrastrukture, turističke suprastrukture, sportsko-rekreativnih i drugih pratećih sadržaja javnog karaktera značajnih za unapređenje kvaliteta turističke ponude;
- 5) unapređenje postojeće turističke ponude i intenziviranje njenog korišćenja.

3. RURALNI TURIZAM U EVROPSKIM ZEMLJAMA I U SRBIJI

3.1. Međuzavisnost ruralnog razvoja i ruralnog turizma u zemljama Evropske unije

U EU koja je, s jedne strane, dostigla visok nivo privrednog razvoja, a u kojoj je, sa druge strane, ekonomska važnost poljoprivrede znatno opala, podrška ruralnom razvoju predstavlja važan instrument razvoja koji je poslednjih nekoliko godina znatno dobio na važnosti. Postoje tri osnovna razloga za to:

a) ruralno društvo i dalje ima važnu ulogu u demografskom, društvenom i ekonomskom procesu. Prema proceni Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), koja se bazira, pre svega, na gustinu naseljenosti, ruralne oblasti zauzimaju oko 90% teritorije EU. Više od polovine stanovništva EU živi u ovim oblastima i preko 40% domaćih proizvoda se tamo proizvodi,

b) ruralne oblasti ispunjavaju niz funkcija od životnog značaja, ne samo za stanovništvo koje tamo živi, već i društvo kao celinu: omogućuju proizvodnju hrane i obnovljivih sirovina; održavaju životni prostor za floru i faunu (ekologija); predstavljaju važne rekreacione i turističke potencijale,

c) ruralne oblasti imaju svoje specifične ekonomske i društvene strukture, u kojima poljoprivreda, šumarstvo, zanati, mala, srednja i velika preduzeća proizvode, trguju i pružaju usluge od usko lokalnih do međunarodnih razmera, kao što je turizam. Ove privredne strukture i usluge međusobno deluju, konkurišu jedna drugoj, stvaraju, evoluiraju odnosno razvijaju se. I pored toga, u poređenju sa globalnom ekonomijom, mnoge ruralne oblasti zaostaju u ekonomskom razvoju. Ovo je razlog da je u ovim oblastima nezaposlenost veća i dohodak po glavi stanovnika znatno niži nego u urbanim sredinama, jer se privreda oslanja na poljoprivredu i šumarstvo.²⁰

²⁰ Lazić V., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 145, 146, Novi Sad

Poljoprivreda i šumarstvo koriste najveći deo zemljišta i imaju ključnu ulogu u upravljanju prirodnim resursima u ruralnim područjima i određivanju ruralnog pejzaža. Poljoprivreda obezbeđuje socio-ekonomski razvoj ruralnih područja i korišćenje njihovih potencijala. Značajna je ekonomska diversifikacija ruralnih zajednica, te je, stoga, jačanje politike ruralnog razvoja postao prioritet EU. Konceptija ruralnog razvoja tokom decenija nakon Drugog svetskog rata se menjala i razvijala: od konsolidacije zemljišta i razvoja infrastrukture, preko nacionalnih programa za podršku poljoprivrednicima, do kreiranja politike EU u oblasti poljoprivrede. Trend 1970-ih godina bio je obnova sela, da bi 1980-ih programi zaštite prirode, izmena eko-sistema i izgradnja rekreativnih oblasti u ruralnim sredinama bili aktuelni. Devedesete godine 20-tog veka obeležili su strukturni fondovi EU za ruralni razvoj, kada je i poseban akcenat stavljen na integralni ruralni razvoj i regionalni menadžment. Traženje novih načina revitalizacije ruralnih područja izrodilo je koncepciju, najpre integralnog ruralnog razvoja, a zatim i multifunkcionalne poljoprivrede, kojom se u EU podrška poljoprivrednim proizvođačima opravdava javnim interesom za njihovim ne tržišnim uslugama. Politika ruralnog razvoja EU 2007-2013. godine se fokusira na tri tematske osovine ruralnog razvoja;

1. povećanje konkurentnosti u poljoprivrednom sektoru,
2. poboljšanje kvaliteta životne sredine u selima, kroz podršku upravljanja zemljištem,
3. poboljšanje kvaliteta života u ruralnim područjima i diverzifikacija ruralne ekonomije.²¹

Multifunkcionalna poljoprivreda, ruralna ekonomija i integralni ruralni razvoj mogu biti značajni instrumenti za pozitivnu promenu u društvu. Multifunkcionalna poljoprivreda pored primarne, poljoprivredne proizvodnje – sigurnosti proizvodnje hrane – obuhvata i njoj komplementarne funkcije zasnovane na prirodnim resursima, pejzažima, eko-sistemima. Politiku ruralnog razvoja mora da prati plan ruralnog razvoja na nacionalnom i lokalnom nivou, a projekti inicirani na nivou lokalne zajednice. Razvoj održive i multifunkcionalne poljoprivrede podrazumeva usklađivanje ekonomskih interesa sa interesima životne sredine. Pre petnaestak godina, članice EU, izradile su opsežnu analizu stanja ruralnih regija. Analiza je pokazala, da postoje tri stalne grupe problema na osnovu

²¹ http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm, novembar 2010

kojih se mogu kategorisati ruralna područja, što treba da bude temelj projekcije njihovog razvoja, i to:

1. Pritisak modernoga života zahvata ruralna područja lako dostupna iz velikih gradova ili uz glavne saobraćajnice i Sredozemno priobalje. Ona su uglavnom gusto naseljena, privredno razvijena s brojnim turističkim i rekreativnim objektima, razvijenim uslugama, brojnim domaćinstvima s mešovitim izvorima prihoda.
2. Ruralno propadanje, jer svi koji mogu i žele, napuštaju selo, ostaju stariji, pada natalitet, a mortalitet raste. To snižava standard života i kulturu stanovanja. Poljoprivredno zemljište se zapušta. Porodični posedi su po pravilu mali i ne osiguravaju punu zaposlenost. Radnih mesta izvan poljoprivrede je premalo, pa je malo domaćinstava s dvojnim izvorom prihoda, što generira siromaštvo. Sve to obeležava područja udaljenija od gradova.
3. Položaj marginalnog područja, teže pristupačnoga (planine). Znakovi su slični ruralnom propadanju, ali naglašeniji. Razvojni izgledi su slabi, jer je ulaganje u osnovnu socijalnu i tehničku infrastrukturu izrazito skupo, te se postavlja pitanje racionalnosti. Evropska unija je imala razvojni program LEADER 1 (1991-1994), a zatim LEADER 2 (1995-1999) i LEADER + (2000-2006). Njime se koriste lokalne akcijske grupe, zajednice javnih i privatnih partnera, koji zajedno oblikuju, stvaraju strategiju i razvojne mere ruralnih područja. Prvi programski zadatak je sticanje sposobnosti takmičenja na tržištima. Drugi su ruralne inovacije koje sadrže različite mere: tehničku podršku ruralnom razvoju, profesionalno obrazovanje, podršku ruralnom turizmu, malim preduzećima, komercijalizaciju poljoprivrednih, šumskih i ribarskih lokalnih proizvoda, čuvanje i oplemenjivanje životne sredine. Treći planski zadatak je transnacionalna kooperacija. Četvrti zadatak je stvaranje evropske mreže ruralnog razvoja.²² Poljoprivreda ostaje najveći korisnik i potrošač ruralnog prostora, pa je najodgovornija za njegovo stanje. Kako se razvoj ne može temeljiti samo na poljoprivredi, agrarna politika je samo jedna od činilaca politike ruralnog razvoja. Budućnost ruralnih područja bitno zavisi od toga hoće li ljudi tamo naći zaposlenje. To se odnosi i na onu radnu snagu, koja je zbog tehnološkog napretka u poljoprivredi postala viškom. Povećanje broja preduzeća

²² <http://www.hrvatski-farmer.hr/CMS/0085/Content.aspx?EID=7489>, jun 2010

ključ je povećanja broja radnih mesta. Uz to, treba stvoriti mogućnost dodatne i sporedne zarade za poljoprivrednike u sasvim novim delatnostima, ali i u javnim radovima, na primer u poboljšanju infrastrukture i obnovi sela (izgradnji puteva, uređenju seoskih trgova, društvenih domova, i zgrada za slobodno vreme i rekreaciju).

Ruralni turizam je značajan segment evropskog turizma. Ovo se odražava u impresivnom broju od 200.000 poznatih registrovanih pružalaca usluga u ruralnom turizmu Evrope, koji nude više od 2.000.000 ležaja. Kada bi bio poznat stvarni ukupan broj pružalaca usluga i kapaciteta u ovom sektoru, ova brojka bi bila znatno viša. Smanjenje tradicionalnih subvencija za poljoprivredu čini da ruralni turizam postaje sve važniji kao ključni oblik diverzifikacije koji podržava ekonomski održive ruralne zajednice.

Procenjuje se da smeštaj na farmama, u privatnim seoskim kućama i u malim porodičnim pansionima i hotelima privlači direktnu godišnju turističku potrošnju od oko 12 milijardi evra. Uključujući lokalno dodatu vrednost i multiplikativne efekte, taj iznos dostiže 26 milijardi evra u korist evropske ruralne privrede. Broj direktno i indirektno zaposlenih se procenjuje na 500.000. Ukoliko se uključe dnevne posete i činjenica da se stvarna ponuda procenjuje na više od dvostrukog iznosa zvanično registrovanih veličina, ukupan uticaj ruralnog turizma u evropskim ruralnim područjima verovatno premašuje 65 milijardi evra – to je jednako društvenom bruto proizvodu zemlje kao što je Mađarska sa 10.000.000 stanovnika ili dvostruko više u odnosu na turističke prihode Francuske.²³

Da bi poboljšali svoje pozicije u odnosu na partnere iz javnog i privatnog sektora, pružaoci usluga u ruralnom turizmu nastupaju zajednički. Zasnivajući svoje delovanje na konceptu zajednice i asocijacija, lokalni i regionalni predstavnici i strukture sa različitim učešćem prekrivaju celu Evropu. Uprkos svojoj otežanoj ekonomskoj održivosti, nacionalne federacije postoje u mnogim zemljama što vodi bez ograničenja ka Evropskoj federaciji EuroGites. Komunikacija, povezivanje i bilateralna i multilateralna saradnja se u velikoj meri koriste kao najefikasniji način ispunjavanja zajedničkih potreba i rešavanja zajedničkih problema. To čini ruralni turizam jednim od najbolje struktuiranih sektora evropskog turizma.

²³ Hopić S., (2009), Ruralni razvoj u Republici Srbiji, Stalna konferencija gradova i opština, str. 16, Beograd

Karakteristična je umreženost ruralnih turističkih domaćinstava, kao posledica kraćeg boravka turista na pojedinačnim domaćinstvima. U Evropi regionalnih različitosti, nakon sedamdesetih godina dvadesetog veka, u kojima je ruralni prostor posmatran uglavnom kroz poljoprivredu i programe zaštite kulturnog nasleđa, u osamdesetim godinama se sve više javlja planirani razvoj ruralnog prostora: nove smernice razvoja poljoprivrede i šumarstva, zaštita okoline, zaštita kulturnog nasleđa, rešavanje socijalnih problema... Francuska država već pedesetih godina pokreće osnivanje „Gites Ruraux” tipičnih privatnih kuća za odmor turista.

3.2. Primeri razvoja ruralnog turizma u pojedinim evropskim zemljama

Najpoznatiji primer korišćenja ruralnog turizma u razvoju ruralnih područja jesu Alpi koji će detaljnije biti opisani na primeru Austrije. U Austriji je preko 300 sela uključeno u turističku ponudu, što je omogućilo da Austrija koja je kontinentalna zemlja bez izlaska na more, ima prihod od 7 milijardi dolara od turizma. Izuzetan devizni priliv od turizma koji ostvaruju kako Austrija tako i Švajcarska nastao je oslanjajući se na smeštajni potencijal seoskih domaćinstava i ulaganja u njegovu modernizaciju i izgradnju.

Turizam na selu u Velikoj Britaniji se vezuje za tzv. farmerske kuće. Irska je ponajviše uznapredovala u odnosu na ostale zemlje Evrope u ponudi ruralnog turizma. Španija ne zaostaje mnogo za Irskom. Ponuda je raznovrsna, od kurseva kulinarstva lokalne kuhinje, upoznavanja sa biljnim i životinjskim svetom, otkrivanja autentične ruralne kulture do učenja lokalnih zanata i praktičnih saveta koje turisti mogu da primenjuju ukoliko su iz sličnog podneblja.²⁴

Polazeći od analize ruralnog turizma po pojedinim turističkim regijama i državama u svetu i dobrih primera iz njihove prakse, cilj ovog dela je da se ukaže na značaj i ulogu koju razvoj ruralnog turizma može da ima za održivi razvoj ruralnih područja u Srbiji.

²⁴ Pasinović M., M., (2006), Menadžment prirodnih i kulturnih resursa, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu, Univerzitet Mediteran, str. 38, 39, Bar

3.2.1. Ruralni turizam u Francuskoj

Ruralni turizam u Francuskoj ima svoje početke još u 50-tim godinama 20. veka kada je osnovan Nacionalni savez seoskih domaćinstava, ali pravi početak profesionalizacije tog oblika turizma je od 1974. godine kada je osnovan Maison du Tourisme Vert - Turistički savez za ruralni turizam u Parizu. Organizacija zapošljava 600 osoba na nacionalnom i regionalnom nivou. Sve ukupno je u organizaciji učlanjeno 42.000 vlasnika ruralnih turističkih domaćinstava, a sadrži ukupno 55.000 adresa za smeštaj u ruralnim područjima. Seoska domaćinstva su regionalno podeljena na 25 regija. Uz geografsku podelu postoji i podela prema vrsti domaćinstva odnosno vrsti odmora:

- Seoska domaćinstva za najam: kuće za smeštaj s kuhinjom, sanitarnim čvorom i popratnim sadržajima, koje se iznajmljuju po danu, nedeljno ili duže. Kvalitativno se takve kuće označavaju oznakama kategorije od 1 do 5 (klas žita) zavisno od nivoa uređenosti i sadržaja.
- Seoska domaćinstva za noćenje sa doručkom: privatne kuće (ne više od 6 osoba) koje nude smeštaj prvenstveno gostima na proputovanju ili obilasku regije s naglaskom na kvalitetu doručka. Kvalitativno se takve kuće označavaju sa 1-4 klasa žita.
- Seoska domaćinstva za decu: služe za smeštaj dece koja će provesti školske praznike na selu s velikim brojem aktivnosti. U takvim domaćinstvima se kreiraju posebni obrazovni programi i aktivnosti sa specijalno obučanim instruktorima i imaju kapacitet između 12 i 35 kreveta za decu.
- Seoska domaćinstva za odmor: namenjena grupama prijatelja ili porodicama koje žele provesti vikend ili odmor na selu. Takva domaćinstva su pogodna i za održavanje manjih konferencija, obrazovnih programa ili sportskih kurseva. Kvalitativno se označavaju sa 1 do 3 klasa žita u zavisnosti od kvaliteta smeštaja i sadržaja.
- Drvene kućice za rekreativne odmore: kompleksi drvenih kućica u ruralnim predelima²⁵ gde svaka kuća ima kapacitet za 4-6 osoba i sastoji se od kuhinje,

²⁵ svaki kompleks se sastoji od 3 do 25 kućica

sobe i sanitarnog čvora. U sklopu svakog kompleksa ili u blizini se nalazi sportski i rekreativni sadržaj zavisno od namene pojedinog kompleksa.

- Kamp na farmi: prostor uz farmu za kampovanje namenjen opuštanju u prirodi uz dodatne sadržaje, aktivnosti sporta i rekreacije, sadržaja za decu, kao i prehrambenih proizvoda sa farme. Kvalitativno se označavaju sa 1 do 4 klasa žita zavisno od veličine prostora za kamp, opreme i dodatnih sadržaja kampa.

U sklopu ove podele postoje i sledeći oblici specijalno kreiranih vrsta odmora u ruralnim područjima:

1. seoska domaćinstva za osobe s invaliditetom,
2. zimska seoska domaćinstva,
3. seoska domaćinstva u nacionalnim ili prirodnim parkovima,
4. vinska seoska domaćinstva,
5. seoska domaćinstva sa konjima,
6. seoska domaćinstva za ribarstvo.

Glavne karakteristike ruralnog turizma u Francuskoj su:

- prosečan boravak 10,5 dana,
- prosečan period iznajmljivanja domaćinstva je 17,33 nedelja,
- prema poreklu gostiju 80% je domaćih gostiju, dok je 20% inostranih, među kojima su najzastupljeniji gosti iz Velike Britanije i Njemačke.

Francuski ruralni turizam se ostvaruje na godišnjem nivou 150 mil. evra od direktne prodaje te vrste turističke ponude. Istovremeno sa ostvarenjem takvog volumena prodaje ostvaruje se i društvena korist za lokalne zajednice, koja se procenjuje na 600 mil. evra.

Na nacionalnom nivou ruralni turizam u Francuskoj ima sledeće ciljeve:

- udovoljiti zahtevima i potrebama gostiju koji traže autentične, živopisne odmore u prirodi, mir i tišinu,
- pomagati razvoj, ali istovremeno očuvati prirodu i kulturno nasleđe,
- omogućiti unapređenje standarda lokalnog stanovništva sa dodatnim izvorima prihoda od ruralnog turizma,
- doprineti razvoju regija poboljšanjem infrastrukture i sadržaja.

Glavni marketinški napor bio je usmeren na stvaranje tržišne marke ruralnog turizma u Francuskoj, gde je sinergija marke stvorila kooperativni pristup marketingu i promociji u

ime svih članova asocijacije „Maison du Tourisme Vert“. S obzirom da ruralni turizam ima mogućnost diverzifikacije ponude, razvijeni su različiti proizvodi koji produžavaju ponudu tokom cele godine.²⁶ Veliki potencijal je prepoznat u Internetu koji je troškovno zanemarljiv oblik promocije, ali je istovremeno snažan alat za direktnu promociju. U sklopu Interneta asocijacija je uspostavila centralni rezervacijski sistem na području cele Francuske, koji omogućava direktnu rezervaciju bilo kojeg seoskog domaćinstva koje je član asocijacije „Maison du Tourisme Vert“. Turistički savez za ruralni turizam je prisutan na svim većim turističkim sajmovima, ali je i snažno povezan s većim turoperatorima, čime je ponuda ruralnog turizma predstavljena u velikom broju kataloga. Nova akcija „Hidden France“ je usmerena na naglašavanje gastronomske i kulturološke ponude u sklopu odmora na seoskim domaćinstvima gde se naglašava kvalitet života u prirodi.²⁷ Na slici 1. je predstavljena staza za pešake kao i za bicikliste namenjena turistima.

Slika 1. Staza za rekreaciju



Izvor: <http://www.france.com/rural/walking/image/>

²⁶ npr. Letnji festivali, žetve, zimski sportovi, kulturno nasleđe itd.

²⁷ Živković R., (2007), Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, FTHM, str. 77-80, Beograd

Iz primera Francuske države treba izdvojiti aktivnost asocijacije koja je uspostavila centralni rezervacioni sistem na području cele Francuske i pokušati ga primeniti u našoj zemlji kako bi bila omogućena direktna rezervacija seoskih turističkih domaćinstava. Pored toga treba obratiti pažnju i na ciljeve koje je Francuska kreirala na nacionalnom nivou.

3.2.2. Ruralni turizam u Irskoj

Turistički sektor u Irskoj (zemlja sa populacijom od 4 miliona stanovnika) je imao bitan uticaj na nacionalnu ekonomiju zadnjih 15 godina. Turizam u Irskoj se razvijao u 1960-im i 1970-im godinama, ali je to bilo sredinom 80-ih godina, nakon objave prvog (White paper) belog papira za turizam u 1985-oj godini, kada je industrija preduzela više strategija približene njihovom razvoju i marketingu. Industrija ruralnog turizma u Irskoj dominira od strane malih i srednjih preduzeća kao i samostalnih trgovaca. Ruralni turizam je u Irskoj specifično određen kao seosko područje sa manje od 1500 stanovnika. Definicija ruralnog turizma EU je odmor koji je prvenstveno motivisan željom da se doživi iskustvo prirodnog ambijenta, ljudi koji tu stanuju, njihovog nasledstva i načina života. Odmor mora biti primarno orjentisan u ruralnim okvirima. Na slici 2. je prikazan enterijer jednog ugostiteljskog objekta u ruralnom turizmu.

Slika 2. Ruralna kuća u Irskoj



Izvor: <http://iruralhousest.blogspot.com/>

Prisutna su brojna društva angažovana u razvoju i marketingu ruralnog turizma u Irskoj. Teagasc, farma savetodavne uprave zapošljava specijaliste ruralnog turizma. Savet države i državni turistički savez su angažovani u razvoju i marketingu ruralnog turizma i oni doprinose poslu za koji je zadužena regionalna turistička vlast. Jedan od glavnih problema ruralnog turizma u Irskoj je suština proizvoda. Otvorene farme, šetnja, vožnja biciklom i druge slične ruralne atrakcije i aktivnosti su razvijene, međutim tu je prisutna i nestašica integracije između smeštajnih elemenata i ovih aktivnosti u mnogim slučajevima.

Slika 3. predstavlja šetnju kao vid rekreacije u Irskoj.

Slika 3. Šetnja u Irskoj



Izvor: <http://img204.imageshack.us/img>

Turistički strateški dokument - Razvoj održivog turizma 1993 - je identifikovao 25 različitih ruralnih turističkih područja, čiji su kriterijumi bili bazirani na prirodnim i već izgrađenim izvorima područja, komiteta lokalnih zajednica, različitosti i osobnosti centara, geografskom balansu. Nedostaci infrastrukture su prepoznati u ruralnom turizmu Irske, a domaći transport je ograničen. Stručnjaci pohađaju razne stručne kurseve. Irish Country Holidays (ICH) je osnovan 1990 godine kao nacionalno udruženje ruralnog turizma. 2004 godine je bilo 18 grupa samostalnih dobavljača proizvoda i onih koji su pružali usluge smeštaja sa doručkom. Glavni cilj organizacije označen na Web sajtu jeste ponuda posetiocima ruralno iskustvo u relaksirajućem tempu života i tradicionalno nasleđe ruralne Irske. Sve vrste smeštaja moraju biti odobrene od strane nacionalne turističke uprave.²⁸

²⁸ Hall D., Kirkpatrick I., (2005), Rural tourism and sustainable business, An imprint of Multilingual Matters Ltd, str. 156-160, Toronto

3.2.3. Ruralni turizam u Slovačkoj

Prirodne vrednosti Slovačke čine neiskorišćeni potencijal za ruralni turizam.

Istraživanja posetilaca su pokazala da strani turisti ocenjuju prirodnu lepotu Slovačke najvišom među atributima države i da je interes za „planine“ veći nego drugi tipovi doživljaja destinacije. Sa kombinacijom prirodnih i kulturnih resursa i kulturnih vrednosti, ruralni proizvod može da ima ključnu ulogu u turističkom portfoliju Slovačke, ali poklanjajući pažnju koordinaciji, standardima, opremi i kvalitetu usluge. Inicijalna podrška za ruralni turizam je razvijena. Ministarstvo poljoprivrede nudi donacije za agroturističke projekte, za projekte na farmama gde 50% dohotka potiče iz poljoprivrede. Slovačka unija za ruralni i agroturizam učestvuje kao koordinator za preduzeća na farmama.

Ovde će biti prikazan primer kako je britanski Know how fond u okviru trogodišnjeg projekta, (1996-1999), izgradio ruralnu turističku ponudu u oblasti Roznava Okres, oblasti koja je pre toga bila rudarska oblast Slovačke republike.

Gemer je istorijski region Istočne Slovačke, koji je delimično ograničen sa slovačko-mađarskom granicom. Projekt je fokusiran na Roznava Okres, administrativnu oblast, srž regiona Severni Gemer. Pokrivajući oblast od oko 1620 km² i ruralnu populaciju od 86.000, jedini veći grad je Roznava koji ima oko 20.000 ljudi.

Privreda ovog ruralnog regiona koja je bila zasnovana na teškoj industriji i rudarstvu, sada je u opadanju, a stopa nezaposlenosti je iznad nacionalnog proseka. Šumarstvo i poljoprivreda su takođe karakteristične privredne grane u Roznavi Okres. Severni deo Roznava Okres uključuje deo Slovenski Raj nacionalnog parka, ili Slovak Paradise, popularan među Istočnim Evropljanima.

Na slici 4 je prikazan detalj sa „Slovenski Raj” u regiji Roznava Okres.

Slika 4. Slovak Paradise



Izvor: <http://mw2.google.com/mw-panoramio/photos/small/8026697.jpg>

Rožnava Okres je određena kao projektna oblast ruralnog turizma sa potencijalima i prirodne i kulturne resursne osnove (krajolik, Rožnava grad, dvorci, pećine, tradicionalna sela, religiozne građevine, vodeni resursi, lokalna kultura i tradicija, lokalni zanati, lokalna kuhinja).

Ova oblast uključuje brojne atrakcije kao što je Betliar Chateau i Dobsinska pećina koja je predstavljena na slici 5.

Slika 5. Dobsinska pećina



Izvor: <http://mw2.google.com/mw-panoramio/photos/small/3933826.jpg>

Projekat ojačanja razvoja ruralnog turizma u regionu Severni Gemer potekao je od Britanskog Know How fonda. Vođen od strane ADAS-a, dela Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i hrane Velike Britanije, partneri u projektu su bili skoncentrisani na Slovački tim turizma i Oxford Brookes univerzitetski turistički departman. Da bi se ojačao razvoj ruralnog turizma u Severnom Gemeru, tri cilja su bila:

- da se poveća broj posetilaca u Severnom Gemeru,

- da se poveća investiranje u turističke objekte i da se obezbedi zaposlenost,
- da se obezbedi neophodan biznis menadžment marketing i briga za potrošača.

Da bi se dostigli ovi ciljevi, sledeće ključne aktivnosti su identifikovane za projekat:

- stvaranje i primena trogodišnjeg marketing plana,
- razvoj Roznava Turističkog informativnog centra (koji je otvoren 1995) kao modela dobre prakse i kao servis za turizam u Roznava Okres,
- osnivanje lokalne turističke asocijacije za pružanje usluga u ruralnom turizmu,
- održavanje kurseva obuke sa fokusom na razvoj proizvoda, marketing i brigu o potrošačima.

Zaključci sa ovog projekta mogu biti primenjeni na ruralne oblasti drugih zemalja.

Većina posla bila je fokusirana na razvoj ruralnog turističkog proizvoda i njegov plasman ka klijenteli. Kao rezultat razvoja proizvoda, najmanje 16 novih malih objekata za pružanje usluga u ruralnom turizmu (smeštaj i hrana) je otvoreno između 1997. i 1999, obezbeđujući 89 novih ležajeva u oblasti. Jako lokalno vođstvo ruralnog turizma je smatrano kao esencijalni faktor za uspeh projekta. Naglasak je bio i na odnosima sa javnošću i proizvodnji štampanog materijala.²⁹

Nevedeni projekat ojačanja razvoja ruralnog turizma bi mogao biti primenjen u našoj zemlji pod uslovom da se ozbiljnije priđe problemima razvoja kao i aktivnijeg angažovanja države i drugih organizacija zaduženih za razvoj ruralnog turizma.

3.2.4. Ruralni turizam u Austriji

Verovatno najpoznatiji primer razvoja ruralnog turizma kao „alata” u funkciji održivog razvoja ruralnih područja jeste Austrija. Pedesetih godina prošlog veka alpski prostor Austrije je bio sasvim drugačiji nego danas; bio je to izolovan prostor, zimi gotovo odsečen od sveta. Razvijena komunalna i saobraćajna infrastruktura, kvalitetno snabdevanje i prihodi dovoljni za „urbani život u ruralnoj sredini“, danas prisutni elementi života austrijskog sela u to vreme su bili nezamislivi. Poljoprivredna proizvodnja se nije više mogla meriti sa komercijalnom i industrijskom poljoprivredom

²⁹ Košić T., K., (2009), Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 245-247, Novi Sad

ostalnih razvijenih zemalja. Kao posledica takvog stanja javila se depopulacija, a alpski prostor je zaostajao u razvoju. Nakon izvršenih analiza, u sklopu nacionalne strategije depopulacionizovanih područja, revitalizacija ruralnih prostora Alpa počinje razvijanjem nepoljoprivrednih delatnosti. Prednjačio je ruralni turizam i njemu komplementarne delatnosti. U ranom strateškom planiranju razvijena je hijerarhijska organizaciona struktura na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou. Nove delatnosti su omogućile dodatne prihode koji su kompenzirali mali prihod od poljoprivrede, započinje izgradnja infrastrukture, zaustavljen je pad broja stanovnika ispod nivoa potrebnog za održavanje društvenih institucija i servisa, a uz kontakte sa turistima ponovo oživljava kulturni život. Ruralni turizam u Austriji se razvija kako u planinskim regijama u kojima se nalaze poznati zimski ski centri, jezerskim oblastima, posebno u okolini Salcburga, tako i u ravničarskom panonskom delu Austrije, naročito u regiji Burgenland. Na slici 6. je prikazana kuća u regiji Burgenland, koja je u funkciji turizma.

Slika 6. Kuća u regiji Burgenland u Austriji



Izvor: <http://www.urlaubsquartiere.at/sprachen/bulgarisch/burgenland/bilder/weinbaubeck.jpg>

Ovaj panonski deo Austrije je, po svojim pejzažnim i kulturnim odlikama, sličan Vojvodini. U regiji Burgenland posebno se propagira odmor na biofarmama koje pružaju usluge zdrave ishrane, odmor i relaksaciju u zaštićenoj i očuvanoj prirodi i mirnom okruženju. Postoje specijalizovane farme zdravlja u čijem se sastavu nalaze bazeni, saune, đakuzi kade, fitness kabineti, nude se kozmetičke, usluge masaže, aromaterapije, wellnes programi uz savete i nadzor stručnjaka. Kako je ova regija bogata termomineralnim izvorima, postoje brojna termalna kupatila i wellnes centri koji se uključuju u programe boravka na farmama. Postoje i farme koje su specijalizovane za odgajanje konja. Na njima je moguće upisati se u školu jahanja, učestvovati u

svakodnevnom održavanju i ishrani konja, jahati kroz prirodu posebno uređenim i obeleženim stazama. Neke farme su se specijalizovale za pružanje usluga za odmor porodicama sa decom. One u svom sastavu imaju puno sadržaja za igru i zabavu dece, male domaće životinje, pružaju usluge čuvanja i animacije dece i sl. Na svim farmama gosti mogu da učestvuju u svakodnevnim poslovima, da nauče neke tradicionalne zanate i kulinarske veštine ili da sa domaćinima odlaze u lov i ribolov. Od sportsko-rekreativnih aktivnosti koje su u ponudi farmi, pored jahanja, najčešći su biciklizam, pešačenje kroz prirodu, vožnja rolerima, tenis, stoni tenis, jedrenje, veslanje i drugi vodeni sportovi na obližnjim jezerima. Posebno su atraktivni ekstremni sportovi, koji naročito privlače mlađu klijentelu. Velika pažnja posvećena je uređenju biciklističkih i staza za pešačenje. Ove staze su formirane tako da vode oko jezera, pored farmi, pašnjaka, livada, kroz mala sela, a uz put ima dosta restorana i mesta za osveženje i odmor. Postoje tematske biciklističke staze koje povezuju razna kulturna dobra, prirodne retkosti i sl. U planinskim regijama, kao što je Karintija, za smeštaj turista koriste se planinske i lovačke kolibe. U ovoj regiji, sportsko-rekreativne aktivnosti usmerene su uglavnom ka zimskim sportovima kao što su skijanje, snoubording, sankanje, trčanje na skijama kroz prirodu, penjanje na glečere i slično. Velike sportsko-rekreativne mogućnosti pružaju planinska jezera i brze planinske reke sa vodopadima. Posebno su atraktivni kajakarenje i rafting. Ova regija pogodna je i za planinarenje, pešačenje i biciklizam. Pošto se Karintija graniči sa Italijom i Slovenijom organizuje se odmor u kolibama i farmama u sve tri zemlje, u svakoj po nekoliko dana, uz kombinaciju sa pešačenjem, biciklizmom i sl. Na taj način turisti mogu da provedu aktivan odmor upoznajući prirodu, kulturu i tradiciju ove tri zemlje istovremeno. Posebno je razvijena i dobro uređena mreža biciklističkih staza. Tako se dolinom Drave protežu staze u dužini od oko 280 km. Postoje posebni programi za biciklističke ture koji obuhvataju smeštaj, organizovan prevoz prtljaga, parking za biciklove, informacioni materijal, posebne turističke karte sa popustima, mogućnost individualnog planiranja rute, mogućnost grupnog putovanja sa vodičem, servisiranje i drugo.³⁰ Primer Austrije, države koja je poznata po efikasnom korišćenju ruralnog turizma u funkciji lokalnog i regionalnog razvoja jasno pokazuje da gledajući celokupan turizam u Austriji, izražen brojem noćenja i udelom u bruto domaćem proizvodu, turizam

³⁰ www.farmholidays.com – oktobar 2010

na seoskim domaćinstvima ima samo malu ulogu. Ali trenutno, ta ekonomska aktivnost pridonosi održivosti 10% svih farmi u državi. Prema „Zelenom izveštaju” (1991) prihod od turizma na farmama u podnožju Alpa iznosi 11,5%, a onih u najvišim delovima Alpa 31,6% od ukupnih prihoda. Osnove austrijskog marketinga u agro-turizmu su:

- **jasna brend strategija:** 3.400 članova u organizaciji koristi logotip „odmor na farmi” na jasno definisan način (brošure, karte, nalepnice itd.),
- **stroga kontrola kvaliteta svih članova:** 3.400 seoskih kuća (sa ukupnim brojem kreveta 42.500) je kategorisano sa dva, tri ili četiri cveta (zvezdice) u skladu sa njihovim standardima za smeštaj i uslugu,
- **strategija za specijalizaciju farmi za turizam:** sa ciljem da se usluže posebna tržišta (porodice sa decom, hendikepirani, vino, organski proizvodi, zdravlje, jahanje i sl.) napravljeni su kriterijumi za farme koje pružaju tu vrstu usluga,
- **saradnja među domaćinima:** ovo omogućava farmerima da ponude širi asortiman aktivnosti time što će udružiti svoje poslove kao i marketinške budžete,
- **novi mediji/internet:** austrijski internet sajt - www.farmholidays.com - predstavlja 2.600 farmi, preduzeća na internetu. Ovaj web katalog svim vlasnicima farmi omogućava web prezentaciju i direktan kontakt između turista i vlasnika samih seoskih domaćinstava,
- **lobiranje:** u septembru 1998. strategija austrijskog agroturizma, kao i novi internet sajt, predstavljena petnaestorici ministara poljoprivrede zemalja EU, na jednoj farmi u Austriji.³¹ Turizam u seoskim domaćinstvima danas čini 1/6 ukupne turističke ponude Austrije. Turističkom delatnošću se bavi 15.500 farmi, odnosno 8%. Ruralni turizam je visoko organizovana delatnost koju, između ostalih, karakterišu umreženost seoskih turističkih domaćinstava i efikasan marketing i čiji prihod iznosi 700-900 miliona evra godišnje. Najveći deo turista čine Njemci (64%) i Austrijanci (21%). Među odlučujućim faktorima za razvoj ruralnog turizma u Austriji i njegovo pozicioniranje na turističkom tržištu jesu marketing i kooperacija. Jedan od značajnih nosioca ovih aktivnosti je

³¹ Košić T., K., (2009), Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 248, 249, Novi Sad

Austrian Farm Holidays Organization (AFHO) nevladina organizacija koja danas ima više od 3.400 članova.³²

Dobar primer su tematske biciklističke staze kao dobar primer uključivanja u ruralnu turističku ponudu naše zemlje.

3.2.5. Ruralni turizam u Mađarskoj

Mađarski ruralni turizam usmeren je ka turističkom aktiviranju salaša i drugih seoskih domaćinstava. Naročito postoje sličnosti između salaša srednjeg i južnog dela mađarske nizije i vojvođanskih salaša, te se njihova iskustva mogu dragoceno iskoristiti. U Mađarskoj su sprovedene brojne akcije i preduzete razne mere za zaštitu i očuvanje salaša. O salašima postoji mnogobrojna i raznovrsna literatura, stavljeni su pod zaštitu, pretvoreni u muzeje pod otvorenim nebom, uključeni u turizam itd. U Mađarskoj su prisutne tri tendencije prema problematici salaša: očuvanje tradicionalnih vrednosti, vraćanje stanovništva na salaše i razvijanje ruralnog turizma. Za uključivanje starih salaša u turizam postoji veliko interesovanje turista iz razvijenih zapadno-evropskih zemalja. Značajan pomak u turističkom aktiviranju salaša učinjen je njihovim povezivanjem sa nacionalnim parkovima. Jedan od primera je deo Butac pustare, gde su salaši karakterističan motiv, koji je proglašen za nacionalni park Kiškunšagi. On predstavlja i biorezervat sa zaštićenim biljnim i životinjskim vrstama. Na ovom prostoru, stari salaši su preuređeni i rekonstruisani tako da su sve autentične vrednosti sačuvane, sagrađeni su novi objekti, poštujući sve odlike narodnog graditeljstva, koji služe za potrebe turista, kao gostionice, prodavnice suvenira, odmorišta i slično. Na salašima je omogućen smeštaj i ishrana u tradicionalnim restoranima. Posebno se vodi računa da se hrana priprema na tradicionalan način, npr. zdravih namirnica gajenih u biobaštama. U ovim baštama se gaji razno povrće i ukrasno bilje, karakteristično za područje u kom se salaš nalazi. Na salašima se organizuju razne aktivnosti, kao što su kursevi starih zanata, kuvanja mađarskih specijaliteta, priređuju se folklorne večeri i slično. Brojne su i sportsko-rekreativne aktivnosti čije je postojanje propisano Pravilnikom o ruralnom turizmu. Vodi se računa da sve aktivnosti budu uklopljene u ambijent i da ne narušavaju njegovu

³² www.farmholidays.com – septembar 2010

autentičnost. Prvenstveno se razvijaju svi oblici konjičkog sporta. U tom smislu, organizuju se obuke jahanja, rekreativno jahanje, jahanje kroz prirodu, preponsko jahanje, a moguće je učestvovati u održavanju i ishrani konja. Na slici 7. je predstavljen objekat za čuvanje konja.

Slika 7. Objekat za čuvanje konja u Mađarskoj



Izvor: http://i1.trekearth.com/photos/63671/218a_0055a.jpg

U skladu sa svetskim i evropskim trendovima, posebna pažnja usmerena je ka uređivanju i obeležavanju pešačkih i biciklističkih staza. Ove staze vode kroz očuvanu prirodu, a povezuju neke od kulturno-istorijskih spomenika sa salašima, kao i više salaša međusobno. Mnogi salaši su mesta okupljanja lovaca i ribolovaca, a ove aktivnosti se organizuju i za turiste. Na salašarskim ribnjacima organizuju se ribolovački turniri koji su praćeni tradicionalnim kuvanjem riblje čorbe, muzikom i domaćim vinom. Lovačka i ribolovačka oprema se na nekim salašima može iznajmiti. Na nekim salašima postoje bazeni, saune, fitnes centri i usluge masaže. Na njima je boravak obogaćen kratkim programima za očuvanje zdravlja.³³ Iz navedenih primera, evidentno je da sve ruralne

³³ www.fatosz.hu – april 2010

celine, koje su turistički aktivirane, sadrže brojne sadržaje čije korišćenje upotpunjava boravak turista. Iako se mnogi sadržaji ne nalaze u okviru seoskih domaćinstava, dobro su povezani sa njima, naročito kroz organizovanje interesantnih programa i tura. Veliki broj ovih objekata ima selektivnu ponudu koja je specijalno kreirana za decu, za ljubitelje konja, za očuvanje zdravlja i rehabilitaciju, za poklonike biciklizma i slično. Svaka od tako organizovanih ruralnih celina ima kreiranu jedinstvenu priču u koju su uklopljeni svi sadržaji.³⁴ Rukovodeći se ovim primerima, moguće je neka iskustva iskoristiti prilikom kreiranja turističke ponude ruralnih područja kod nas. Posebno su, zbog velike sličnosti sa našim salašima, značajna iskustva u zaštiti i turističkom aktiviranju mađarskih salaša.

3.2.6. Ruralni turizam u Sloveniji

Iskustva vezana za razvoj ruralnog turizma u Sloveniji ukazuju na to da je pojava ruralnog turizma uticala na ekonomski razvoj sela, na povećanje standarda i poboljšanje kulture stanovanja. Prema vrsti i sadržaju turističkih usluga, u Sloveniji su zakonom definisane tri vrste turističkih farmi (seoskih domaćinstava):

1. izletničke farme (farme otvorenih vrata),
 2. turističke farme,
 3. vinarije.
- **Izletničke farme;** nude hranu i piće, ali i prenoćište. Mogu da nude domaća jela, na farmi spremljena, domaće piće, kao i napitke i mineralnu vodu.
 - **Turističke farme;** su registrovane za izdavanje soba i apartmana, kao i za izdavanje prostora za kampovanje. Prenoćišta mogu biti sa doručkom, punim ili polu pansionom. Mali je broj turista koji uzimaju apartman da bi sami spremali sebi hranu.
 - **Vinarije;** u kojima se poslužuje i prodaje vino i druga alkoholna i bezalkoholna pića koja se spravljaju na farmi. Propisi dozvoljavaju

³⁴ Košić T., K., (2009), Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 249, 250, Novi Sad

vinarijama da poslužuju turiste sa hladnom zakuskom, domaćim hlebom i pecivom. Predstavnici vinarija traže da im se zakonski omogući spremanje jednog lokalnog kuvanog jela.³⁵

Ruralni turizam u Sloveniji organizovan je po ugledu na austrijski. Na turističkim farmama se nudi bliski kontakt sa prirodom, ljudima, njihovom kulturom, tradicijom i običajima. Na farmama se služi domaća hrana, domaća vina i rakije. Turisti mogu da nauče neki od starih zanata ili da učestvuju u svakodnevnim farmerskim poslovima. Prirodno okruženje u kom se farme nalaze pruža idealne mogućnosti za razne sportsko-rekreativne aktivnosti. Najčešće su jahanje, kajakarenje, skijanje, paraglajding, penjanje na stene, tenis, golf, plivanje i druge. Farme su često polazne tačke izleta do prirodnih i kulturnih atrakcija. Na njima se organizuju porodične proslave, poslovni sastanci i prezentacije. Na mnogim farmama odgajaju se konji, te se organizuju škole jahanja, jahanje kroz prirodu, vožnje kočijom, vožnje sankama. Vrlo je popularno pešačenje kroz prirodu za šta postoje brojne uređene i obeležene staze. Česte su kružne staze koje vode kroz zaštićene delove prirode, oko jezera i gradova, dolinama reka, kroz planinske predele. Ukupna dužina staza je preko 7.000 km, a uz njih se nalaze brojna odmorišta i kolibe. Najpoznatija ovakva staza je „Slovenačka alpska ruta“ koja vodi od Maribora, preko planinskih predela, do obale Jadranskog mora, a deo je međunarodne rute „Via Alpina“ koja povezuje alpske zemlje. Osim pešačkih, organizuju se brojne tematske biciklističke ture, kao što su „Vinska i velnes tura“ koja obuhvata smeštaj u hotelima sa termalnim izvorima, vožnju kroz vinograde, posete vinskim podrumima, zamkovima, starim gradovima, zatim „Romantična tura“ koja obuhvata vožnju kroz manje posećene delove prirode, alpska sela, barokne gradiće, „Tura oko Triglava“ koja vodi kroz nacionalni park, „Tura oko Bledskog jezera“, „Tura zamkova“ koja obuhvata obilazak najznačajnijih istorijskih zamkova i tvrđava i druge. Slovenija ima odlične mogućnosti za organizovanje aktivnog odmora u svim delovima zemlje tokom cele godine. Posebno su značajni zimski sportovi kao što su skijanje, snoubording, sankanje, kroskantri skijanje itd. Zbog atraktivnosti paraglajdinga, vožnje balonom, padobranstva, otvoreni su brojni letački centri. Slovenačke šume su pogodne za lov, a reke za ribolov. Izgrađeno je osam

³⁵ Lazić V., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 154, 155, Novi Sad

terena za golf i mnogo vežbališta koji zadovoljavaju potrebe sve većeg broja poklonika ovog sporta.³⁶ Što se tiče uređenosti turističke i izletničke farme u Sloveniji, turističke nastambe na farmama moraju odgovarati karakteristikama arhitekture seoskih kuća, koje su tipične za određeni kraj, region. Kuhinja mora biti u tipu seljačke kuhinje. Točenje pića ne sme biti kafanskog tipa, odnosno sa posebnim pultom i opremom. U Sloveniji, nosioci turističke delatnosti moraju za tu vrstu posla biti osposobljeni. Pod tim se podrazumeva:

- završeni vaspitno-obrazovni program za zanimanja kuvara, konobara, ugostiteljskog turističkog tehničara, tehničara kulinarstva, recepcionera, hotelskog tehničara, poslastičara...,
- završena srednja stručna škola i gimnazija, ali uz praktičnu proveru osposobljenosti za turističku delatnost,
- završeni trogodišnji vaspitno-obrazovni program za poljoprivrednog domaćina/ domaćice,
- završeni sedamdesetsatni kurs za turističku delatnost, koji organizuje poljoprivredna savetodavna služba. Pored ovog, osobe koje se žele baviti turističkom delatnošću na farmi, moraju imati zvanične dokaze:
- dokaz o znanju iz higijene životnih namirnica,
- dokaz o znanju iz lične higijene (higijenski minimum),
- dokaz o ispunjavanju zdravstvenih zahteva za posao u proizvodnji i spremanju životnih namirnica.

Pre kategorizacije farmi moraju se ispuniti važni preduslovi:

- ispoštovati sanitarno-zdravstvene uslove za obavljanje turističke delatnosti na farmi,
- proizvodnja životnih namirnica mora se odvijati u prostorima koji ispunjavaju higijenske i zdravstvene uslove, a samim tim i namirnice moraju biti zdravstveno ispravne,
- mora postojati zdravstvena kontrola pijaće vode koju vrši ovlašćena institucija kao što je to Zavod za zdravstvenu zaštitu.

Kada se radi o izletničkim farmama i vinarijama, mora na vidnom mestu biti istaknuto

³⁶ www.slovenia.infotouri – avgust 2010

vreme rada ugostiteljskog objekta, a na turističkim farmama – i vreme rada i dnevni raspored, program. U postupku kategorizacije uvažavaju se ocene kvaliteta opremljenost, raznovrsnost ponude i kvaliteta usluge. Kvalitet se rangira sa jednom, dve, tri i četiri jabuke. Kategorizacija se obavlja u momentu kada su ispunjeni uslovi za početak rada turističke farme. Kategorizacija se obnavlja svake treće godine. Turistička farma takođe mora da ispunjava uslove u pogledu prerade životnih namirnica i prodaje vina. Pri gradnji i opremanju soba moraju se ispoštovati minimalni tehnički uslovi, ali istovremeno uzimati u obzir i ispunjavanje uslova za odgovarajuću kategoriju turističke farme. Primera radi, turistička farma sa 4 jabuke, za razliku od druge tri jabuke, obezbeđuje nešto plus:

- čajna kuhinja za goste,
- površina jednokrevetne sobe: najmanje 12m² (ostale kategorije jedna, dve i tri jabuke: 8 m²),
- površina dvokrevetne sobe: najmanje 15m² (ostale kategorije 12m²),
- površina dvokrevetne sobe sa tri ležaja: najmanje 19m² (ostale kategorije 16m²),
- mogućnost upotrebe mašine za pranje veša,
- čuvanje dece,
- pomagala i uslovi za boravak turista sa invaliditetom.³⁷

Na slici 8 i 9 su predstavljene kuće na farmama u Sloveniji.

Slika 8. Turistička kuća Nemec



Slika 9. Turistička kuća Flisar



Izvor: http://si.slovenija.concentrator.net/sit2/includes/ShowImage.asp?AspectRatio=4_3&Width=260&ImageID=22028136&ID=22022753

³⁷ Lazić V., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 155-159, Novi Sad

Kao dobar primer koji se može primeniti za razvoj ruralnog turizma na planinskom području Srbije su raznovrsne aktivnosti koje se nude turistima, kružne i tematske staze, koje se mogu organizovati i u našoj zemlji. Korisno je obratiti pažnju i na zakonom propisane vrste turističkih farmi.

3.2.7. Ruralni turizam u Hrvatskoj

Ruralni turizam u Hrvatskoj nalazi se u početnoj, pionirskoj fazi, a to je posledica pretežne usmerenosti hrvatskog turizma na maritimne prostore. Ruralna područja Hrvatske čine oko 90% kopnenog dela Hrvatske (ili 61% naseljenog dela Hrvatske) i u njima živi oko 47% ukupnog stanovništva Hrvatske. Ta su područja, još od sredine 19. veka, a posebno tokom realsocijalističkog perioda od sredine 1950-1990. godina, tranzicijom u poslednjih desetak godina, bila izložena degradacijskim procesima koji su doveli do praga izumiranja rurisa, sela – osnovnog elementa ruralnog prostora. Bez obzira na prirodnu i kulturološku atraktivnost hrvatskog ruralnog prostora, ruralni turizam, posebno onaj na turističkim seoskim domaćinstvima, razvija se vrlo sporo u odnosu na potražnju i ponudu u susednim zemljama (Austrija, Slovenija, Italija). Osnovni uzrok tome je uglavnom vrlo mali i usitnjen seljački posed u Hrvatskoj, na kojem se ne može organizovati isplativa poljoprivredna proizvodnja, a još manje pružanje turističkih usluga kao dodatne delatnosti, zatim nerazvijena komunalna i društvena infrastruktura, i na kraju, nedostatak državnog interesa, podsticaja i značajnije potpore za turistički razvoj kontinentalnog dela zemlje, koji je ostao u senci primorskog dela zemlje. Osim toga, za razvoj ruralnog turizma nisu dovoljna samo turistička seoska domaćinstva i drugi smeštajni objekti u ruralnom prostoru, potrebna je i ostala ugostiteljska infrastruktura, od restorana do vinskih podruma, potrebne su uređene turističke atrakcije, osmišljeni vinski putevi, biciklističke staze, receptivne turističke agencije, ukratko, potrebne su osmišljene i organizovane ruralne turističke destinacije.³⁸ Može se reći da je razvoj turizma na seoskim domaćinstvima u Hrvatskoj specifičan. Taj se oblik ruralnog turizma vrlo retko pojavljivao u turističkoj ponudi Hrvatske. Sve do 1990-ih godina on nije bio planiran. Tokom razvoja koncepta ruralnog turizma u Hrvatskoj, od vladinih institucija koje su

³⁸ www.hrvatski-farmer.hr – decembar 2009

podržale aktivnosti na ovom planu može se istaći Ministarstvo turizma koje je 1994. osnovalo „Savet za ruralni razvitak“. Godine 2000. u Hrvatskoj je bilo 117 registrovanih turističkih seoskih porodičnih domaćinstava u 13 opština. Većina od njih pružaju samo usluge izleta, bez mogućnosti smještaja. Prednjači Istra s 38,5% od ukupno registrovanih turističkih seoskih domaćinstava. Sledi Dubrovačko-neretvanska opština sa 19,7%. Ističu se još Zadarska (1%) i Zagrebačka (6,8%). Treba napomenuti da su domaćinstva u Zadarskoj opštini, iako čine 12% od ukupnog broja, tokom 2000. godine tek započinjala s pripremom za ovu vrstu turizma i mnoga od njih nisu primala goste. Osim broja turističkih seoskih domaćinstava važan je i ostvareni broj noćenja. Turistička noćenja izuzetno su važan element osiguravanja prihoda od bavljenja ovom delatnošću jer omogućavaju duži boravak gostiju na jednom seoskom imanju, a najčešće su povezana i s uslugom ponude hrane na samom domaćinstvu. Kao što je već pomenuto, turizam na seoskim domaćinstvima u Hrvatskoj najrazvijeniji je u primorskom prostoru, tačnije u Istarskoj opštini. U opštinama s izlazom na Jadransko more nalazi se 87 od ukupno 117 registrovanih porodičnih seoskih domaćinstava (74,4%) i u njima je tokom 2000. ostvareno 11.320 noćenja (88% od ukupnog broja noćenja). Iako brojna iskustva iz sveta pokazuju da spoj sun & beach i ruralnog turizma nisu nužna za njegov razvoj jer gosti koji odaberu turistička seoska domaćinstva imaju drugačije poimanje odmora, evidentno je, iz primera Istarske i Dubrovačko-neretvanske opštine, da raznolikiji privlačni faktori, uz razvijeniju turističku infrastrukturu i tradiciju bavljenja turizmom, imaju važnu ulogu. Deoničko društvo za ruralni razvoj i marketing „Hrvatski farmer“ osnovano je 1992. g. na inicijativu Ministarstva poljoprivrede i šumarstva, a povodom nastojanja hrvatske nauke i prakse da afirmiše u svetu već prihvaćen „farmerski“ tip poljoprivredne proizvodnje i organizacije porodičnih domaćinstava. Osnovni zadatak „Hrvatskog farmera“ je vezan za održivi razvoj ruralnog prostora uopšte, a uključuje iz resora poljoprivrede specifične projekte poput autohtonih prehrambenih proizvoda, autohtonih pasmina domaćih životinja, ekološku (organsku) proizvodnju poljoprivrednih proizvoda, ruralni turizam, kao i zaštitu prirode i očuvanje životne sredine. Društvo „Hrvatski farmer“ aktivno učestvuje u edukaciji poljoprivrednih seoskih domaćinstava o različitim oblicima turizma u ruralnom prostoru (prvenstveno turizmu na porodičnim, seoskim domaćinstvima koji predstavlja dopunsku delatnost osnovnoj poljoprivrednoj

proizvodnji) u saradnji s Ministarstvom mora, turizma, prometa i razvitka, kao i udruženjem Klub članova „Selo“.

Svesno važnosti koju ruralni turizam može imati u hrvatskom turizmu, ali i činjenice da se „turističko tržište menja i da je ono danas izuzetno ekološki svesno, zainteresovano doživeti tipičnu atmosferu i posebnost mesta koja se posećuju, te ceni bogatstvo rekreativnih, zabavnih i sportskih sadržaja“, Ministarstvo je razvilo program „Razvitak turizma u ruralnom prostoru“. Cilj ovog programa je obnova, valorizacija i zaštita hrvatskih turističkih potencijala te stvaranje integralnog turističkog proizvoda, ali kao sastavnog dela ukupnog, održivog razvoja ruralnih područja. Ističe se takođe da je ovaj program u skladu sa pripremnim aktivnostima Hrvatske za ulazak u EU i PHARE program. Doprinos Programa se očekuje u sferi privrede, zaposlenosti, razvoja opština, razvoja ostrva, demografske obnove i realizacije socijalnog programa. Konkretno aktivnosti u 1999. odnosile su se na podsticanje 400 malih preduzetnika u turizmu na ruralnom području uključujući i ostrva, s ukupno 2.400 mogućih smeštajnih jedinica. Zajednica turističkih seoskih porodičnih domaćinstava je strukovno udruženje utemeljeno 1995. godine u Hrvatskoj privrednoj komori, s ciljem osmišljavanja, podsticanja i koordinisanja razvoja turističkih seoskih porodičnih domaćinstava u Republici Hrvatskoj. Osnivanjem Zajednice oživotvorena je ideja o novom hrvatskom turističkom proizvodu, istaknuta potreba i vizija Hrvatske kao jedinstvene turističke destinacije, a hrvatska turistička ponuda obogaćena je novim sadržajima. Turističko seosko porodično domaćinstvo je manja celina, smeštena u turistički atraktivnom kraju, koja daje izvoran proizvod i uslugu, a u proizvodnu delatnost su uključeni svi članovi domaćinstva. Poljoprivreda je osnovna delatnost porodičnog domaćinstva, dok je bavljenje turizmom dopunska delatnost. Seosko porodično domaćinstvo može steći status „turističkog“ ukoliko udovoljava zakonom određenim uslovima. Dobro organizovano turističko seosko porodično domaćinstvo može razvijati posebne oblike turističke ponude među kojima su najčešći:

- smeštaj gostiju na vlastitom imanju,
- ponuda vlastitih proizvoda,
- ponuda jela iz vlastite kuhinje,
- ponuda pića iz vlastitog podruma,

- organizacija izleta u okolinu,
- kampovanje na posedu, itd.

Na slici 10 i 11 može se videti seoski ambijent u Hrvatskoj namenjen turistima.

Slika 10. Seoski ambijent



Izvor: http://www.seoski-turizam.net/public_html/images/stories/kalpic-seoski.jpg

Prema rezultatima ankete u 2003 g. u Hrvatskoj je registrovano 251 turističko seosko porodično domaćinstvo. Kvalitet, usluga i novi turistički sadržaji na porodičnim domaćinstvima obogaćuju se iz godine u godinu. U cilju njegovog što bržeg razvoja, u Sektoru za turizam i ugostiteljstvo Hrvatske privredne komore, osmišljen je i provodi se program, koji se temelji na sledećim aktivnostima:

- izdata je brošura „Turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima”,
- u pripremi je prvi Katalog ponude hrvatskih turističkih seoskih porodičnih domaćinstava,
- u svrhu praćenja kvantitativnih pokazatelja razvoja, sprovedena je anketa o broju registrovanih turističkih seoskih domaćinstava u saradnji sa opštinskim komorama i uredima za gazdinstva (uređi za registracije), dok su kvalitativni pokazatelji (vrsta,

sadržaji ponude i ostali bitni parametri) prikupljeni direktno od vlasnika domaćinstava ciljanim anketama i intervjuima,

- prikupljeni podaci su obrađeni i sistematizovani i u pripremi su za kreiranje prve hrvatske baze podataka nove selektivne turističke ponude - turizma na porodičnim domaćinstvima, u slikovnom i informativnom obliku.

U 2003. godini zabeležen je veliki porast broja registrovanih turističkih seoskih porodičnih domaćinstava, što govori o tome da su vlasnici porodičnih domaćinstava jasno prepoznali turizam kao važnu dopunsku delatnost. Iako je postotak rasta vrlo visok, analize pokazuju da razvoj nije ravnomeran u svim hrvatskim područjima te da su najzastupljenije po broju domaćinstava Istarska, Dubrovačko–neretvanska i Krapinsko–zagorska opština, dok su posebni podsticaji potrebni Vukovarsko–sremskoj i Primorsko–goranskoj opštini.³⁹

Slika 11. Uređeni seoski ambijent



Izvor: http://www.agropress.org.rs/files/seoski_raj.jpg

Republika Hrvatska je u početnoj fazi razvoja ruralnog turizma kao i naša zemlja. Kao dobar primer razvoja može se uzeti program koji je osmišljen za oživljavanje ruralnih turističkih potencijala Hrvatske, nakon čije je primene registrovan veliki broj turističkih seoskih porodičnih domaćinstava.

³⁹ hgk.biznet.hr – maj 2009

3.3. RURALNI TURIZAM U SRBIJI

3.3.1. Ocena dosadašnjeg razvoja

Republika Srbija raspolaže brojnim resursima za razvoj turizma. Uz uključivanje privrednih i vanprivrednih delatnosti, koje imaju interes za razvoj turizma, turizam bi trebalo da postane jedan od generatora razvoja Republike i rasta ukupnih ekonomskih aktivnosti. Polazeći od osnovnih pravaca u svetskim turističkim kretanjima, ciljeva dugoročnog razvoja turizma u Srbiji, dostignutog stepena razvoja i resursne podloge, u Srbiji se izdvajaju sledeći najvažniji vidovi turizma: gradski odmori, poslovni turizam + MICE, planine i jezera, ruralni turizam, događaji, zdravstveni turizam, posebni interesi, nautika, kružna putovanja.⁴⁰

Republika Srbija ima izuzetno povoljne uslove za razvoj ruralnog turizma. Pre svega, to su posebno povoljni uslovi očuvane prirode, uz blagu klimu, čist vazduh, nezagađene reke i jezera, bogatu floru i faunu. Ove pogodnosti su naročito izražene u brdsko-planinskim predelima. Boravak u prirodi pruža turistima mogućnost za šetnje, rekreaciju, bavljenje sportom, organizovane izlete do obližnjih pećina, izvora i vodopada, mogućnost lova i ribolova, jahanja, planinarenja, branje šumskih plodova i lekovitog bilja i druge rekreativno-zabavne aktivnosti u prirodi.

Na slici 12. prikazan je detalj sa Golije.

Slika 12. Detalj sa Golije



Izvor: <http://blog.co.yu/>

⁴⁰ Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, (2006), Strategija razvoja turizma Republike Srbije, str. 8.

Turisti koji za to pokazu interesovanje mogu se uključiti u obavljanje poljoprivrednih radova. Veliki broj sela nalazi se u blizini vrednih kulturno-istorijskih spomenika, koje turisti mogu organizovano posetiti. Izuzetnu kulturnu vrednost imaju i građevine tradicionalne arhitekture, sa karakteristikama određenog područja, kao i proizvodi starih zanata i ručne radinosti, kroz koje se upoznaje bogato nasleđe našeg naroda. Takođe je moguće organizovano posetiti razne izložbe koje se organizuju u okruženju, posebno slikara naive, kao i turističke manifestacije i tradicionalne priredbe preko kojih se upoznaju narodni običaji i obeležja seoskog života. Ova raznovrsnost turističkih resursa i bogatstvo kulturnog nasleđa posebno su obogaćeni i izraženom gostoljubivošću i srdačnošću lokalnog stanovništva.



Razvoj turističke delatnosti u selima Srbije nema dugu tradiciju, jer se organizovaniji promet turista na ovim prostorima počeo odvijati od kraja 70-ih godina prošlog veka. U početku nije bio praćen adekvatnim stimulativnim merama, niti mu je pridavan odgovarajući značaj, nasuprot raspoloživim resursima i stalno rastućoj tražnji. Zato se i nisu mogli ostvariti značajniji rezultati kako u pogledu strukture i kvaliteta turističkog proizvoda, tako i obima prometa i potrošnje. U cilju razvoja ruralnog turizma počela su, pretežno u brdsko-planinskim selima, da se osnivaju turistička društva (Devići, Brankovina, Studenica), turistički savezi opština (Kosjerić, Ivanjica, Knić), a u ovu aktivnost uključile su se i zemljoradničke zadruge i ugostiteljsko-turistička privreda. Prema podacima TOS-e⁴¹, u Srbiji je u 1999. god. organizovani turistički promet bio zastupljen u 40 sela iz 15 opština. Godine 2006, prema podacima Turističke organizacije Srbije, u Srbiji je organizovan turistički promet u ruralnom turizmu u 18 opština,⁴² dok se 2008. godine oko 60 sela razvilo u receptivne turističke centre. Ovaj broj, međutim, nije konstantan, jer se iz godine u godinu sve veći broj sela uključuje u turističku ponudu. Registrovano je 140 domaćinstava sa oko 750 ležajeva u 44 seoskih naselja – Sirogojno, Gostilje, Rožanstvo i Ljubiš (opština Čajetina), Seča Reka, Varda, Makovište i Mionica (opština Kosjerić), Lisa, Mače-Katići, Devići, Međurečje i Kušići (opština Ivanjica) itd. Ruralni turizam može da se razvija u okviru integralne ponude turističkih područja,

⁴¹ na sajtu TOS-a 12 sela u Srbiji imaju svoju prezentaciju

⁴² www.serbia-tourism.org – oktobar 2010

centara i tranzitnih pravaca Srbije, sa diverzifikovanom ponudom zasnovanom na etnografskim i predeonim specifičnostima - primer salaša u okolini Sombora (u okviru turističke ponude Gornjeg Podunavlja), Subotice i Novog Sada.⁴³

Sela Srbije podigla su opšti nivo usluge u malim i srednjim domaćinstvima i pansionima. Gosti i domaćini ili stanuju u odvojenim kućama, ili, ako su u istoj, imaju zasebne ulaze. Najčešće na dve sobe postoji jedno kupatilo, a sve je više luksuzno opremljenih kuća u kojima svaka soba ima kupatilo.⁴⁴ Prosečno u okviru ruralnog turizma u Srbiji se odvija 408.580 noćenja, odnosno oko 6,2% od ukupnog broja noćenja u Srbiji. Domaći posetioci čine skoro 100% svih posetilaca ruralnog turizma u Srbiji. U proseku cena smeštaja u navedenim objektima za smeštaj ruralnog turiste je 15 evra, što znači da je prosečna zarada ruralnog turizma na bazi smeštajno-ugostiteljskih kapaciteta, oko 6.200.000 evra. Multiplikativni efekti ruralnog turizma u Srbiji se ne mogu sa preciznošću utvrditi, jer ne postoje odgovarajući parametri koji bi to iskazivali.

Prema proceni autora Strategije razvoja turizma (2006), ruralni turizam u Srbiji će u 2015. godini obuhvatati 6,6% ukupnog broja turističkih noćenja, sa procenom tržišnog potencijala od milion noćenja u okviru ruralnog turizma, a udeo stranih gostiju u ukupnom broju noćenja, činiće 15%.

I pored dobre opremljenosti objekata za smeštaj i donekle osmišljenog programa boravka, problemi u daljem razvoju ruralnog turizma u Srbiji predstavljaju:

- nedovoljna edukacija zainteresovanih seoskih domaćinstava o načinu prihvatanja i ugošćavanja posetilaca,
- nedovoljan broj turističkih punktova u selima koja se bave ovim vidom turizma i slaba povezanost sa opštinskim turističkim organizacijama i Turističkim organizacijama Vojvodine i Srbije,
- nedovoljna i neadekvatna infrastruktura.

U ruralnim oblastima Srbije infrastruktura je zapuštena i nerazvijena, i kao takva ne doprinosi rastu njihove konkurentnosti i investicione atraktivnosti. Trenutna pokrivenost sela je takva da 80% sela ima pristup osnovnim uslugama kao što su: putna mreža, struja, telefonska mreža (fiksna i mobilna). Sistem vodosnabdevanja, gasovod, kanalizacija i

⁴³ www.cenort.org.yu, januar 2011

⁴⁴ www.tos.com, oktobar 2010

deponije smeća mnogo manje su zastupljeni u selima u Srbiji. Komunalna infrastruktura ruralnih područja u Srbiji je nerazvijena, zapuštena i ne zadovoljava potrebe ruralne populacije ni u pogledu kvaliteta ni uslužnosti. Prema rezultatima istraživanja Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, ruralna populacija navodi da su problemi vezani za komunalnu infrastrukturu za njih prioritetni, i više rangirani i od ekonomskih problema. Ovde se prvenstveno misli na sistem vodosnabdevanja, kanalizaciju, struju i mrežu puteva. Problemi u vodosnabdevanju u ruralnim područjima variraju zavisno od terena, lokacije sela, kao i dostupnih alternativa za rešavanje problema u vodosnabdevanju. Sela koja su bliža urbanim delovima postepeno se priključuju na njihovu centralnu vodovodnu mrežu. Sela koja nemaju pristup centralnom vodovodu oslanjaju se na bunare kao primarni izvor vode.

Jasno je da turizam na različite načine doprinosi revitalizaciji sela, i to: usporava migraciju ka gradu i utiče na ostajanje mladih na selu; povećava se proizvodnja i omogućava bolji plasman poljoprivrednih proizvoda, predmeta domaće radinosti i proizvoda starih zanata, kroz pansionsku i vanpansionsku potrošnju; razvoj turizma na selu sprečava narušavanje prirodnog ambijenta i utiče na očuvanje tradicionalne narodne arhitekture, etnografskih elemenata, osobenog načina života i rada, običaja, folklora i dr. Primera radi, oko 500 manifestacija koliko se svake godine održi u Srbiji, oko 200 je folklornog karaktera i održava se upravo u selima.

3.3.2. Analiza primera ruralnog turizma u Srbiji

Selo Sirogojno, udaljeno 32 km od Užica i 24 km od Zlatibora, 245 km od Beograda, nalazi se na idealnoj nadmorskoj visini od oko 900 m. Na 15 hektara napravljeno je ETNO-SELO sa autentičnim sadržajima iz života u 19. veku. Današnje selo Sirogojno ima oko 1.500 stanovnika (područje mesne zajednice Sirogojno). Kao i ostala planinska sela razbacano je na velikom prostranstvu u više zaseoka: Mala, Čaldovići, Stamati, Bjeličići, Mitrići, Planići... Do Sirogojna se stiže asfaltiranim putem od Užica u dužini od oko 30 km ili takođe asfaltiranim putem, sa Zlatibora. Svi seoski putevi su asfaltirani, kompletna infrastruktura je uređena. Nedavno je izvršena rekonstrukcija postojećeg vodovoda u selu, donator je Vlada Kraljevine Norveške. Gotovo sva domaćinstva u

Sirogojnu imaju električnu energiju i telefonsku liniju. Sirogojno je povezano sa Užicom, Čajetinom i drugim selima na Zlatiboru lokalnom autobuskom linijom, dva do tri puta na dan, što svakako nije dovoljno za potrebe stanovništva.

Nadmorska visina, velike količine padavina i veliki broj sunčanih dana u toku godine su usloveli veoma bujnu vegetaciju. Najbrojnije su livade na kojima raste 120 vrsta najraznovrsnijih trava. Planinski visovi, osim Čigote takođe su obrasli bujnom vegetacijom i šumama. U podnožju i na manjim nadmorskim visinama bogato su zastupljene listopadne vrste (bukva, hrast, breza, jasen, lipa), a od 600 m nadmorske visine dominiraju četinari (beli i crni bor, jela, smrča). Ljubiteljima prirode su posebno zanimljive retke biljne vrste: Pančićeva omorika u šumskom ili narcis, maline, jagode, borovnice, kupine, divlje ribizle i lekovito bilje u livadskom delu.⁴⁵

Najstarija sačuvana crkva Sv. Petra i Pavla na Zlatiboru nalazi se u Sirogojnu. Crkvu je sagradio 1764 god. protojerej Georgije Cmiljanić.⁴⁶

Značajno kulturno središte sela je biblioteka-galerija i muzej na otvorenom „Staro selo”, spomenik kulture. Muzej na otvorenom Staro selo u Sirogojnu, član je Asocijacije evropskih muzeja na otvorenom još od svog prvog predstavljanja na konferenciji u Rožnovu u Čehoslovačkoj 1990. god.

Danas muzej predstavlja posebnu turističku destinaciju, uklopljenu u širi program turističke ponude Zlatibora i beleži veliku posećenost. Osnovan je 1980. godine i na otvorenom prostoru prikazuje arhitekturu, unutrašnje uređenje zgrada, način privređivanja i organizaciju porodičnog života ljudi brdsko-planinskih predela Zlatibora, ali i jugozapadne Srbije i šumovitih predela dinarske oblasti. Sve zgrade kao i dvorišta, su opremljene, autentičnim pokućstvom, oruđima i alatima. „Staro selo” obuhvata oko četrdeset objekata sagrađenih od drveta. Čine ga dve okućnice, dvorišta sa stambenim i privrednim objektima. U okućnicama se nalazi po jedna zlatiborska dvodelna kuća brvnara sa visokim, četvoroslivnim krovom, pokrivenim šindrom. Uz kuću su vajati, u kojima su stanovali mlađi parovi porodične zajednice. Domaćinstva imaju mlekara, ambar, koš-salaš za kukuruz, kačaru sa kazanom za pečenje rakije, po jednu hlebnu peć, pčelinjak i sušionicu za šljive. Staje za stoku sagrađene su izdvojeno od osnovnog

⁴⁵ www.zlatibor.com/stranice/floraifauna, februar 2010

⁴⁶ prvi sveštenik i rodonačelnik poznate loze Smiljanića u kojoj je kroz 16 generacija bilo 8 sveštenika, a poseban značaj u crkvi predstavlja ikonostas, rad poznatog slikara iz 18. veka Simeijona Lazovića.

dvorišta. U cilju oživljavanja celine, deo objekata dobio je novu namenu, kao što su radionice za izradu predmeta zanatske radinosti, prodavnice suvenira i objekti za smeštaj gostiju. Sirogojno etno-selo je proglašeno kulturnim spomenikom Srbije.

Sirogojno može pružiti niz sadržaja, kao što su organizovanje revija zlatiborskih pletilja na letnjoj pozornici ili biblioteci, posela kraj ognjišta, a organizovanje letnjih škola tradicionalnih zanata (grnčarstvo, tkanje, škola mozaika i grafičkih veština) je postala već dugogodišnja praksa. Svaki gost se dočekuje na tradicionalan način uz posluženje (pogača, so i domaća rakija), a služe deca u narodnoj nošnji. Sirogojno ima mogućnosti za obilazak starih spomenika kulture: Stopića pećina u Rožanstvu, crkva u Dobroselici, srednjevekovna crkva u Karanu, kao i crkva Sv. Petra i Pavla u Sirogojnu, kao i mogućnost da se obiđe vodenica-potočara i ruča u selu Gostilju, gde se nalazi vodopad na reci Katušnici, rodna kuća Dimitrija Tucovića i banja Vapa sa izvorima lekovite vode, ali i da obiđe manastire u Ovčarsko-Kablarskoj klisuri. Turisti mogu da posete turistički centar na Zlatiboru, Nacionalni park Tara, „Drvengrad” poznatog režisera Emira Kusturice, Mokru Goru, kao i da se provozaju „Šarganskom osmicom”.

Etno-selo raspolaže sa konacima-apartmanima, kapaciteta 28 ležaja. Svaki apartman ima dnevni boravak sa kaminom, čajnu kuhinju, kupatilo i TV. Gosti imaju mogućnost pripremanja hrane u svom apartmanu ili se opredeljuju za ishranu u krčmi, koja se nalazi u sklopu sela. Sedam objekata, čiji su enterijeri prilagođeni potrebama boravka savremenog čoveka, nalaze se u neposrednoj blizini krčme. Svaki konak ima čajnu kuhinju, dnevni boravak sa kaminom, televizorom i telefonom, spavaću sobu i kupatilo. Na slici 13. i 14. predstavljeni su konaci u selu Sirogojno, a na slikama 15. i 16. predstavljena je krčma u selu Sirogojno.

Slika 13,14: Konaci u selu Sirogojno



Izvor: http://www.jat-airlift.com/active/sr/latin/home/main_navig/ponude_u_srbiji/seoski_turizam/sirogojno.html

Deo kulturnog nasleđa svakog naroda je ishrana. Negujući tradicionalni način pravljenja jela, u krčmi se posetiocima svakodnevno nude sir, kajmak, pršuta, heljdpita, pogačice od crnog brašna i drugi specijaliteti po kojima je Zlatibor poznat.⁴⁷

Slika15,16: Krčma u selu Sirogojno



Izvor: http://www.jat-airlift.com/active/sr/latin/home/main_navig/ponude_u_srbiji/seoski_turizam/sirogojno.html

Sedamdesetih godina 20. veka, Sirogojno je postalo poznato po proizvodnji rukom rađenih džempera. „Moda Sirogojno” postala je poznata širom sveta: u Parizu, Rimu, Londonu, Beču, Briselu, Kopenhagenu, Tokiju, Moskvi, itd. Danas „Sirogojno CO” nastavlja proizvodnju visoko kvalitetnih ekskluzivnih modela na domaćem i svetskom tržištu pod imenom „Sirogojno Style”, koji se mogu kupiti u prodajnom salonu „Sirogojno CO”. Danas je delatnost firme Sirogojno Company usmerena na tri osnovne aktivnosti;

- proizvodnja rukom rađenih vunениh odevnih predmeta,
- poljoprivreda – otkup, prerada i izvoz zamrznutog voća i
- ruralni turizam.

Da bi se spasili od zaborava stari zanati, etno muzej STARO SELO ponudio je saradnju mladim ljudima ovog kraja. Na prvi poziv Muzeja odazvalo se 120 zainteresovanih, a vremenom, stasali su novi majstori koji rezbare drvo, pletu korpe, prave zemljane posude, kuju...rade sve ono što i njihovi preci i na način kako se tada radilo.⁴⁸

⁴⁷ http://www.jat-airlift.com/active/sr/latin/home/main_navig/ponude_u_srbiji/seoski_turizam/sirogojno.html, februar 2010

⁴⁸ http://glassrbije.org/.php?option=com_content&task=view&id=35494&Itemid=114, januar 2011

Selo Sirogojno predstavlja dobar primer razvoja ruralnog turizma u našoj zemlji. Infrastruktura je razvijena, skoro svi imaju električnu energiju i telefon što nije slučaj sa drugim selima u Republici Srbiji, zatim izgrađeni smeštajni kapaciteti, neguju se tradicionalni načini pravljenja jela, bogata turistička ponuda i prilično dobra promocija.

Salaš 137

Teorija turizma ne poznaje pojam salašarski turizam. Najčešće korišćeni termin je ruralni turizam kao jedna vrsta turizma od posebnog interesa pod kojim se podrazumevaju aktivnosti i usluge u organizaciji ruralnog stanovništva, koje se uglavnom odvijaju na porodičnim domaćinstvima sa pretežnim ciljem da se stvore dodatni prihodi. Akcenat se stavlja na doživljaj uz tradicionalno gostoprimstvo i predstavljanje ruralne sredine i životnih vrednosti lokalnog stanovništva. U Vojvodini postoji nekoliko udruženja salašara. Jedno od najbrojnijih je Fond „Salaši Vojvodine” koji ima 120 članova i to ne samo vlasnika i ljubitelja salaša, nego i onih koji mogu da doprinesu edukaciji. Udruženje salašara postoji na nivou Turističke organizacije Vojvodine. Udruženje se bavi formiranjem turističkog proizvoda salaša, povezivanjem članstva i razmenom iskustava i informacija, unapređenjem kvaliteta turističke ponude ovog segmenta, promocijom salaša i njihove specifičnosti, pitanjima zakonske regulative i standardizacije salaša.⁴⁹

Kroz Strategiju razvoja turizma Srbije (2009) razmatraju se i neophodni preduslovi za kvalitetniji nastup na tržištu u oblasti ruralnog turizma. Pri tom se najpre pominju standardi, internet sajtovi i katalozi objekata. Nešto se uradilo samo kada su u pitanju internet prezentacije, jer nekolicina salaša ima svoje prezentacije od kojih su neke jako dobre (pa daju mogućnost rezervisanja). Kada je reč o katalozima, uglavnom se radi o flajerima, a jedini objedinjeni, sa salašima oko Novog Sada i etno festivalima, uradio je Turističko-informativni centar Novog Sada, ali još 2004. i 2005. godine (u tiražu od po 5.000 primeraka).

Ono što Strategija predlaže kada je reč o salašima, jeste razvojni model „Vojvodina 100+1 salaš”, koji podrazumeva najpre pristupanje revitalizaciji i obnovi postojećih,

⁴⁹ Republika Srbija, Autonomna Pokrajina Vojvodina, Izvršno veće, SEKRETARIJAT ZA PRIVREDU, Univerzitet Educons, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica, Marketing strategija turizma Vojvodine, istraživačko razvojni projekat, jun 2009

starih salaša. Programi vezani za ovaj razvojni model uključuju najpre profesionalni razvoj projekata, koji bi trebalo da radi Agencija za razvoj turizma, potom podršku ulagačima i najzad animiranje proizvođača usluga iz okolnih sredina.⁵⁰

Salaši predstavljaju poljoprivredno gazdinstvo, odnosno kuću sa okućnicom u polju, okruženu nepreglednim njivama i samim tim dosta udaljenu od naselja. Najviše ih ima na severu Bačke.

U jednom od najvećih salašarskih naselja u Vojvodinu, u Čeneju⁵¹, nalazi se Salaš 137, koji je sačuvao izgled autentičnog salaša. Nalazi se na 10 km udaljenosti od Novog Sada, a 85 km udaljen od Beograda, na međunarodnom putu E-75. Turističko–geografski položaj Salaša 137, jedna je od najznačajnijih komponenti turističke valorizacije, kako samog salaša tako i čitavog područja u celini. Salaš 137 teritorijalno i administrativno pripada KO Čenej, koja je u sklopu opštine Novi Sad. Na teritoriji opštinskog atara, Salaš 137 se nalazi u njenom severnom delu. Salaš 137 se nalazi u južnoj Bačkoj. Za turistički položaj salaša najveći značaj ima blizina autoputa E-75, koji predstavlja najveći tranzitni put kroz našu zemlju. Udaljenost salaša od auto-puta je 7 km, a od centra Novog Sada 14 km. Uključenjem na put E-75, iz pravca salaša, u pravcu severa ide se ka Subotici i graničnom prelazu sa Mađarskom, koji je udaljen oko 120 km. U suprotnom pravcu putanja puta E-75 je ka Beogradu, Nišu, Skoplju itd. Povoljnom turističkom položaju doprinosi povezanost magistralnih puteva sa svim većim gradovima Vojvodine, kao važnim disperzivnim centrima. Znatno manji značaj u odnosu na drumske saobraćajnice, imaju železnički putevi. Iako samo 4 km istočno od naselja Čenej prolazi železnička pruga, Novi Sad – Subotica, najbliža stanica nalazi se u Novom Sadu. Ovoj konstataciji treba dodati i blizinu čenejskog aerodroma, koji je od salaša udaljen svega nekoliko kilometara, a u funkciji je samo za sportske i poljoprivredne potrebe. U okviru salaša 137 nalazi se restoran sa tradicionalnom vojvođanskom kuhinjom (gibanica, carska pita, štrudla sa makom i orasima, bundevara, rinflajš sa pet sosova, rolovana teletina, ribić na kajmaku, salašarski sote, punjene tikvice,...). Restoran je u tradicionalnom paorskom stilu

⁵⁰ <http://www.ekapija.com/website/sr/page/119833>, februar 2010

⁵¹ Čenej je obuhvaćen projektom „Zelene staze” - Panonske staze mira za pešačenje, vožnju biciklom i trčanje

sa puno starinskih detalja koji podsećaju na prošla vremena. Zgrada u kojoj je smešten restoran zauzima centralno mesto na salašu. Restoran Salaša 137 podeljen je u 3 celine. Prva celina je zatvoreni deo restorana koji raspolaže sa 70 mesta raspoređenih u 3 sale, drugu celinu čini bašta ispred kuće, kapaciteta 80 mesta, a treću celinu „gazebo“ (letnja bašta) od 150 do 200 mesta, zavisno od potrebe. Sav inventar, uključujući stolice, stolove, klupe, stolnjake, skupljan je po Vojvodini.

Salaš 137 je postao sedište kluba „Convivium Slow Food Vojvodina“. Klub je osnovan kao deo internacionalnog pokreta „Spora hrana“ (Slow Food), sa željom da se probudi osećaj za uživanje u hrani i kvalitetnom piću, tj. kao reakcija na sve one restorane brze hrane koji su preplavili svet i u kojima se ljudi sve češće hrane zbog nedostatka slobodnog vremena. „Convivia“ (gošćenje, gozba, čašćenje) je lokalno udruženje Pokreta „Spora hrana“ koji postoji u 35 zemalja sveta, a čiji je cilj da se istaknu lokalni kulturni, istorijski i kulinarski kvaliteti. Ovde se prvenstveno promoviše vojvođanska, a zatim i šira regionalna, pa i najpoznatija evropska kuhinja i njihovi specijaliteti.

Na salašu hrana je domaća i zbog toga imaju svoju farmu od 60 koza. Preradom mleka dobija se koziji sir koji prave sa tartufima, mirođijom ili orasima. Ćurkama, kokoškama, morkama, svinjama, kao i mlekom i jajima snabdevaju se sa komšijske farme.

Snabdevanje jagnjetine, kajmaka i goveđe pršute je sa Zlatibora, a sva testa uključujući i hleb prave sami. Sa nekoliko salaša koji se bave organskom proizvodnjom povrća i imaju sertifikat Poljoprivrednog fakulteta u Novom Sadu, sarađuju već dugi niz godina. Od skoro, usluga u restoranu je po principu „*a la card*“. Salaš 137 pruža i sledeće usluge:

- parking prostor (do 30 automobila),
- rekreativno jahanje (sa instruktorom),
- pansion za pse,
- vožnja fijakerom,
- mali fudbal, odbojka, badminton,
- sauna, masaža i mala teretana,
- gađanje lukom i strelom,
- vežbalište za golf,
- paint ball,

- vožnja biciklom,
- pečenje rakije, spremanje ajvara, svinjokolji.

Poslovni ljudi mogu iznajmiti prostor za sastanke, a deci je obezbeđeno igralište.⁵² Gosti su prvenstveno familije koje dolaze na vikend, a radnim danima poslovni ljudi koje u glavnom dovode njihovi domaćini iz Novog Sada. Sve češće kompanije ovde organizuju višednevne seminare, „tim bildinge”, sastanke upravnih odbora i sl. Od stranaca, osim poslovnih ljudi, dolaze lovci i gosti koji su ponudu salaša pronašli na internetu, u vreme sajмова, festivala EXIT-a i sličnim prigodama. Većinu salašarskih turista, oko 85%, čine domaći gosti. To je u skladu sa svetskim iskustvima koje govori da se ovaj vid turizma i zasniva na gostima koji su od smeštaja udaljeni najviše dva, dva i po sata vožnje kolima. Na slici 17. predstavljeno je igralište za decu, na slici 18. kočije, a na slici 19. konjički turnir na slašu 137.

Slika 17. Igralište za decu



Slika 18. Kočije



Slika 19. Konjički turnir



Izvor: <http://www.jat-airlift.com/active/sr-l>

[atin/home/main_navig/ponude_u_srbiji/seoski_turizam/sirogojno.html](http://www.jat-airlift.com/active/sr-latin/home/main_navig/ponude_u_srbiji/seoski_turizam/sirogojno.html), februar 2010.

Svi objekti koji danas postoje nalaze se na mestu gde su bili i nekadašnji. Građeni su od cigle, a natkriveni starim crepom koji je prikupljen sa krovova starih kuća, sa cele teritorije Vojvodine. Letnja bašta i štale su natkriveni trskom, što odaje poseban utisak autentičnosti. Podovi objekata obloženi su pločicama i starim ciglama, dok je u sobama kombinacija drvenog poda, i pločica u kupatilu. Kao i crep po selima Vojvodine sakupljani su i stara cigla i nameštaj. Starom ciglom je popločano dvorište, a nameštaj je

⁵² www.salas137.rs, februar 2010

restauriran tako da ništa na njemu nije promenjeno. Čak je i raspored po sobama autentičan. Recepcija je opremljena starim vojvođanskim nameštajem koji je restauriran, tako da nema klasičan pult već stari trpezarijski sto koji zauzima centralni deo, komode i stari presvučeni kanabet. Od starog ormarića koji je izdeljen malim fiokama, napravljen je odeljak za čuvanje ključeva od gostinskih soba. Ranije je bio deo inventara neke stare seoske apoteke, a služio je za skladištenje lekova. Pored ulaznih vrata, u recepciji se nalazi stara staklena vitrina u kojoj su izloženi suveniri, koji se mogu kupiti kod recepcionera. Ponuda suvenira je velika i u duhu stare Vojvodine, a sa logom Salaša 137. Veoma zanimljive su figurice pravljene od testa u obliku kuća i konja, kao i gipsane figurice koje su ujedno i magneti. U ponudi su i razglednice, kecelje, kačketi, potkovice i kuvarska kapa takođe sa logom salaša. Veoma zanimljiv detalj je papir za pakovanje suvenira koji i sam predstavlja suvenir. Tekstovi i slike su vađeni iz raznih časopisa koji su se bavili temom Salaša 137. U potkrovlju su smešteni biblioteka i tv sala. Smeštajni kapacitet čini 14 soba. Sobe su opremljene starinskim nameštajem koji je restauriran, TV uređajem i mini linijom. Grejanje u sobama je na stare kaljeve peći koje gosti sami lože i koje se nalaze između kupatila i sobe tako da greju obe prostorije. Za turističku ponudu Salaša 137 karakterističan je veliki broj javnih dešavanja. Nekada sami organizuju, a nekada u saradnji sa sportskim klubovima, umetničkim društvima, poslovnim saradnicima, državnim institucijama i drugim organizacijama.

Na salašu je mnogo zanimljivih događaja kao što su:

- večera „Noć tartufa“ u organizaciji „Spora hrana Vojvodine“,
- Lovački bal internacionalnog Safari kluba,
- promocija časopisa „Svet pića“ uz prikladan program i degustaciju pića,
- promocije i degustacije raznih vinskih kuća: „Caldirolla“, „Erzetic“, „Movia“, „Kabai“, „Emporio“, „Fox“, „Vipava“ i druge,
- svečani ručak za učesnike međunarodne smotre staro-vremenskih vozila (oldtimer) pod pokroviteljstvom Skupštine grada i Pokrajinske skupštine.

Na osnovu svega navedenog zaključuje se da salaš 137 predstavlja dobar primer razvoja salaša kao specifičnog ruralnog smeštaja i bogate ponude aktivnosti i doživljaja za turiste.

Oba analizirana primera daju dobar primer očuvanja, prezentacije i afirmacije lokalne tradicije i identiteta, prenošenje znanja i veština novim generacijama, upotreba starih lokalnih proizvoda i recepata (gastronomska ponuda), kontakt sa lokalnim stanovništvom. Pored toga niskom cenom usluga u ruralnom turizmu konkurentni su u odnosu na smeštaj susednih zemalja.

3.3.3. Mogućnosti za razvoj ruralnog turizma u Srbiji

Srbija ima povoljan saobraćajno-geografski, ali istovremeno veoma osetljiv geostrateški položaj. Značaj saobraćajno-geografskog položaja ogleda se u tome da preko teritorije Srbije prolazi drevni koridor još iz antičkih vremena *Via militaris* kojim se ostvaruje najkraća kopnena veza između Evrope i Azije, odnosno Bliskog Istoka. Geostrateški položaj Srbije je određen činjenicom da se Srbija nalazi na kontaktu velikih Evropskih regiona, odnosno na raskrsnici puteva prema Centralnoj Evropi – Podunavlju, Mediteranu – Južnom Jadranu i Alpima.⁵³

Evropa je u zadnjih nekoliko decenija svetski lider u ponudi ruralnog turizma, a trendovi pokazuju da će to i ostati u sledećih 5-10 godina. Srbija ima veliki potencijal ovog proizvoda, zbog očuvane prirode, te tradicionalnih i autohtonih vrednosti.⁵⁴

Bogatstvo, očuvanost i atraktivnost prirodnih resursa, velik broj tradicionalnih poljoprivrednih domaćinstava, kao i sve veći interes međunarodnog turističkog tržišta za doživljajima ruralnog turizma, prilično su čvrsta podloga za razvoj ruralnog turizma u celoj Srbiji, a posebno u njenom jugozapadnom i jugoistočnom delu.

U Strategiji prostornog razvoja Republike Srbije (2009) pominju se područja sa uslovima za razvoj ruralnog turizma, a to su planinska, prigranična i druga periferna područja, sa slabim prirodnim potencijalima za poljoprivredu i druge delatnosti i ujedno povoljnim geografskim položajem i potencijalima za razvoj turizma i integraciju komplementarnih aktivnosti u turističku ponudu. Zajedno sa razvojem ruralnog turizma, predviđene su i mere populacione i socio-ekonomske politike, modernizacija i izgradnja odgovarajuće infrastrukture. U skladu sa osnovnim dugoročnim ciljevima, konceptom i kriterijumima

⁵³ Strategija prostornog razvoja Republike Srbije, 2009-2020, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja, Republika Srbija, str. 11, 12.

⁵⁴ Strategija razvoja turizma Republike Srbije, (2006), Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, str. 90.

razvoja i organizacije turističke ponude, razvoj turizma na selu, kao komplementarnog u ukupnoj turističkoj ponudi Srbije posebno se vezuje za sledeće turističke regije – Kopaonik, Goliju, Taru, Zlatibor, Zlatar, Valjevske planine i gornju Tisu. Imajući u vidu napred pomenuto pozicioniranje turističke delatnosti u Strategiji prostornog razvoja Republike Srbije (2009), može se očekivati da će i u Srbiji jačati interes za intenzivnijim, organizovanim i kvalitetnijim razvojem ovog vida turizma.

Ruralni turizam je važan proizvod budućeg turizma Srbije, kojim će Srbija da pokaže svoju orijentisanost prema prirodi i održivom razvoju turizma. Ruralni turizam Srbije je kroz svoje regije vrlo disperziran i pruža različite oblike doživljaja kako u vizuelnom smislu (arhitektonskom), tako i osećajnom (prizori, mirisi).

Marketinški se kreiraju posebni paketi sa doživljajima salaša, ruralnih resorta kao i posebna vrsta kampinga u ruralnom predelu.⁵⁵

U poslednje vreme u Srbiji se postepeno razvija i proizvod ruralnog turizma koji u različitim delovima dobija različite forme ponude. Tako se u zapadnom delu Srbije ovaj proizvod oblikuje na bazi revitalizacije starih ruralnih srpskih kuća, dok se u Vojvodini sve više prepoznaje ponuda salaša, kao tipičnog vojvođanskog ruralnog iskustva povezanog s aktivnostima.⁵⁶

Ključni proizvodi ruralnog turizma u Srbiji su:

- Agroturizam i ruralno iskustvo u seoskom okruženju na različitim lokacijama, posebno u zapadnoj i istočnoj Srbiji;
- Eko-ruralni turizam;
- Etno-ruralni turizam;
- Kombinovani oblici ruralnog turizma i specijalnih interesa - npr. biciklističke ture po ruralnim područjima, posete lokalnim seoskim manifestacijama i sl.⁵⁷

S obzirom na trenutnu nedovoljnu strukturisanost i organizaciju ruralnog turizma kao prepoznatljivog samostalnog turističkog proizvoda Srbije, adekvatna konkurentska strategija podrazumeva nekoliko međusobno povezanih koraka:

- kreiranje jasne vizije razvoja ovog proizvoda povezano s modernim svetskim trendovima razvoja ovog proizvoda;

⁵⁵ Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, (2006), Strategija razvoja turizma Republike Srbije, str. 25.

⁵⁶ Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, (2006), Strategija razvoja turizma Republike Srbije, str. 14.

⁵⁷ Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, (2006), Strategija razvoja turizma Republike Srbije, str. 136.

- definisanje ključnih turističkih područja ruralnog turizma;
- postepeno unapređivanje kvaliteta postojeće ponude, te kreiranje sistema klasifikacije i kategorizacije;
- izbor tri do četiri green field inovativna projekta kako bi se razvojem istih uspostavio model i eventualno brend srpskog ruralnog turizma;
- tržišna komercijalizacija putem Interneta i sistema direktne prodaje, odnosno putem specijalizovanih putničkih agencija.

Srbija ima šanse da u razvoju ovog proizvoda na novim lokacijama izabere strategiju diferencijacije, posebno u planinskom i ekološki besprekornim delovima Srbije povezanim s aktivnostima. TOS i lokalne turističke organizacije treba da imaju ključnu ulogu u razvoju inicijalne kulture i afirmacije ovog proizvoda, kao i početnu edukaciju lokalnog ruralnog stanovništva kao nosioca. S obzirom na globalno širenje ruralnog turizma kao proizvoda budućnosti, međuregionalna kao i međunarodna saradnja je ovde posebno važna. Konačno, jak uzlet u razvoju kulture ruralnog turizma kao diferenciranih ruralnih proizvoda nije moguć bez celovitog nacionalnog projekta i u tu svrhu stvaranja Nacionalne asocijacije za ruralni turizam.

20.07.2010. godine u Beogradu je osnovana Nacionalna asocijacija za ruralni turizam, koja će se baviti unapređenjem, razvojem i promocijom te vrste turizma. Nacionalna asocijacija je nevladina organizacija, a njeni članovi mogu biti sva pravna i fizička lica koja poštuju načela asocijacije i uredno plaćaju članarinu. Cilj asocijacije je povećanje prihoda Srbije od prirodnog i ruralnog turizma. Nacionalna asocijacija će raditi i na zaštiti kulturnog i istorijskog nasleđa Srbije, pripremi projekata za očuvanje prirode i promociji zaštite prirode.⁵⁸

Prema Strategiji prostornog razvoja Republike Srbije, (2009-2020), zaštita, uređenje i održivo korišćenje prirodnog i kulturnog nasleđa i prirodnih resursa, činiće osnov identiteta Srbije i njenih regionalnih celina, ali i temelj budućeg privrednog/turističkog razvoja. U skladu sa prioritetima prostornog razvoja Srbije biće potrebno insistirati na daljem razvoju mreža zaštićenih prirodnih celina i kulturnih predela sa posebnim naglaskom na ekološki odnosno kulturno osetljivim područjima. Prirodno i kulturno nasleđe će biti štićeno, uređivano i korišćeno prema evropskim standardima sa posebnim

⁵⁸ <http://www.capital.ba/osnovana-nacionalna-asocijacija-za-ruralni-turizam/>, januar 2011

zadatkom povećanja zaštićenih prirodnih celina i sistematizacijom kulturnog nasleđa, kao i implementacijom Firentinske konvencije o predelu, evropskih i svetskih konvencija o zaštiti kulturnog nasleđa, konvencija i deklaracija koje se odnose na biodiverzitet, prirodne podsisteme i druga dokumenta koja je ratifikovala Republika Srbija.⁵⁹

Na bazi izvršene evaluacije svih ključnih faktora uspeha, u Strategiji razvoja turizma, (2006), konstatovano je da trenutno dostignuti nivo konkurentnosti Srbije u sferi ruralnog turizma nije naročito dobar (prosečna ocena 1,5), nezavisno od činjenice da za njegov razvoj postoje svi prirodni, kulturni i socijalni preduslovi (prirodni potencijali, značajno poljoprivredno zemljište, značajan broj poljoprivredno aktivnog stanovništva, tradicionalni pristup poljoprivredi, dobar potencijal za agroturizam, nezagađenost tla hemijskim supstancama i mogućnost proizvodnje „zdrave hrane”, dobar potencijal za razvoj komplementarnih aktivnosti kao što su jahanje, gađanje lukom i strelom, tradicionalni lokalni gastronomski specijaliteti i sl.).

Swot analiza ruralnog turizma u Srbiji predstavljena je u tabeli 4.

Tabela 4. Swot analiza ruralnog turizma u Srbiji

PREDNOSTI	SLABOSTI
• Srbija je jedna od 5 evropskih centara biodiverziteta • Posедуje predele izuzetnih prirodnih odlika • Veliki broj banja i termalnih izvora • Šume, reke, jezera, mogućnost lova, ribolova • Potencijali za ruralni turizam • Očuvana lokalna tradicija i ruralni predeli	• Neadekvatno upravljanje otpadom • Nekonrolisana upotreba đubriva i pesticida • Nedostatak preduzetništva u ruralnim oblastima • Nedostatak stručnosti u ruralnim oblastima • Malo domaće tržište • Slaba diverzifikacija ekonomskih aktivnosti

⁵⁹ Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja, Strategija prostornog razvoja Republike Srbije, 2009-2020, Republika Srbija, str. 44.

• Nezagađeno zemljište i voda • Postoje sistemi oznaka kvaliteta za neke proizvode • Tradicionalno gostoprimstvo srpskog naroda	• Visoka stopa inflacije, u poređenju sa EU • Neadekvatna infrastruktura u ruralnim oblastima • Nizak nivo obrazovanja i obučavanja • Visoka stopa nezaposlenosti • Nizak dohodak po stanovniku u ruralnim oblastima, nedostatak društvenog kapitala, nedostatak mogućnosti zapošljavanja u ruralnim oblastima, visok index ruralnog siromaštva • Neodrživo korišćenje prirodnih resursa • Nedovoljno razvijena javna svest o konceptu i značaju ruralnog razvoja • Organizacione slabosti malih i srednjih preduzeća u ruralnim oblastima • Veoma slaba saradnja između različitih ministarstava u pogledu politike ruralnog razvoja • Sporo usklađivanje propisa sa propisima EU • Ograničeni kapaciteti za praćenje kvaliteta prehrambenih proizvoda i standarda bezbednosti
ŠANSE	PRETNJE
• Mogućnosti za bolju zaštitu prirodne sredine • Očuvanje agrobiodiverziteta i dobrog kvaliteta zemljišta i vode • Podsticaji poljoprivrednicima s ciljem	• Neodrživo korišćenje prirodnih resursa • Brze promene u zahtevima potrošača i u trendovima potrošnje • Sve veća konkurencija na međunarodnim tržištima

zaštite životne sredine i održivog korišćenja prirodnih resursa • Sve veće međunarodno tržište turizma, ruralnog/eko turizma itd. • Promenljivi ukusi potrošača i novi trendovi u stvaraju nove tržišne politike, npr. sve veća potražnja za organskim i tradicionalnim prehrambenim proizvodima sa oznakom geografskog porekla • Razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetništva u ruralnim oblastima • Bolja diverzifikacija ruralnih oblasti	• Nedostatak radne snage u nekim specijalizovanim delatnostima ruralne ekonomije (npr. u turizmu) • Pojavljivanje snažnih međunarodnih brendova na sve integrisanijem evropskom tržištu može biti pretnja srpskim uslužnim delatnostima • Sve više zastoja na polju razvoja infrastrukture • Problemi pristupa tržištima zbog neispunjavanja standarda o bezbednosti i kvalitetu hrane • Nedostatak finansijskih sredstava za podršku sprovođenja agroekološki mera
---	---

Izvor: Prilagođeno na osnovu: Republika Srbija, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Nacrt strategije ruralnog razvoja 2010-2013, str. 40, 41, 2011

SWOT analizom ruralnog turizma je ukazano koje su jake i slabe tačke ruralnog turizma Srbije, kao i šanse i pretnje iz okruženja. Da bi se u što većoj meri iskoristile mogućnosti, tj. da bi ruralni turizam Srbije postao prepoznatljiv i na međunarodnom tržištu, neophodno je kontinuirano raditi na obezbeđivanju kvalitetne ponude. To podrazumeva ispunjenje velikog broja elemenata, koji su navedeni u SWOT analizi. Iako su brojne slabosti i pretnje, uz zajedničke napore svih subjekata koji su uključeni direktno ili indirektno u proces kreiranja i pružanja usluga u ruralnom turizmu, moguće ih je vremenom prevazići.

Imajući na umu činjenicu da je ovaj turistički proizvod u velikoj meri namenjen domaćem stanovništvu, a samo svojim manjim delom inostranim gostima, direktno je povezan sa stepenom društveno-ekonomskog razvoja zemlje, odnosno raznim oblicima subvencija, beneficiranih kreditnih uslova, kao i drugih oblika direktnog podsticanja razvoja ruralnih područja. Reč je o proizvodu koji treba razvijati na duži rok. Razvojem,

a potom i komercijalizovanjem proizvoda „Ruralni turizam”, ne samo da će se direktno doprineti ravnomernijem privrednom razvoju zemlje i smanjivanju nejednakosti u raspodeli društvenog bogatstva između urbanih i ruralnih područja, već će se na efikasan način dugoročno zaštititi, a time i sačuvati najvredniji prirodni resursi.⁶⁰

⁶⁰ Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, (2006), Strategija razvoja turizma Republike Srbije, str. 128.

4. ULOGA KLJUČNIH AKTERA U RAZVOJU RURALNOG TURIZMA

Ruralni turizam i njegov razvoj se ne mogu tretirati odvojeno od aktivnosti zajednice, odnosno ruralni turizam mora biti integrisan sa inicijativama razvoja zajednice.

Upravljanje, saradnja i kooperacija u poslovanju su preduslovi uspostavljanja razvoja ruralnog turizma, mrežnog poslovnog povezivanja, partnerstva i regionalnih tela (institucija). Cilj je poslovanje za opšte dobro (kolektivni interes).

Strategija razvoja ruralnog turizma i njena realizacija nužno mora da se odvija kroz saradnju ne samo na nivou lokalnih zajednica već i kroz regionalnu kooperaciju i integraciju u šire internacionalne programe. Povezivanje sa nacionalnim i međunarodnim asocijacijama, čija je delatnost vezana ne samo za razvoj ruralnog turizma već i za integralni i održivi razvoj u celini, pored toga što omogućava razmenu informacija i iskustava i usvajanje metodologija doprinosi i efikasnom marketingu.

4.1. Uloga republičkog nivoa upravljanja

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede je prepoznalo ruralni turizam kao jednu od aktivnosti ruralne ekonomije, koja će kroz programe ruralnog razvoja biti podržavana u narednom periodu, a sve u cilju razvoja ruralnih područja i poboljšanja kvaliteta života na selu. Ministar poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, potpredsednik Vlade i ministar ekonomije i regionalnog razvoja, stalni koordinator UN u Srbiji i ambasador Španije potpisali su zajednički programski dokument „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“. Planirano je da projekat počne da se realizuje u oktobru 2010. godine i da traje do aprila 2012. godine, pri čemu će značajan deo sredstava biti usmeren na investiranje u ruralni turizam, kao i na razvoj višegodišnjeg programa ruralnog razvoja.

Nacionalni partneri u ovom projektu su Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja i Turistička organizacija Srbije. Pored toga, program će biti sproveden u partnerstvu sa drugim ključnim akterima, među kojima su i Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja, Ministarstvo

prosvete, Privredna komora Srbije i Zavod za zaštitu prirode.⁶¹

Program „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ trajeće 30 meseci i u njegovom sprovođenju sarađivaće pet agencija Ujedinjenih nacija - UNDP, FAO, UNSTO, UNICEF i UNEP,⁶² a vodeći nacionalni partneri u sprovođenju programa biće Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja i Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede. Predloženi program cilja na dva ključna rezultata - prvi je usmeren na razvoj strategije na nacionalnom nivou, a drugi na planiranje i razvoj destinacija na lokalnom i regionalnom nivou.⁶³

Za održivi razvoj turizma i ruralnog turizma veoma je značajna kooperacija i koordinacija sa strategijom i programima razvoja drugih ministarstava (npr. infrastrukture, životne sredine, kulture i dr.), javnih preduzeća (za puteve, energetiku, vodoprivredu i dr.) i ustanova (kulture, zdravstvena obrazovanja i dr.).

TOS - Turistička organizacija Srbije - osnovana je 1994. godine kao vladina organizacija za obavljanje poslova u cilju afirmisanja njenih turističkih vrednosti i mogućnosti. TOS obavlja poslove:

- 1) promocije turizma Republike Srbije;
- 2) koordinacije aktivnosti turističkih organizacija, privrednih i drugih subjekata u turizmu, koji deluju neposredno i posredno na promociji turizma;
- 3) organizovanja istraživanja turističkih tržišta za potrebe promocije turizma Republike Srbije;
- 4) istraživanja tržišta u oblasti kongresnih, sajamskih, sportskih i kulturnih događanja;

⁶¹ <http://www.prsp.gov.rs/vest.jsp;jsessionid=741521C72A93B1FC141B5AAC61590F6F?id=689>, mart 2010

⁶² UNDPO – United Nations Development Programme Organization,
FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations,
UNSTO – United Nations Supervision Organization,
UNICEF – United Nations Children 's Fund,
UNEP – United Nations Environment Programme.

⁶³ <http://www.mojafarma.rs/index.php/20091205562/Ruralni-razvoj/Novosti/i-donje-podunavlje-u-programu-ruralnog-razvoja.html>, mart 2010

5) obezbeđivanja inoformativno-propagandnog materijala kojim se promovišu turističke vrednosti (štampane publikacije, audio i video promotivni materijal, internet prezentacija, suveniri itd.);

6) formiranja i razvijanja jedinstvenog turističko-informacionog sistema i njegovog povezivanja sa drugim informacionim sistemima u zemlji i inostranstvu; i druge aktivnosti.

TOS vrši promociju ruralnog turizma na svim većim sajmovima, zatim putem medija, ima saradnju sa lokalnim turističkim organizacijama na teritoriji Srbije, izdaje brošure i u svojim prostorijama organizuje razne konferencije za informisanje i edukovanje o ruralnom turizmu.

4.2. Uloga lokalnog stanovništva

Važnost zajednice, odnosno opšte prihvaćena uloga zajednica u ruralnom turizmu se ogleda u sledećem:

- Pružanje esencijalnog socijalnog povezivanja određenog prostora i njegovih stanovnika,
- ostvarivanje veze između lokalnog i globalnog – zajednice su primaoci i pošiljaoci u procesu globalizacije,
- potencijalno žarište otpora prema homogenizaciji kojom pretila globalizacija.

Lokalne zajednice treba da imaju značajno sudelovanje u projektima koji se odnose na primenu održivog turizma u njihovim sredinama kroz ohrabljivanje za učešće i polaganje prava svojine, samim tim što je učešće zajednice neophodno kao preduslov za održivost turističkog projekta.

Kadrovski, tehnički i organizaciono, lokalne samouprave (LSU), u Srbiji su još uvek nedovoljno osposobljene da se angažovanije bave ruralnim razvojem. U većini LSU su uglavnom osnovane Kancelarije za pomoć selu/poljoprivredi i deo budžeta je odvojen za razvoj sela i poljoprivrede. LSU uglavnom nemaju planove razvoja poljoprivrede i sela, niti programe razvoja turizma i u tim okvirima programe razvoja ruralnog turizma.

LSU su u prethodnom periodu najviše radile na izgradnji i/ili popravci infrastrukturnih objekata, unapređenju socijalne i zdravstvene zaštite, razvoju ruralnog turizma,

organizaciji različitih ruralnih manifestacija i stvaranju institucija koje bi zastupale interese poljoprivrednih proizvođača. Takođe, u velikom broju slučajeva LSU pomažu rad postojećih stručnih službi. Farmerima se pokušava pomoći kroz edukativne programe, poboljšanu informisanost, olakšane administrativne poslove, ali i obezbeđenje poljoprivrednog osiguranja, odobravanje tzv. „beskamatnih kredita“, nabavku inputa, sistema za navodnjavanje itd. LSU takođe podstiču razvoj određene poljoprivredne proizvodnje kroz davanje subvencija, premija ili regresa.⁶⁴ Sve ove aktivnosti su značajne i za razvoj ruralnog turizma.

Ruralni turizam pruža mogućnosti na kojima se može bazirati lokalna i regionalna strategija (ne pruža dobrobit samo pojedincima ili određenim interesnim grupama). Zbog toga, njegov uspešan razvoj zavisi od strateške saradnje koja uključuje širok spektar interesnih grupa. Efektivna partnerstva javnog i privatnog sektora su osnova za održivi razvoj. Ali dok je učešće javnog sektora dobrodošlo, inovacije treba i često dolaze iz privatnog sektora od strane onih koji žive i rade na tom području.

4.3. Kooperacija nivoa upravljanja

Razvoj ruralnog turizma se odvija u uslovima povećane svesti o potrebi primene koncepcije odgovornog i održivog razvoja i neodvojivo je povezan sa aktivnostima lokalne zajednice i integrisan sa inicijativama njenog razvoja. Na sadašnjem nivou razvoja ruralnog turizma u Srbiji kooperacija pojedinačnih aktera u turističkoj ponudi se najčešće odvija na nivou turističkih organizacija lokalne samouprave, retko agencija ili drugih organizacija. Nedostatak ovakvog vida organizacije se ogleda u činjenici da je, sa manjim izuzecima, ruralni turizam marginalizovan u odnosu na druge vidove turizma. Zbog toga je udruživanje na lokalnom nivou, kroz formiranje lokalnih udruženja ili mreža koje se bave ovom vrstom turizma od izuzetnog značaja za afirmaciju svih učesnika u ruralnom turizmu. Kooperacija u marketingu i organizaciji posebnih sadržaja je, na primer, izuzetno značajna za mala turistička preduzeća (farme, plantaže i sl.) u ruralnim regionima. Svako od njih pojedinačno teško postiže propagandni uspeh, ali

⁶⁴ www.exchange.org.rsuploaddocumentspodrskasrRuralni%20razvoj.pdf - Hopić Senad, januar 2010

zajedno mogu da imaju efikasan marketinški nastup. Kroz lokalna udruženja može da se postigne efikasnije prevazilaženje finansijskih i drugih teškoća. U okviru studije European Commission, Tourism Directorate (1998) koja obuhvata komparativnu analizu 15 studija slučaja u zemljama EU partnerstvo i kooperacija se navode kao jedan od principa neophodnih za uspeh turističke destinacije. Neophodno je male turističke preduzetnike, srodne organizacije i lokalne grupe motivisati i organizovati za zajednički rad na podizanju kvaliteta u destinaciji, a njihov dobar odnos redovno održavati. Uspeh podrazumeva: izbor prave oblasti u kojoj bi se počelo, efikasne strukture za upravljanje i koordinacija lokalnih delatnosti, uključenje šire zajednice, i dobru informisanost. Studije slučaja pokazuju da nevladine organizacije mogu da imaju odlučujuću ulogu u aktiviranju stanovništva lokalne zajednice u tercijalni sektor, u uspostavljanju partnerstva sa privatnim sektorom, nalaze finansijsku podršku za poboljšanje kvaliteta, obezbeđuju obuku, konsalting ili druge vrste pomoći određenim grupama. Bez obzira o kom tipu organizacije je reč, sledeći faktori su ključni za uspeh:

- Potpuno učešće lokalnih vlasti, uključujući povezanost sa svim relevantnim oblastima kao što su menadžment zaštite životne sredine, planiranje i transport.
- Obezbeđeno finansiranje tokom razumnog vremenskog perioda.
- Povezanost sa regionalnim i nacionalnim turističkim upravama da bi se obezbedila podrška i ekspertiza i izbegle identične akcije.
- Jako zalaganje lokalne turističke industrije.
- Priznanje u okviru šire zajednice.
- Mali radni tim, posvećen kvalitetu. U studijama slučaja pokretačka snaga jedne ključne osobe često predstavlja ključ uspeha. Važno je da to postane dugoročna posvećenost koju svi dele.⁶⁵

Poslednjih godina zahvaljujući sredstvima nacionalnog investicionog plana, Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Srbije, Prirodno-matematički fakultet Department za geografiju, turizam i hotelijerstvo iz Novog Sada je organizovalo program obuke na temu: Edukacija u ruralnom turizmu. Program edukacije je bio namenjen:

⁶⁵ Čomić Lj., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 262-265, Novi Sad

1. Zaposlenima u lokalnoj samoupravi, turističkim organizacijama.
2. Malim preduzetnicima i turističkim domaćinstvima u ruralnim sredinama.
3. Ostalim zainteresovanim za obuku u razvoju, organizaciji i pružanju usluga u ruralnom turizmu.⁶⁶

U ovom trenutku se jedino MPŠV, odnosno Sektor za ruralni razvoj u okviru MPŠV, bavi ruralnim razvojem. Pravni okvir za aktivnosti MPŠV su postojeći zakoni, pravilnici i uredbe. MPŠV je 2006/2007. godine osnovalo Mrežu regionalnih centara za ruralni razvoj. Trenutno postoji 11 regionalnih centara, a svaki od njih obuhvata 10-15 opštinskih kancelarija. Od ovih centara se očekuje da prikupljaju i šire informacije relevantne za određene ciljne grupe, kao i da pojačaju aktivnosti u lokalnoj zajednici. Na slici 20 je predstavljeno takmičenje za najlepše dvorište, koje opštine organizuju kao stimulans uređenja prostora i unapređenja razvoja ruralnog turizma.

Slika 20. Takmičenje u izboru najlepšeg dvorišta u Vlaski



Izvor: www.seoskiturizam.org – novembar 2010

Očekuje se da u narednom periodu opštinski centri postanu lokalne akcione grupe koje će predlagati i sprovoditi projekte, pratiti različite dostupne fondove za ruralni razvoj i baviti se pred-pristupnim fondovima EU namenjenim lokalnom razvoju.

U ovom trenutku u Srbiji ne postoji koordinacija u:

- donošenju sistemskih i strateških dokumenata,
- procesu planiranja i usmeravanja sredstava državne pomoći,

⁶⁶ <http://www.minttu.sr.gov.rs>, januar 2011

- saradnji između različitih Ministarstava,
- saradnji između brojnih institucija i subjekata koji su uključeni u različite aspekte ruralnog razvoja.

Dodatni ograničavajući faktor je činjenica da razvojni programi za ruralne oblasti moraju biti koordinirani između nekoliko ministarstava, pokrajinskih i lokalnih institucija i organizacija. Ovo je teško postići zbog nedostatka efikasnih mehanizama za takvu koordinaciju i integraciju.⁶⁷

4.4. Nevladin sektor

Uloga NVO u ruralnom razvoju značajno varira u pojedinim zemljama dok u nekim zemljama NVO mreža efikasno izlazi u susret potrebama ruralnog stanovništva i artikuliše ih u različite forme svojih aktivnosti, u drugim zemljama njihov uticaj i prepoznatljivost u ruralnim zajednicama minorni su zbog malih kapaciteta i loše povezanosti. U oblasti ruralnog razvoja NVO aktivne su oblasti zaštite životne sredine i promovisanja kulturno-istorijskog nasleđa, edukaciji i socijalnim problemima. Iako se mnoge NVO deklarišu kao relevantne za ruralni razvoj, malo ih je sa konkretno implementiranim projektima u toj oblasti. Ruralno stanovništvo ih ne prepoznaje kao svoje relevantne partnere, jer nije dovoljno upoznato sa njihovim inicijativama i projektima.⁶⁸

Asocijacije nastale povezivanjem na nacionalnom nivou treba da minimiziraju slabosti lokalnih entiteta, odlučujuće su za uključivanje ponude ruralnog turizma u ukupnu turističku ponudu zemlje, kao i za prezentaciju na internacionalnom nivou. Danas se u Srbiji veći broj organizacija bavi različitim aspektima razvoja turizma.

Imajući u vidu prethodno pomenute slabosti u razvoju ruralnog turizma, a po uzoru na asocijacije u zemljama sa razvijenim svim oblicima ruralnog turizma u Srbiji je danas aktivan veći broj udruženja čije je delovanje u oblasti ruralnog turizma (Udruženje preduzetnika u ruralnom turizmu, CenORT - Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma, AEERT - Asocijacija Eksperata u Eko Ruralnom Turizmu).

⁶⁷ www.exchange.org.rsuploaddocumentspodrskasRuralni%20razvoj.pdf - Hopić Senad, januar 2010

⁶⁸ Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Nacrt strategije ruralnog razvoja, 2010-2013, Republika Srbija, str. 32, avgust 2009

AEERT - Asocijacija Eksperta u Eko Ruralnom Turizmu – sa sedištem u Kragujevcu, ima za cilj da promoviše kulturu, razvoj i poslovanje u eko-ruralnom turizmu, a u okviru integralnog i održivog ruralnog razvoja. Aktivnosti AEERT-a su sledeće:

- promocija i unapređenje razvoja eko-ruralnog turizma u okviru integralnog i održivog ruralnog razvoja;
- unapređenje kvaliteta života u ruralnim područjima;
- povezivanje svih aktera uključenih u eko-ruralni turizam i razmena informacija kroz saradnju sa Univerzitetom, stručnim udruženjima i drugim organizacijama u zemlji i inostranstvu čija je delatnost u oblastima značajnim za ekološki i ruralni razvoj;
- kreiranje i promocija istraživanja, studija i projekata u ruralnom razvoju i obezbeđivanja konsultativnog servisa;
- kreiranje i organizacija simpozijuma, seminara, stručnih sastanaka, kurseva;
- objavljivanje naučnih i stručnih rezultata članova Asocijacije u međunarodnim i nacionalnim časopisima, objavljivanje monografija i drugih publikacija kao i učešće članova Asocijacije na naučnim i stručnim skupovima;
- izrada klasičnih, elektronskih i internet prezentacija značajnih za razvoj eko-ruralnog turizma;
- podrška razvoju malih preduzeća u oblasti održivog ruralnog razvoja.⁶⁹

CenORT - Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma - je nevladina, nezavisna i neprofitna institucija koja ima ulogu istraživačkog, savetodavnog, informativno-dokumentacionog i komunikacionog središta za oblast odgovornog i održivog razvoja turizma, odnosno za aktivnosti u vezi sa savremenim tendencijama u razvoju turizma. Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma je osnovan početkom 2001. godine kao udruženje čiji je cilj naučno i stručno istraživanje odgovornog i održivog razvoja turizma, edukovanje i razvijanje svesti o značaju i uticajima turizma na privredni i društveni razvoj. U razdoblju od osnivanja CenORT je posebnu pažnju usmerio ka razvijanju svesti o važnosti održivog razvoja turizma, organizovanju predavanja, učešću u projektima, izdavanju knjiga i publikacija, učešću na međunarodnim i domaćim naučnim i stručnim

⁶⁹ Čomić Lj., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 265, 266, Novi Sad

skupovima, saradnji sa srodnim organizacijama, prvenstveno evropskim, učešću u obeležavanju 2002. kao Međunarodne godine eko-turizma, kao i učešću u radu turističkih berzi i sajмова. Bitan deo svoga rada CenORT je posvetio aktivnostima na unapređenju razvoja eko-turizma, ruralnog i kulturnog turizma, koji predstavljaju bitnu osnovu za održivi razvoj turizma Srbije kao turističke destinacije. Smatrajući da prirodni i ostali resursi predstavljaju realnu osnovu za postizanje bolje pozicije Srbije na međunarodnom turističkom tržištu, CenORT je kao neposredni cilj postavio podršku aktivnostima na razvoju ruralnog turizma. Pri tome se pošlo od stava da uspešan razvoj ruralnog turizma Srbije mora počivati na povezivanju sa srodnim evropskim organizacijama, primeni evropskih kriterijuma i standarda i uključivanju u evropske promotivne aktivnosti. CenORT sarađuje sa više međunarodnih organizacija iz oblasti održivog razvoja turizma, posebno iz Njemačke i Holandije. Smatrajući razvoj ruralnog turizma jednim od prioriteta za razvoj turizma Srbije, kao i za sopstvene aktivnosti na održivom razvoju turizma, CenORT je duže vreme sarađivao sa ECEAT-om – Evropskim centrom za eko i ruralni turizam. Kao rezultat takve saradnje, Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma je, tokom zasedanja Generalne skupštine ECEAT-a u Jarni, Švedska, održanog od 27. do 29. marta 2003. godine, primljen u članstvo ECEAT-a kao član-kandidat. Uz Srbiju, u istu kategoriju članstva ECEAT-a primljene su Slovačka i Španija, dok su u punopravno članstvo primljene Poljska, Slovenija, Finska i Litvanija.⁷⁰

Kooperacija na internacionalnom nivou je od izuzetnog značaja radi upoznavanja aktuelnih trendova u ruralnom turizmu u svetu, usvajanja svetskog i evropskog modela razvoja uz uvažavanje svih specifičnosti i afirmaciju prirodnih, kulturnih i drugih potencijala. Ovo je poseban izazov za zemlje na nižem nivou ekonomskog razvoja jer im omogućava efikasno uključivanje u internacionalno tržište. Značaj kooperacije na internacionalnom nivou je utoliko veći što se interesovanje turista iz ekonomski razvijenih zemalja sve više pomera ka novim destinacijama i sve je više vezano za posebna interesovanja (svi oblici ruralnog turizma: eko-turizam, vinski turizam, etno-turizam...). Na svetskom turističkom tržištu je aktivan veći broj **internacionalnih asocijacija** čija je delatnost vezana za razvoj ruralnog turizma među kojima se izdvajaju

⁷⁰ www.cenort.org.yu – maj 2010

sledeće: EUROGITES, ECEAT, Rural Tourism Internacional Training Network, IAERT.⁷¹

EUROGITES - Evropska federacija za ruralni turizam - povezuje 23 nacionalne ili regionalne asocijacije iz 17 zemalja i ima 65.300 članova. Ciljevi Federacije su:

- da doprinese očuvanju i kvalitetu života u ruralnim oblastima Evrope,
- da ponudi alternativu masovnom turizmu,
- definiše evropski koncept ruralnog turizma,
- kreira standarde ocene kvaliteta u ruralnom turizmu,
- doprinosi očuvanju životne sredine.

ECEAT - Evropski centar za eko i ruralni turizam - je nezavisno i neprofitno udruženje koje okuplja nacionalne ECEAT organizacije u evropskim zemljama. Formirano je 1992. godine, iz pilot programa odmora na organskim farmama u Čehoslovačkoj, a danas se smatra korisnim partnerom u razvoju turizma Češke. ECEAT su osnovale organizacije posvećene razvoju ruralnog, eko, odnosno održivog turizma iz Holandije, Njemačke, Švedske, Češke i Portugala. Osnovni cilj ECEAT-a je razvoj i unapređivanje turizma koji potpomaže razvoj tzv. organske poljoprivrede, održivo korišćenje zemljišta, zaštitu prirode, razvoj sela i zaštitu kulturnog nasleđa. ECEAT je posebno posvećen podršci organizovanju programa za odmor na selu. Ključne reči ECEAT-ovih programa su: neformalni, malog obima, ne ugrožavaju životnu sredinu i odvijaju se u lepim predelima prirode. Većina programa se odvija u područjima koja su idealna za pešačenje, jahanje, biciklizam, posmatranje ptica, sportove na vodi. Osim toga, organizuju se i škole slikanja, učenja stranih jezika, muzički kursevi, učenje tradicionalnih zanata, lečenje. ECEAT International, kao krovna organizacija, i nacionalne ECEAT organizacije evropskih zemalja, imaju četiri osnovna načina rada – delovanje na celokupnoj teritoriji države, obezbeđivanje edukacije za poljoprivrednike koji žele da se bave turizmom, za turiste i javnost, primena održivih kriterijuma kvaliteta pri uključivanju objekata za smeštaj u

⁷¹ Košić T., K., (2009), Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 259-265, Novi Sad

programe putovanja i neposredan rad u korist turista (izrada propagandnog materijala, prvenstveno kataloga i vodiča, primanje i obrada rezervacija smeštaja, posebno za ruralni turizam i priprema programa za organizatore putovanja). Na toj osnovi, ECEAT želi da stvori što jedinstveniji sistem sertifikacije u evropskim okvirima, prvenstveno za usluge u ruralnom turizmu, kao i odgovarajući rezervacioni sistem. Za sve vrste smeštajnih kapaciteta razvijeni su:

- a) standardi koji se odnose na komfor;
- b) standardi u vezi životne sredine,
- c) standardi za održivo korišćenje zemljišta i
- d) socio kulturni standardi.

Programi stručnog usavršavanja se realizuju kroz lične posete, seminare, radionice ili primenom uputstava za preduzetnike u ruralnom turizmu. Ovaj Centar izdaje vodič o ruralnom turizmu i baštini. Prednosti jedinstvenog ECEAT-ovog standarda kvaliteta usluga su:

- a) standardi za smeštajne objekte služe kao osnova za jedinstveni minimum sistema usluga u smeštajnim objektima na selu, koji garantuje gostima određeni nivo kvaliteta usluga i
- b) osnovni kriterijumi usluga predstavljaju glavnu pretpostavku za promociju turističkih proizvoda ECEAT-a. Svaka članica ECEAT-a garantuje primenu ECEAT-ovih minimalnih standarda kvaliteta usluga.

IAERT - Internacionalna Asocijacija Eksperata u Ruralnom i Agroturizmu - sa sedištem u Peruđi, ima za cilj istraživanja različitih aspekata i informisanje u ruralnom turizmu u okviru strategije integralnog i održivog ruralnog razvoja. Članovi IAERT-a potiču iz 27 zemalja i iz svih regiona sveta. Među aktivnostima IAERT-a posebno su značajni organizovanje Internacionalne škole za ruralni i agroturizam i organizacija Svetskog Forumu Ruralnog Turizma.⁷²

⁷² Čomić Lj., (2007), Ruralni turizam, skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, str. 268, 269, Novi Sad

ZAKLJUČAK

Republika Srbija ima izuzetno povoljne uslove za razvoj ruralnog turizma, u pogledu očuvane prirode, biodiverziteta, predeone raznovrsnosti, povoljne klime i brojnih hidrografskih resursa. Kulturološke i vrednosti i dobra obuhvataju kulturno-istorijske spomenike, predeono raznovrsna tradicionalna seoska naselja i okućnice. Etnografski resursi od starih zanata i ručne radinosti, slava, svetkovine, običaja do narodne nošnje, muzike i igara. Ruralni turizam značajan je u aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okolinu, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju i pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovu održivog razvoja. Tradicionalni zanati mogu da doprinesu dodatnim prihodima lokalnog stanovništva, a da bi se ova vrsta proizvoda uklopili u ponudu ruralnog turizma potrebno je oživeti stari način manufakture pojedinih proizvoda, osvežiti već postojeće i uklopiti ih kao dodatne vrednosti primarnim proizvodima. Predlaže se osmišljavanje raznih edukativnih seminara (jednodnevnih, dvodnevnih,...), gde posetioci uče izradu tradicionalnih proizvoda.

Ruralni turizam, takođe, pomaže u podizanju svesnosti lokalnog stanovništva u odnosu na ekonomsku i kulturološku vrednost prirodnih i kulturnih lokaliteta. Uključivanje lokalnih zajednica u razvoj ruralnog turizma i turističko poslovanje čini se važnim uslovom za očuvanje i održivu upotrebu biološke raznovrsnosti.

Projektovanje dobre agro-ruralne sredine imalo bi bitan uticaj na rad, društveni život i rekreaciju, a veliki doprinos osetio bi se i u ekološkom, socijalnom, kulturnom i ekonomskom domenu svakog područja.

Definisanje strategije integralnog razvoja u ruralnim prostorima Srbije, u prvom planu podrazumeva objektivno ekonomsko valorizovanje i adekvatno uključivanje u inovirani i savremeniji razvojni proces svih raspoloživih resursa lokalne sredine.

Proces planiranja i upravljanja održivim razvojem ruralnog turizma prolazi kroz nekoliko faza, a to su: istraživanje, definisanje ciljeva razvoja, faza analize i sinteze, oblikovanje predloga i preporuka i na kraju faza primene i upravljanja. Aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u ovaj proces je od izuzetnog značaja, jer predstavlja osnovni preduslov za uspešno planiranje i upravljanje održivim razvojem.

Za dalji razvoj ruralnog turizma potrebno je primeniti odgovarajuću standardizaciju i kategorizaciju usluga, posebno adekvatnih uslova za smeštaj. Zakonom o turizmu posebno je uređeno pružanje usluga smeštaja i ishrane u domaćinstvima, kao specifičan oblik pružanja ugostiteljskih usluga. Sobe, kuće i stanovi za odmor koji se izdaju turistima, moraju ispunjavati propisane sanitarno-tehničke uslove i biti razvrstani u odgovarajuću kategoriju, određenu aktom nadležnog opštinskog organa, što je propisano Pravilnikom o razvrstavanju, minimalnim uslovima i kategorizaciji turističkih objekata u Republici Srbiji. Iznad svega ostalog, proizvodi ruralnog turizma će imati potrebu da se razvijaju do najvišeg standarda kako bi se zadovoljile potrebe potošača i kako bi se podstakao njihov ponovni dolazak, što je važno za obezbeđivanje dugoročne održivosti. Obeležavanje odnosno davanje oznaka može biti korišćeno kao garancija kvaliteta. Znači, potrebna je organizacija koja će se baviti valorizacijom pojedinih ponuđača (da li zadovoljavaju određene kriterijume) i neko ko će učestvovati u stvaranju kriterijuma kvaliteta domaćinstva i ugostiteljskih objekata koji čine osnovne uslove za razvoj ruralnog turizma.

Značaj ruralnog turizma za razvoj ruralnih zajednica se sagledava kroz:

- proširenje osnova razvoja ruralnog turizma i povećanja prihoda od ove delatnosti,
- valorizaciju ruralnih prostora i vrednosti kroz njihovo uključivanje u turističke tražnje,
- razvoj nedovoljno razvijenih područja, naročito planinskih područja, kroz njihovo uključivanje u turističku ponudu,
- zapošljavanja većeg broja članova domaćinstva pružanjem usluga turistima koji borave kod domaćina,
- plasiranja viška domaćih proizvoda seoskog domaćinstva (poljoprivredni proizvodi, meso, mleko, voće, povrće...),
- plasmana proizvoda domaće radinosti (vez, pletivo, rezbarenje, narodne nošnje, umetnički predmeti...), i samim tim očuvanje običaja i povratak starih zaboravljenih zanata,
- stvaranja mogućnosti za povratak stanovništva u deo napuštenih sela i domaćinstava i njihove revitalizacije.

Tražnja u poslednjih petnaest godina pokazuje jasan rast. Najveće stope godišnjeg povećanja od oko 25% su zabeležene u nekim od zemalja južne i istočne Evrope. Dakle, tržišni trendovi se kreću u korist ruralnog turizma, što potvrđuju procene Svetske turističke organizacije. Opšte promene turističke tražnje i ponašanja idu evidentno u korist ruralnog turističkog proizvoda.

Primer iz cele Evrope dokazuje održivost nezavisnih poslovnih organizacija u ruralnom turizmu ukoliko su one zasnovane na profesionalnom pristupu i upravljanju. Javna finansijska i tehnička podrška ovim organizacijama je opravdana i potrebna jer one ubrzavaju ekonomsku održivost i emancipaciju ruralnih regiona, kao što je definisano strategijama ruralnog razvoja EU. Ali rezultat ne sme biti zavisnost od subvencija, kontrola, manipulacija ili mešanje u privatne aktivnosti. Zajedničko pokrivanje operativnih zadataka i akcija između javnog i privatnog sektora dokazalo je da je veoma korisno za obe strane i da treba da bude pojačano. Evropa je u zadnjih 20 godina svetski lider u ponudi ruralnog turizma, pri čemu se predviđa da će to i ostati u srednjem roku (5 do 10 godina), ponajviše usled brzog procesa proširenja EU, kao i usled postojanja dobro organizovane panevropske asocijacije ruralnog turizma (Euro Gites). Programi ruralnog turizma u Evropi će se i dalje zasnivati pretežno na domaćem tržištu, postepeno će rasti, a baziraće se na konceptu održivog razvoja, što daje dugoročni potencijal razvoja (15 do 20 godina).

Politika integralnosti u razvoju ruralnog turizma podrazumeva multidisciplinarni pristup rešavanju problema i paralelno rešavanje problema vezano za teritorijalno jasno definisani prostor. EU je ovakvu politiku razvoja predvidela za čitavu svoju teritoriju, s tim da se radi na identifikaciji prioriteta i njihovom zajedničkom finansiranju. Princip integralnosti inkorporiran je u politiku razvoja svih oblasti čovekovog delovanja koje su vezane za razvoj sela (poljoprivreda, uslužne delatnosti, promocija kulturnih vrednosti, turizam, rekreacija i upravljanje prirodnim resursima).

Iskustva pojedinih evropskih zemalja po pitanju razvoja ruralnog turizma su posebno značajna i mogli bi se primeniti i u našoj zemlji. Tako na primer u Francuskoj su zapažene brojne podele seoskih domaćinstava prema vrsti odmora, među kojima se posebno mogu izdvojiti seoska domaćinstva za decu zato što je u Republici Srbiji mala ponuda ovakvih turističkih domaćinstava i seoska domaćinstva za osobe sa invaliditetom

zato što su ovakva domaćinstva u našoj zemlji bez odgovarajuće podrške ili ih uopšte nema.

Na primeru Irske se može izdvojiti Savet države i državni turistički savez koji aktivno učestvuju u razvoju i marketingu ruralnog turizma.

U Slovačkoj se može primetiti aktivnost Ministarstva poljoprivrede koje nudi donacije za agroturističke projekte i za projekte na farmama. Primer regije Rožnava Okres pokazuje kako u okviru trogodišnjeg projekta nerazvijena oblast može da se pretvori u turističku atrakciju sa bogatom ruralnom ponudom.

Austrija takođe pokazuje kako se izolovani prostor može pretvoriti u turističku atrakciju tj. staviti u funkciju održivog razvoja i to primenom odgovarajuće strategije. Austrijski marketing u agroturizmu ima poseban značaj, a može se izdvojiti stroga kontrola kvaliteta svih članova i strategija za specijalizaciju farmi za turizam koje imaju propisane posebne kriterijume za farme.

U Mađarskoj je ostvaren značajan pomak u turističkom aktiviranju salaša, kao oblika ruralnog turizma, povezivanjem salaša i nacionalnih parkova. Ovakav vid aktiviranja salaša se može primeniti i na teritoriji Vojvodine. I u Mađarskoj se izdvajaju pešačke i biciklističke staze, kao dobar primer razvoja ruralnog turizma, ali uređene prema svetskim i evropskim trendovima što svakako može biti smernica u razvoju ovog vida turizma kod nas. Koristan je i Pravilnik o ruralnom turizmu kojim su propisane sportsko-rekreativne aktivnosti.

U Sloveniji nosioci turističke delatnosti moraju biti osposobljeni za tu vrstu posla, a to se kontroliše kroz praktičnu proveru osposobljenosti i polaganjem stručnih ispita. Može se izdvojiti sedamdesetsatni kurs koji organizuje poljoprivredna savetodavna služba.

Republika Hrvatska je slična našoj zemlji kada je reč o razvoju ruralnog turizma. Značajno je napomenuti njihovo deoničarsko društvo za ruralni razvoj i marketing „Hrvatski farmer“, čiji je osnovni zadatak vezan za održivi razvoj ruralnog prostora. Ovo društvo aktivno učestvuje u edukaciji kadrova koji se osposobljavaju za rad u seoskom turističkom domaćinstvu što je svakako podsticaj i za našu zemlju da se aktivnije uključi u profesionalno osposobljavanje pružaoca usluga u ruralnom turizmu.

Ruralni turizam mora biti baziran na kvalitetnom proučavanju i razumevanju turističkih potreba. Neophodno je da razvoj turističkog proizvoda pre bude vođen tražnjom, a ne

samim proizvodom. Ovo znači prepoznavanje različitih kategorija potencijalnih posetilaca na glavnim tržištima (npr. porodice, stariji ljudi – preko 60 godina života, omladina – ispod 30 godina života, aktivni turisti, turisti sa posebnim interesovanjima). Svaka od ovih kategorija posetilaca ima različite motivacije i zbog toga će se za svaki od ovih segmenata zahtevati određivanje različitih proizvoda ruralnog turizma i različitih iskustava.

Ruralni turizam ima skoro neograničene mogućnosti u pogledu obogaćivanja ponude, jer sadržaji mogu biti i događaji iz svakodnevnih radova: kosidba, setva, žetva, posela, svadbe, slave, razni običaji, to predstavlja nov kvalitet za turističku prezentaciju zemlje kao i obogaćivanje već postojeće turističke ponude.

Poseban aspekt upravljanja razvojem ruralnog turizma u Srbiji ispoljava se u potrebi za edukovanjem kadrova. U ovom bi veliku ulogu trebalo da imaju nevladine organizacije, turističke organizacije opština, ali i svi zainteresovani subjekti. Najpre je potrebno, kroz stručnu obradu domaćih i stranih pozitivnih iskustava u bavljenju ruralnim turizmom, ukazati seoskim domaćinima na ekonomsku opravdanost bavljenja ovom delatnošću.

Obuka za rad u ruralnom turizmu bi trebala da se odnosi na sve osobe koje će biti uključene u ruralni turizam, i to: u planiranje programa, pružanje usluga, neposredni kontakt s turistima, kao i na sve osobe i institucije koje generalno brinu ili bi trebale da brinu o razvoju turizma tog područja. Krajnji cilj svih obuka (seminara, razgovora, radionica, i sl.) bi trebao da bude da svi potencijalni akteri od lokalnih organa vlasti do seoske domaćice, spoznaju vrednosti koje razvoj ruralnog turizma može imati za pojedince, celokupnu lokalnu zajednicu i regiju, kao i da spoznaju koristi (ali i eventualne loše posledice) koje razvoj ruralnog turizma može doneti. To sve u cilju svesnog razvoja ruralnog turizma, koji ne sme biti neplanski niti sporadičan, nego planiran, kontrolisan i kontinuiran. Na posebno organizovanim predavanjima i uz odgovarajuću literaturu, trebalo bi domaćine upoznati sa svim standardima prihvata i smeštaja gostiju, odgovarajućim higijenskim zahtevima, načinom, količinom i kvalitetom pružanja usluga ishrane, ponašanjem prema gostu i drugim neophodnim uslovima za prijatan boravak turista u seoskom domaćinstvu.

Bez finansijske pomoći države razvoj ruralnog turizma u Srbiji se ne može uspešno odvijati. Podrška ruralnom turizmu manifestuje se u obliku neposredne podrške (pomoći,

subvencije, kredita) ili u neposrednoj podršci ulaganju (udeo u kapitalu). Za razvoj ruralnog turizma veoma je važno uključivanje različitih državnih organa i organizacija, koje će finansijski pomoći razvoj programa ruralnog turizma.

Potrebno je podstaći saradnju seoskih domaćinstava osnaživanjem postojećih i formiranjem novih udruženja. Od posebnog značaja su i ulaganja u infrastrukturu (putna mreža, PTT), obezbeđivanje zdravstvene zaštite i očuvanje i zaštita životne sredine u cilju sprečavanja nekontrolisanog i neplanskog razvoja ruralnog turizma.

Srbija pokušava da se usmerava u ostvarivanju strategije održivog ukupnog razvoja, u kojem ruralni razvoj zauzima veoma važno mesto. Selo je potrebno revitalizovati, vratiti mu stari život, ili možda udahnuti novi, uz prihvatanje modernih, evropskih i svetskih standarda i tendencija. Od turizma se očekuje da bude značajan faktor integralnog razvoja ruralnih područja i sela.

Činjenica je da je ovaj turistički proizvod u velikoj meri namenjen domaćem stanovništvu, a samo svojim manjim delom inostranim gostima, a uzroci niskog procenta inostranih turista u turističkom prometu leže u nedovoljnoj promociji ruralnih turističkih potencijala na inostranom tržištu, niskom nivou ponude.

Kao dobar model prakse razvoja ruralnog turizma u našoj zemlji je etno selo Sirogojno na koji bi se trebalo ugledati prilikom razvoja drugih sela i stavljanja ih u funkciju turizma.

U Vojvodini se sve više prepoznaje ponuda salaša kao tipičnog vojvođanskog ruralnog iskustva povezanog sa aktivnostima među kojima je i salaš 137.

Mogućnosti za održivi razvoj ruralnog turizma u Srbiji nisu u dovoljnoj meri istražene dok sa ukupnim rezultatima razvoja ruralnog turizma u Srbiji ne možemo biti zadovoljni.

Uzroci su brojni - veliki broj objekata u ruralnom turizmu nije kategorisano, turistička promocija nije intenzivna, postoji organizaciona i kadrovska manjkavost, odsustvo neophodnih sistematskih i kontinuiranih istraživanja i planiranja razvoja na regionalnom i lokalnom nivou (ruralne zajednice). O svim ovim elementima, koji predstavljaju ograničavajuće faktore za razvoj ruralnog turizma Srbije, treba voditi računa u budućem planiranju i razvoju ruralnog turizma.

Za kompleksniji pristup i razvoj ruralnog turizma neophodno je sprovesti projekat „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“. Ovim projektom je predviđeno izdvajanje značajnog dela sredstava za investiranje u ruralni turizam, a partneri u sprovođenju

programa su: Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja i Turistička organizacija Srbije kao i drugi ključni akteri među kojima su: Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja, Ministarstvo prosvete, Privredna komora Srbije i Zavod za zaštitu prirode, a prisutna je i saradnja pet agencija Ujedinjenih nacija. Projekat bi trebao da se realizuje do 2012. godine i da predstavlja značajan pomak u poboljšanju kvaliteta života na selu i razvoja ruralnih područja.

Iz svega analiziranog može se zaključiti da je potvrđena polazna hipoteza ovog rada, razvoj ruralnog turizma može da ima značajnu ulogu za razvoj drugih vidova turizma i razvoja lokalnih zajednica na ruralnom području sa značajnim prirodnim i kulturnim vrednostima.

LITERATURA

- [1] Dojčinović, V., Đ., (2005), Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije, Clio, Beograd
- [2] Fennell, A., D., (2006), Tourism Ethics, Clavedon, Buffalo, Toronto
- [3] Grupa autora, (2000), Turizam i zaštita, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, Novi Sad
- [4] Grupa autora, (2007), Strategijski menadžment u Agrobiznisu, Institut ekonomskih nauka, Beograd
- [5] Grupa autora, (1986), Ključni aspekti razvoja seoskog turizma Srbije, Ekonomski fakultet u Kragujevcu, Kragujevac
- [6] Hadžić, O., (2005), Kulturni turizam, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad
- [7] Hall, D., Kirkpatrick, I., (2005), Rural tourism and sustainable business, An imprint of Multilingual Matters, Ltd, Toronto
- [8] Ivkov, A., (2006), Folklorno nasleđe u turizmu Vojvodine, Zadužbina Andrejević, Beograd
- [9] Jovičić, D., (2000), Turizam i životna sredina, Zadužbina Andrejević, Beograd
- [10] Košić, T., K., (2009), Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, Novi Sad
- [11] Mason, P., (2005), Tourism Impacts, Planning and Management, Elsevier Ltd, England
- [12] Maksin-Mićić, M., (2008), Turizam i prostor, treće izdanje, Univerzitet Singidunum, FTHM, Beograd
- [13] Pasinović, M., M., (2006), Menadžment prirodnih i kulturnih resursa, Univerzitet Mediteran, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu, Bar
- [14] Pešić, M., (2007), Sociologija, drugo izdanje, Univerzitet Singidunum, FTHM, Beograd
- [15] Popesku, J., (2002), Marketing u turizmu, Čigoja štampa, Beograd
- [16] Popesku, J., (2008), Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, FTHM, Beograd
- [17] Unković, S., Zečević, B., (2007) Ekonomika turizma, šesto izdanje, Ekonomski

fakultet, Beograd

- [18] Živković, R., (2007), Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, FTHM, Beograd

OSTALI IZVORI

- [19] CenORT, (2001), Odgovorni i održivi razvoj turizma, Beograd
- [20] Genov, G., (2008), Turizam posebnih interesa, selektivni oblici turizma, priručnik, Čugura Print, Beograd
- [21] Grupa autora, (2007), Ruralni turizam – skripta, Univerzitet u Novom Sadu, PMF, Novi Sad
- [22] Ministarstvo trgovine, turizma i usluga, (2006), Strategija razvoja turizma Republike Srbije, drugi izveštaj, strateški marketing plan
- [23] Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Plan strategije ruralnog razvoja 2009-2013, Republika Srbija
- [24] WTO, (2001), Global Forecasts and Profiles of Market Segments, volume 7, Tourism Vision 2020
- [25] WTO, (2000), Europe, volume 4, Tourism Vision 2020
- [26] WTO, (1999), Održivi i odgovorni razvoj turizma u XXI veku, Turistička organizacija Srbije, Beograd
- [27] WTO, (2006), Cultural Tourism and Local Communities

WEB ADRESE

- [28] www.aeert.org.yu
- [29] www.cenort.org.yu
- [30] www.centralotagonz.com
- [31] www.eat.com
- [32] www.europa.eu
- [33] www.ekapija.com
- [34] www.farmholidays.com

- [35] www.fatosz.hu
- [36] www.geografija.hr
- [37] www.glassrbije.org
- [38] www.hrvatskifarmer.com
- [39] www.ien.bg.ac.yu
- [40] www.ISTN-Internet
- [41] www.ivatourism.org
- [42] www.jat-airlift.co.yu
- [43] www.merr.gov.rs
- [44] www.minpolj.sr.gov.yu
- [45] www.nadlanu.com
- [46] www.polj.savetodavstvo.vojvodina.sr.org.yu
- [47] www.slovenia.infotouri
- [48] www.seoskiturizam.org
- [49] www.seoskiturizam.net
- [50] www.selo.co.yu
- [51] www.tos.com
- [52] www.tastetrail.co.uk
- [53] hgk.biznet.hr

SPISAK TABELA I SLIKA

TABELE

Tabela 1. Sastavni elementi seoskog kapitala	str. 11
Tabela 2. Ponuda rekreativnih aktivnosti na selu	str. 18
Tabela 3. Uticaj turizma i rekreacije u/i na ruralne oblasti	str. 19
Tabela 4. Swot analiza ruralnog turizma u Srbiji	str. 70

SLIKE

Slika 1. Staza za rekreaciju	str. 35
Slika 2. Ruralna kuća u Irskoj	str. 36
Slika 3. Šetnja u Irskoj	str. 37
Slika 4. Slovak Paradise	str. 39
Slika 5. Dobsinska pećina	str. 39
Slika 6. Kuća u regiji Burgenland u Austriji	str. 41
Slika 7. Objekat za čuvanje konja u Mađarskoj	str. 45
Slika 8. Turistička kuća Nemec	str. 49
Slika 9. Turistička kuća Flisar	str. 49
Slika 10. Seoski ambijent	str. 53
Slika 11. Uređeni seoski ambijent	str. 54
Slika 12. Detalj sa Golije	str. 55
Slika 13. Konaci u selu Sirogojno	str. 60
Slika 14. Konaci u selu Sirogojno	str. 60
Slika 15. Krčma u selu Sirogojno	str. 61
Slika 16. Krčma u selu Sirogojno	str. 61
Slika 17. Igralište za decu	str. 65
Slika 18. Kočije	str. 65
Slika 19. Konjički turnir	str. 65
Slika 20. Takmičenje u izboru najlepšeg dvorišta u Vlakči	str. 79

