



UNIVERZITET SINGIDUNUM
DEPARTMAN ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE

MASTER RAD

Etnosadržaj i kulturni identitet u ponudi ruralnog turizma Srbije na primeru etnosela Šumadije

Mentor:
Prof. dr Slavka Drašković

Student:
Nataša Ljubišić

Beograd, 2017.

SADRŽAJ

UVOD	3
Predmet istraživanja.....	4
Zadatak i cilj istraživanja	4
Hipoteze istraživanja.....	5
Metode korišćene u istraživanju	5
Struktura istraživanja	6
1 SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA I KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA ..	7
1.1 Specifični oblici turizma	7
1.2 Održivi razvoj u turizmu	12
2 RURALNI TURIZAM.....	15
2.1 Definisane ruralnog turizma.....	15
2.2 Ruralni turizam u Republici Srbiji	18
2.3 Kulturno i prirodno nasleđe u službi razvoja ruralnog turizma	26
3 ANALIZA POSTOJEĆIH ISTRAŽIVANJA O RURALNIM PODRUČJIMA I ETNO SELIMA.....	31
3.1 Etno-kuće i etno sela u Republici Srbiji i regionu	31
3.2 Etno sela u Šumadiji.....	42
4 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	53
4.1 Kreiranje ankete	53
4.2 Prikupljanje podataka.....	53
4.3 Rezultati istraživanja	54
4.4 Zaključak istraživanja	64
ZAKLJUČAK.....	65
LITERATURA	68
PRILOG	76
Anketa	76

UVOD

Globalizacija i razvoj informacionih tehnologija dovode do razvoja svih segmenata u ekonomiji. Ovo govori da je došlo i do značajnih promena u turizmu, a pogotovo kada se radi o razvoju novih turističkih proizvoda. Turisti imaju nove zahteve i iz dana u dan traže sve više i više. Ruralni turizam je jedan od specifičnih oblika turizma koji je počeo da se razvija, a u našoj zemlji postoji još od 70tih godina prošlog veka. Ruralni turisti sve više odlaze u selo na odmor, iz razloga što traže mir i tišinu i traže da su okruženi prirodom. Putovanja više nisu koncentrisana samo na zimski i letnji period, već na putovanje tokom cele godine i daje se prednost kraćim relacijama.

Ruralni turizam je jedan od vidova turizma koji obuhvata razne vrste aktivnosti koje se mogu odvijati u ruralnim područjima i koji su povezani sa kulturnim i tradicionalnim nasleđem jedne države. U ovakvim područjima ruralni turisti mogu da saznaju mnogo o kulturi jedne zemlje: od načina odevanja, preko jezika, manifestacija i raznih događaja, pa sve do toga kako se sprema određena hrana i koja su tradicionalna pića u jednom području.

Kulturno nasleđe zemlje može da doprinese da se razvije ruralni turizam zemlje. Popis i zaštita tradicionalnih zanata, jezik, muzika, igre, umetnost, hrana i piće mnogo toga govore o zemlji i doprinose da se razvija kulturni identitet zemlje. Sem toga, izgradnja infrastrukture, organizacija festivala i raznih događaja, kao i ostale turističke aktivnosti koje su tradicionalno vezane za određeno područje mogu obezbediti razvoj u ruralnom području. Sve gore pomenuto predstavlja razlog važnosti analize i istraživanja ove teme.

Predmet istraživanja

Ruralni turizam u Republici Srbiji sa osvrtom na etnosadržaj koji nude naša zemlja i kulturni identitet je predmet istraživanja u ovom radu. Svrha istraživanja je da se sagleda koliko je ruralni turizam razvijen u našoj zemlji, kao i to koje vrste etnosadržaja pruža i kakav je značaj etnosela u našoj zemlji, sa akcentom na etnosela u Šumadiji. Stanovništvo je uvidelo značaj ruralnog turizma, koje je početkom novog veka stagniralo i danas nastavilo svoj razvoj. Predmet istraživanja je dakle razvijenost receptivnog turizma kada je u pitanju ruralni turizam i etnosadržaj, utvrđivanje destinacija u kojima je ovaj turizam najrazvijeniji i utvrditi popularnost i posećenost etno-kuća i etno sela u Republici Srbiji od strane populacije do 35 godina, što će se utvrditi putem ankete u studijsko-istraživačkom delu rada.

Zadatak i cilj istraživanja

Zadatak istraživanja je odrediti koliko je razvijen etnosadržaj i kulturni identitet u ponudi ruralnog turizma Srbije i kakvi su potencijali i perspektive daljeg razvoja.

Rad ima dva cilja istraživanja. Prvi cilj se odnosi na značaj razvoja ruralnog turizma kao specifičnog oblika turizma u Republici Srbiji i kako je on povezan sa kulturnim identitetom i etno-sadržajem zemlje koji čini našu zemlju atraktivnom za strane turiste. Društveni cilj istraživanja se odnosi na utvrđivanje značaja ovog oblika turizma za širu zajednicu, njegovu vezu sa održivošću i na koji način da se utvrde problemi i prioriteti razvoja etnosadržaja i kulturnog identiteta u ruralnom turizmu.

Hipoteze istraživanja

Imajući u vidu uslove i određenje hipoteze (*Miljević, 2007, 147*), odredili smo glavnu i sporedne hipoteze.

Glavna hipoteza: Etnosadržaji u Republici Srbiji u ruralnom turizmu dobijaju sve veći značaj u kojima se ogleda kulturni identitet naše zemlje.

Sporedne hipoteze:

- Do razvoja ruralnog turizma dovele su razne aktivnosti od koje su najvažnije urbanizacija i promene turističke destinacije turista iz urbane sredine u ruralnu.
- Bavljenje turizmom u Republici Srbiji jeste jedan od veoma važnih segmenata ruralnog turizma naše zemlje, a posebno u okviru poljoprivrednih domaćinstava.
- Šumadijsko selo, Vojvođanski salaši, manastirska imanja, pivnice i tako dalje su različiti modelu ruralnog turizam na prostoru Republike Srbije.
- Ponuda i etnosadržaj u etno selima u Republici Srbiji je bogat i raznovrstan.
- Glavni razlozi turista za posetu etno sela u Republici Srbiji su relaksacija, sportske aktivnosti, zdravlje, manifestacije i upoznavanje kulture i tradicije Srbije.
- Najposećenija etno sela su etno selo Stanišići i Drvengrad.

Metode korišćene u istraživanju

Metodom analize rastavljen je predmet istraživanja na njegove sastavne delove, odnosno na činioce strukture, funkcija, veza i odnosa na određenom prostoru u određenom vremenu. U radu se kreće od razvoja specifičnih oblika turizma pa se nastavlja na razvoj ruralnog turizma kao jednog od specifičnih oblika turizma. Metoda analize se koristi u analizi postojećih istraživanja etno sela i ruralnih područja u Republici Srbiji i okolini.

Metodom apstrakcije se formiraju stavovi, sudovi, zaključci i drugi iskazi vezano za temu. U okviru ove metode u radu se formiraju zaključci vezano za razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji.

Metodom dedukcije i indukcije stečena su saznanja, urađeno zaključivanje, svedeno posle na pojedinačno i konkretno

Metodom konkretizacije se konstatuje apstraktni pojam pri čemu se dodaju jedna ili više oznaka kako bi se taj pojam bliže objasnio. U ovom radu seoski turizam predstavlja oblik pojma ruralnog turizma koji je povezan sa poljoprivredom i kulturnim nasleđem jedne turističke destinacije.

Metoda studije slučaja se zajedno sa metodom analize koristi u studijsko-istraživačkom delu rada, gde se obe metode kombinuju sa **metodom anketiranja** kako bi se dobili određeni rezultati i opovrgle ili dokazale sporedne hipoteze.

Struktura istraživanja

Rad se sastoji iz četiri glave. U prve dve glave je dat teorijski prikaz, dok se u poslednje dve glave, metodom analize, studije slučaja i anketiranja radi analiza i istraživanje vezano za temu istraživanja ruralnog turizma.

U okviru ove glave analiziraće se specifični oblici turizma, njihova važnost i značaj, kao i zašto je važan koncept održivog razvoja u turizmu. U okviru druge glave analiziraće se ruralni turizam, njegov razvoj i značaj u Republici Srbiji, kao i povezanost ruralnog turizma sa etnosadržajem i kulturnim identitetom. U okviru treće glave rada izvršiće se analiza postojećih istraživanja o ruralnom turizmu i istraživanje o etno selima u Šumadiji. Na kraju, poslednja glava rada, četvrta glava, predstavlja studijsko-istraživački deo rada vezano za etno sela i zadovoljstvo turista sadržajem i ponudom u njima. U sve četiri glave se dokazuju ili opovrgavaju hipoteze postavljene u uvodnom delu rada, kao i u zaključku.

1 SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA I KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Specifični oblici turizma i koncept održivog razvoja u turizmu predstavlja prvu glavu master rada. U okviru ove glave analiziraće se specifični oblici turizma, njihova važnost i značaj, kao i zašto je važan koncept održivog razvoja u turizmu. Ova glava predstavlja uvodnu glavu u glavni predmet istraživanja u radu koji se odnosi na ruralni turizam, njegov razvoj i značaj u Republici Srbiji.

1.1 Specifični oblici turizma

Turizam predstavlja jednu od masovnijih pojava današnjice koji se, pod uticajem globalizacije, internacionalizacije, ujedno i digitalizacije, razvija iz dana u dan. Jedna od najvažnijih privrednih delatnosti je upravo turizam i smatra se da je turizam šansa da se mnoge zemlje koje su u procesu tranzicije razvijaju (*Ubavić, 2015, 80*).

Na ponašanje turističkih potrošača umnogome utiču pomenuti faktori – globalizacija, internacionalizacija i digitalizacija. Savremeno društvo ima nove potrebe, traga za sve većim kvalitetom proizvoda i usluga, traga za novim destinacijama, i tako dalje. Moderni turisti su željni novih iskustava, i, uz pomoć interneta, veoma dobro upućeni u nove trendove, a njihove želje i potrebe sve više rastu. Konkurencija na globalnom tržištu je sve veća i veća. Sve veći broj turističkih agencija nude veliki izbor usluga i kvalitetniju ponudu. Moderni turista se odlučuje za onu turističku agenciju za koju smatra da ima širok spektar usluga i onu koja brine o njihovim željama i potrebama (*Vrtiprah, 2006, 280*).

Kraj dvadesetog veka je doneo specifične oblike turizma koji su doprineli njegovom razvoju. Turizam je delatnost koja je jako važna za ekonomiju jedne države, odnosno, utiče na razvoj čitave države. Potrošači su najvažniji, jer se na osnovu njih i stvaraju novi proizvodi. Novi vek je doneo razvoj nove tehnologije, razvoj novih proizvoda i usluga na tržištu. Kao posledica evidentnih promena na turističkom tržištu, zemlje, koje do tada nisu bile posećene, postaju atraktivne za turiste i razvijaju se specifični oblici turizma.

Specifični oblici turizma se razvijaju u zemljama koje imaju jasnu viziju i jasan cilj – da obezbede kvalitetne proizvode i usluge, a uz to, da cena bude razumna, a jedna od tih zemalja jeste i Republika Srbija. Na razvoj specifičnih oblika turizma utiču tehnološki razvoj i specifičnost menadžmenta. Postoji sve veća turistička tražnja za ovim oblicima turističkog proizvoda, jer turisti izražavaju želju za iskustvom u lokalnom okruženju.

Turističke ponude specifičnih oblika turizma imaju svoje vrednosti. Te vrednosti se mogu iskoristiti kod realizacije putovanja i kod promocije turističke agencije. Proizvod koji nudi turistička agencija mora da bude unikata, jedinstven, dobro osmišljen, da odgovara zahtevima turista, i tako dalje (Štetić, 2002, 8). Turističke agencije sve češće uključuju i marketing u svoje poslovanje, tj. Marketing strategiju jer moraju da vode računa o broju ljudi koji se prijavljuju za određenu destinaciju, da odgovore njihovim pojedinačnim potrebama, da budu upoznati sa njihovim željama i potrebama, da im ulivaju poverenje, i tako dalje. Turističke agencije mora da uvere turistu da one predstavljaju agenciju od poverenja, a između agencije i turista mora postojati iskrena komunikacija, smatra Štetić (Štetić, 2002, 8).

Karakteristike modernog, odnosno „novog“ turista. Pirnar i Ikož navode da postoji nekoliko karakteristika „novog“ turista, a te karakteristike su prikazane u tabeli 1.

Orijentisan na učenje, avanturi i iskustva	Dosledan	Stalno menja destinacije i dužinu boravka	Upoznat sa tehnologijom
Fleksibilan	Zainteresovan da plati više	Zahteve različite tipove turizma	Koristi internet za rezervisanje i kupovinu turističkih proizvoda
Nezavistan u prirodi	Učestvuje u životu lokalnih kultura	Više je pod stresom pa traži opuštanje i pogodnosti	Brine o zdravlju i bezbednosti

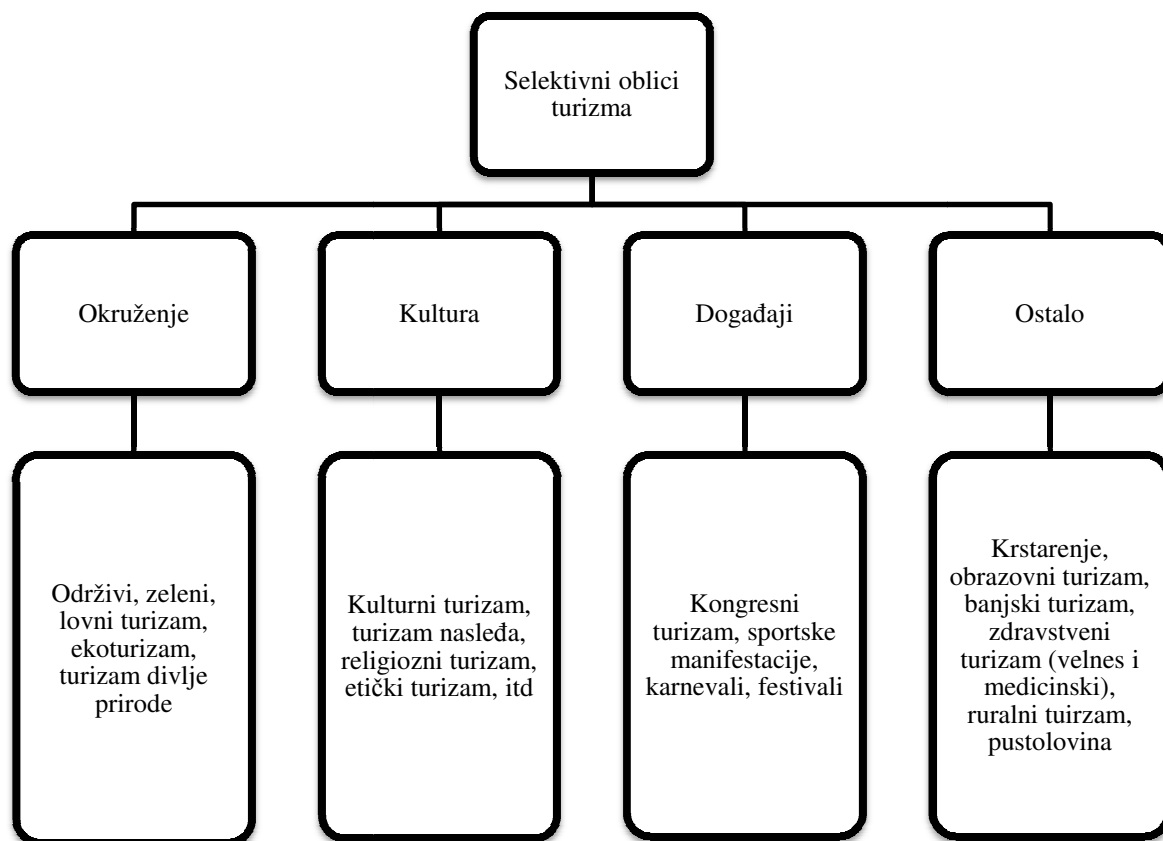
Tabela 1 – Karakteristike modernog „novog“ turista, izvor: Pirnar, Ikož, 2010, 1.

Turisti su sve zahtevniji i traže destinaciju koja će zadovoljiti sve njihove želje. Prirode lepote više nisu dovoljan uslov da bi se otišlo na destinaciju, već turisti tragaju za

većim iskustvom, imaju potrebu za neobične vrste usluga, žele da se povežu sa prirodom, više su ekološki svesniji i žele da uče što više (*Moutinho, 2005, 19*). Kvalitet je takođe veoma važan, a Vrtipah smatra da motivacija pokreće turiste da posete određenu destinaciju (*Vrtiprah, 2006, 281*). Prema McIntoshu i Goldneru, postoje četiri glavna motiva zašto turisti odlaze na određene turističke destinacije (*Vrtiprah, 2006, 281*). Ti motivi su psihički, kulturni, međuljudski i statusni motivi.

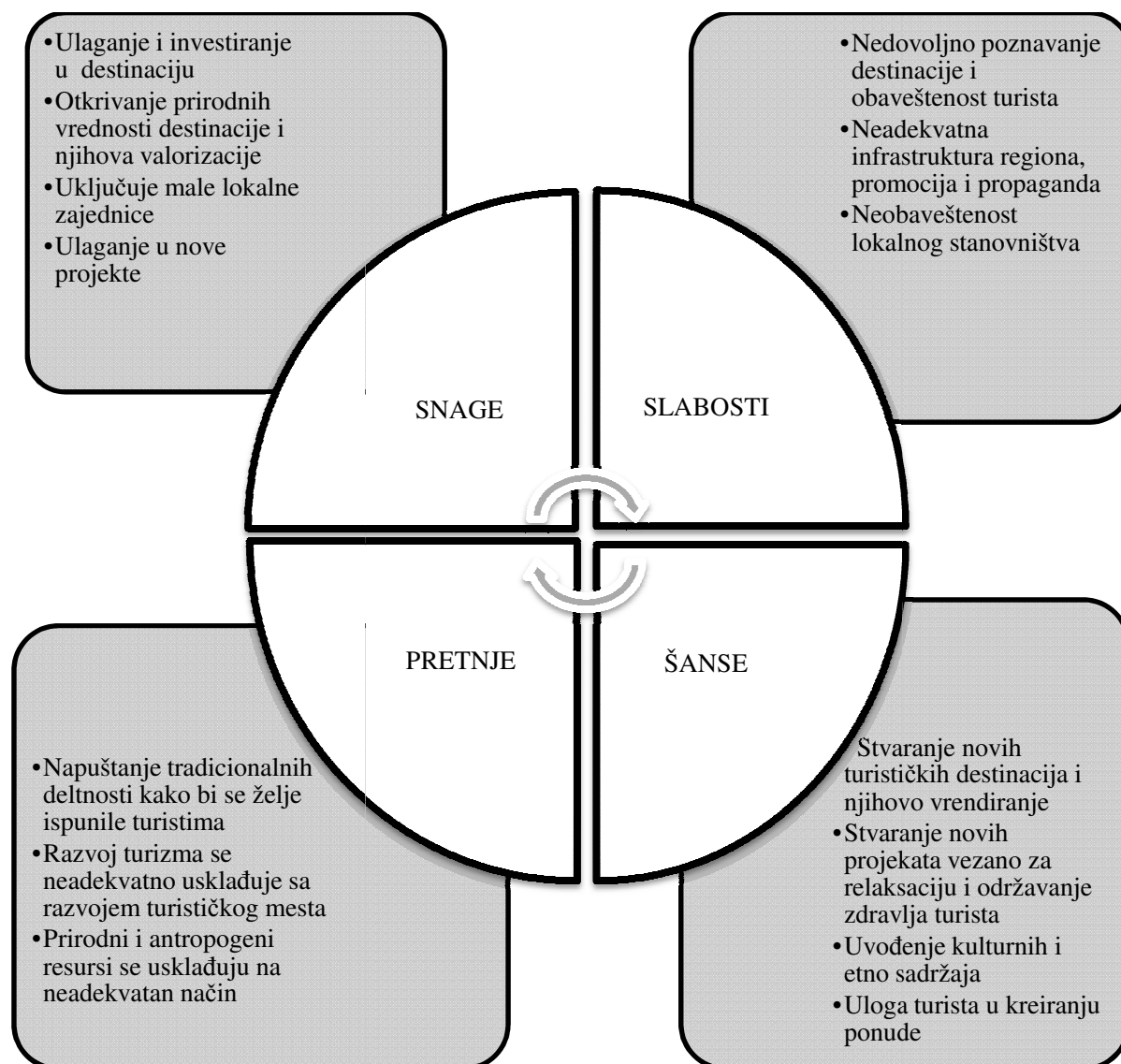
Kada govorimo o psihičnim motivima za odlazak na turističku destinaciju to se uglavnom odnosi na uživanje, sport i zdravlje, odnosno na umnu i telesnu relaksaciju i lečenje. Kulturni motivi podrazumevaju da turisti posećuju turističku destinaciju kako bi otkrili način života ljudi koji žive u njoj, njihov folklor, tradiciju, umetnost, ples, i sve oni što čini kulturu jedne destinacije. Kada turisti putuju na turističku destinaciju kako bi posetili prijatelje ili rođake, ili upoznali nove ljude, to se smatra međuljudskim motivima. I na kraju, statusni motiv, podrazumeva da turisti odlaze na turističke destinacije iz razloga kako bi se obrazovali ili kako bi pronašli novi hobi i slično (*Vrtiprah, 2006, 281*).

Kada smo definisali „novog“ turistu, potrebno je osvrnuti se koji su to specifični oblici turizma. Oni su prikazani na dijagramu 1.



Dijagram 1 – Selektivni oblici turizma, izvor: Štetić, 2002, 8.

Za konkurentnost selektivnih oblika u turizmu je bitno poznavati njegove karakteristike – snage, slabosti, pretnje i šanse. Na sledećem dijagramu će biti prikazana SWOT analiza za razvoj selektivnih oblika turizma.



Dijagram 2 – SWOT analiza za razvoj selektivnih oblika turizma, izvor: Štetić, 2002, 8.

Potrebe i želje turista se stalno menjaju usled raznih promena u zemlji u kojoj žive, kao i usled globalnih promena. Turisti imaju potrebu za vrhunskim kvalitetom ponude, a turističke agencije moraju da se prilagođavaju svim promenama, što je rezultiralo nastajanja specifičnih oblika turizma.

1.2 Održivi razvoj u turizmu

Koncept održivog razvoja (eng: *sustainable development*) se razvio 80-tih godina prošlog veka. Održivi razvoj podrazumeva promociju kvaliteta življenja i životne sredine, racionalnog korišćenja prirodnih resursa, kao i društvenu pravičnost u distribuciji resursa. Koncept održivog turizma zapravo označava uravnoteženost teritorijalnog razvoja i mogućnost izbora budućih generacija, kao i sadašnjih. Autori Maksin i njegovi saradnici navode da prava i jedinstvena definicija ovog pojma ne postoji, ali da se, najbliže određenje ovog pojma, odnosi na zaštitu prirodnih resursa i njihovo korišćenje kako bi se obezbedila dugoročna raspoloživost na koju utiču njihova obnovljivost (*Maksin, Pucar, Korać, Milijić, 2009, 3*).

Jako je važno da je turistička organizacija orijentisana i na zaštitu životne sredine, jer tako može da se raste i razvija, da bude bolja od konkurencije, da stvara bolje finansijske rezultate i slično, i zbog toga neophodno da marketari u turizmu preduzmu ovu inicijativu kako bi se turistička organizacija razvijala. Veliki broj manifestacija koje organizuju turističke organizacije šteti životnoj okolini, pogotovo kada ljudi upotrebljavaju razna sredstva, kao što je vatromet i slično, što šteti okruženju u kojem se održava neka manifestacija turističkog karaktera. Zbog tog razloga je bitno voditi računa o životnoj sredini i održivom razvoju jedne turističke destinacije.

Na životnu sredinu ima uticaj lokalna kultura i tradicija, saobraćaj, ugostiteljske usluge, prirodni pejzaž, smeštaj i širok spektar drugih činilaca koji predstavljaju turistički proizvod. Stoga je bitno da se preduzme korak više u oblasti održivog razvoja. Ljudi moraju biti svesni problema koje donosi zagađene životne sredine, a pogotovo turističke organizacije jednog mesta gde postoji mogućnost za razvoj turističkih proizvoda kao što je ruralni turizam, nautički turizam i slično.

Koncepcija održivog razvoja se odnosi na kvalitet življenja i kvalitet životne sredine na određenoj turističkoj destinaciji. Sem toga, jako je bitno da ljudi, koji žive u jednom turističkom mestu ili oni koji vode turističku organizaciju jedne turističke destinacije, vode računa o tome da racionalno koriste pojedinačne i opšte resurse. Oni moraju da vode računa da postoji uravnotežen teritorijalan razvoj i da promovišu mogućnost izbora sadašnjih i

budućih generacija. Koncept održivog turizma promoviše razvoj proizvoda, unapređenje i očuvanje životne sredine, razvoj i unapređenje lokalne zajednice, očuvanje tradicije i kulture, kao i vrednosti turističke destinacije i marketinšku strategiju koja dovodi do razvoja turističke destinacije (*Maksin, Pucar, Korać, Milijić, 2009, 16*).

Ono što je potrebno uspostaviti prvo jeste balans turističko-smeštajnih kapaciteta, sadržaja koje turističke destinacije nude, potrebno je povećati dostupnost turističkom prostoru kako bi se lokalne zajednice razvile i kako bi se očuvalo kulturno nasleđe turističke destinacije. Jako je bitno zaštititi kulturno i prirodno nasleđe i zaštita životne sredine. Na primer, u Republici Srbiji nije lako doći do određenih turističkih destinacija zbog loše infrastrukture. Na primer, ruralni turizam ima potencijala za razvoj, međutim, jako je teško doći do nekih ruralnih područja zbog loše izgradnje puteva do turističkih destinacija.

Turizam može imati negativan uticaj na okruženje kroz ekonomski, sociokulturni i prostorno-envajeronmentalni uticaj. U Republici Srbiji, na primer imamo sezonske poslove koje ljudi obavljaju leti i zimi koji su slabo plaćeni što uništava tradicionalni oblik privređivanja – ovo se odnosi na ekonomski uticaj. Drugi, raslojavanje stanovništva, marginalizacija, kao i nestanak tradicionalnog sistema vrednosti može biti negativan sociokulturni uticaj na okruženje. Treće, ukoliko ljudi zauzimaju preveliki obim zemljišta kako bi gradili fabrike koje ispuštaju štetne materije u vazduh, ili ispuštanje štetnih gasova u saobraćaju, konflikti sa korisnicima prostora ili buka može biti jedan od prostorno-envajeronmentalnih činilaca koji štete turizmu.

Sem toga, postoje i pozitivni ekonomski, sociokulturni i prostorno-envajeronmentalni uticaji. Povećanja potrošnja jeste pozitivan ekonomski uticaj, a pored toga, dolazi i do otvaranja novih radnih mesta i ljudi se zapošljavaju koji dobijaju nova znanja i veštine. Kod sociokulturnih uticaja dolazi do jačanja ponosa i integriteta lokalne zajednice kao i povećanja kvaliteta življenja ljudi. Stanovništvo se više interesuje za turističku ponudu i jačaju se regionalne vrednosti i tradicija. Kod prostorno-envajeronmentalnih uticaja vidimo povećanje novih atrakcija i povećava se dostupnost određenog prostora. Dolazi do ulaganja i investiranja u prezentaciju kulturnog i prirodnog nasleđa i tako dalje.

Ruralni, kulturološki i urbani turizam se mogu zajedno primeniti i sastaviti u koncept ekoturizma. Održivi razvoj turizma je osnova ekoturizma. Ekoturizam podrazumeva da se stanovništvo i turiste turističke destinacije ponašaju odgovorno prema prirodnom sredini, s tim da turisti proučavaju prirodu, kulturno i istorijsko nasleđe destinacije, ujedno i promovišu vrednosti zaštite životne sredine i kulture lokalne zajednice (*Maksin, Pucar, Korać, Milijić, 2009, 24*). Ekoturizam se odnosi na aktivnosti očuvanja životne sredine, očuvanja kulturnog i tradicionalnog nasleđa i edukacija stanovništva na ruralnim i urbanim turističkim mestima.

Ubavić navodi da se u našoj zemlji turizam veoma teško razvijao zbog velikih ekonomskih i političkih problema kroz koje je naša zemlja prošla, a i sada prolazi. Međutim, zbog prirodnih lepota naše zemlje, povoljnog geografskog položaja, banjama, bogatoj kulturi, raznovrsnosti flore i faune, i tako dalje, Srbija ima potencijal za razvoj turizma. Nažalost, naša zemlja, na turističkom tržištu, nije uspela da ostvari velike rezultate za razvoj ove delatnosti (*Ubavić, 2015, 80*).

Ruralni turizam, zajedno sa ostalim turističkim proizvodima u Republici Srbiji, prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije, predstavlja jedan od najznačajnijih oblika turizma (<http://mtt.gov.rs/download/3/Strategija%20razvoja%20turizma,cir.pdf>). Kako bi naša zemlja iskoristila svoj potencijal ona mora da prati turističko tržište, da osluškuje želje i potrebe turista, kao i da uspostavi efektivnu i efikasnu marketing strategiju i marketinški sistem kako bi se na što bolji način upravljalo destinacijom.

2 RURALNI TURIZAM

Ruralni turizam kao novi vid turizma ima sve veći značaj i u Srbiji. Ova glava daje prikaz pojmova ruralnog turizma i ruralnog turista, razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, kao analizu kulturnog i prirodnog nasleđa u službi ruralnog turizma i njegovog značaja za našu zemlju.

2.1 Definisanje ruralnog turizma

Nema sumnje da je došlo do ekspanzije turističkih proizvoda, i to ne samo u Republici Srbiji nego širom sveta. Turistički proizvodi se ne odnose samo na usluge koje pružaju veliku hoteli, velike avio-kompanije i turoperatora iz zemalja u razvoju, već se turistički proizvodi odnose i na proizvode koji se razvijaju u ruralnim područjima za farmere, seljake i mlade ljude u ruralnom području, koji bi u suprotnom morali da dolaze u velike gradove kako bi tražili poslove i bili privilegovani članovi društva.

Ruralni turizam se najčešće vezuje za poljoprivrednu sredinu, poljoprivredne proizvode i na boravak turista u ruralnom području. Ruralna područja su najviše povezana sa kulturnim turizmom i govore mnogo o kulturi jedne zemlje. Stare vetranjče, kuće, radionice, salaši i mnoge stvari i predmeti koji se mogu naći u ovakvim mestima predstavljaju kulturno nasleđstvo jednog područja. U ruralnim područjima se održavaju i razne manifestacije na kojima se mogu videti narodni običaji i nošnje, što takođe govori o kulturnom identitetu jedne države.

Sve više se popularizuju migracije iz ruralnih područja u grad, što dovodi do zastoja razvoja u ruralnim sredinama. Kako bi se negovala kultura i tradicija, u ovim područjima, potrebno je da se razvijaju specifični oblici turizma kao što je ruralni turizam (*Vujko et al., 2012, prema: Antić, Vujko, Gajić, 2015, 10*).

Gradsko stanovništvo sve više ide u ruralnu sredinu kako bi se odmorilo i rekreiralo na svežem vazduhu. Ruralni turizam se ne odnosi isključivo na posetu sela, već i nacionalnih parkova, posetu parkovima prirode, kulturnoj baštini, boravak u seoskim gazdinstvima, panoramske izlete i slično. Ruralni turisti se povezuju sa prirodom i traže svoj mir i tišinu.

Prvi tragovi ruralnog turizma se vide u Etičkom kodeksu ruralnog turizma (*Global Code of Ethics for Tourism*) u dokumentu koji je usvojen u Santijagu u Čileu septembra 1999. godine koji je sadržao sledeće (WTO, 2006, 74):

- Lokalna populacija bi trebao da bude povezana sa turističkim aktivnostima i da deli jednakost u ekonomskom smislu, da ima sociokulturne prednosti i da učestvuje u kreiranju poslova u ruralnim područjima;
- Turistička strategija bi trebalo da bude usmerena na povećanje standarda življenja stanovništva u regionima u kojima je to najviše potrebno, da se strategija usmeri na povećanje veština i znanja ljudi koji žive u takvim regijama, i tako dalje;
- Posebna pažnja bi trebalo biti posvećena na specifične probleme priobalnih regija i ostrva kao i ruralnim i planinskim predelima koji imaju mogućnosti da se razviju; i
- Trebalo bi se više investirati u ovakva područja, da se naprave studije istraživanja u ovim područjima i da se te informacije javno objave kako bi se videlo da su one pogodne za investiranje i razvoj.

Ruralni turizam ima velike prednosti koje se mogu videti na sledećoj tabeli.

Ekonomska i sociokulturna prednost stanovništvu	Otvaranje novih radnih mesta	Smanjenje nezaposlenosti
Smanjen odlazak stanovništva u gradska područja	Razvoj ekonomskih aktivnosti	Podizanje životnog standarda

Tabela 2 – Prednosti ruralnog turizma, izvor: WTO, 2006, 75.

Ruralni turizam nije novi fenomen. Dok se u gradovima grade velike zgrade i dok se razvija urbani turizam, ljude u ruralna područja zove čist vazduh, mir i tišina i odmor od gradske gužve. Ova alternativa je rezultat industrijalizacije i globalizacije posebno u zemljama u razvoju. U nekim zemljama Evrope vlade podržavaju razvoj ruralnog turizma,

kao što je to u Velikoj Britaniji gde postoje male krčme koje nude koncept *bed and breakfast* za ruralne turiste, što je slučaj i u Francuskoj.

Zbog povećanje tražnje na tržištu, zbog razvoja zemlje, njene ekonomske i političke situacije, kao i zbog javne podrške razvoju ruralnog turizma, i mnogih drugih razloga, ruralni turizam doživljava svoju ekspanziju u svetu. Ruralno područje je veoma krhko jer doživljava kulturološke i prirodne štete i razne druge promene koje su negativne koje mogu štetiti razvoju turizma. Ova područja su puna prirodnog bogatstva i kulturno-istorijske baštine i upravo su zbog toga važna da se očuvaju.

Pojam *rurality* je sam po sebi specifična turistička atraktivnost, a ruralni turisti traže netaknutu prirodu, tišinu i mir, a ponekad turisti i dolaze kako bi našli samoću i bili u kontaktu sa prirodom. Kada se narušava prirodno i kulturnog bogatstvo jednog ruralnog mesta to upravo uništava i ruralnost, i ono je povezano sa održivim turizmom, jer se uništava životna sredina i prirodno okruženje.

Smatra se da je održivost veoma složena u ruralnom turizmu, i da se ona mora zasnivati na drugim načelima sem načela zaštitne sredine. Održivost se zasniva i na očuvanju identiteta lokalne zajednice i lokalne kulture, očuvanje prirodnog staništa i pejzaža. Održivost se zasniva i na tome da se razvija ruralni turizam, razvija se i podstiče podrška, razumevanje i donošenje regulativnih okvira u vezi sa razvojem ruralnih oblasti, i tako dalje (*Krajnović, Čičin-Šain, Predovan, 2011, 33*).

Ruralni turizam je povezan sa etnosadržajima i kulturnim i istorijskim nasleđem. Kada turisti odlaze u ruralna područja oni tražuju za odmorom, mirom, relaksacijom, kao i da nauče tradiciju i kulturu zemlje u kojoj borave. Ono što najviše privlači turiste u ova područja jeste kultura i tradicija. Ruralna područja su bogata kulturno-istorijskim nasleđem jer je u ovim područjima netaknuta priroda i nalaze se razna arheološka nalazišta, mogu se naći stari predmeti, stanovništvo čuva narodnu nošnju, stare muzičke instrumente, i slično.

Mogli bismo reći da su etnosadržaji i kulturni identitet jedan od najvažnijih razloga zbog čega turisti posećuju ruralna područja, što utiče na razvoj lokalne zajednice i edukaciju stanovništva (*WTO, 2006, 75*). U Republici Srbiji možemo naići na mnoga ruralna područja u čijoj se okolini nalaze spomenici kulture, manastiri, u čijoj se blizini održavaju manifestacije i slično.

Ovim smo dokazali sporednu hipotezu: *Do razvoja ruralnog turizma dovele su razne aktivnosti od koje su najvažnije urbanizacija i promene turističke destinacije turista iz urbane sredine u ruralnu* predstavlja dokazanu sporednu hipotezu u radu. Turisti sve više traže mir i spokoj, a ujedno i da posete kulturno-istorijske spomenike i upoznaju kulturu i tradiciju turističke destinacije. Ruralna područja upravo ovo daju turistima koji žele da pronađu svoj mir, a ujedno i da uživaju u kulturi i tradiciji zemlje, u ovom slučaju Republike Srbije.

2.2 Ruralni turizam u Republici Srbiji

Ruralni turizam u Republici Srbiji ima veliki neiskorišćeni potencijal jer je stanovništvo u ruralnim područjima siromašno, poljoprivreda je nekonkurentna, postoji visoka stopa nezaposlenosti, dolazi do starenja stanovništva i do depopulacije, i tako dalje. Ruralni razvoj je uglavnom bio usmeren na povećanje konkurentnosti, poboljšanja profitabilnosti i bolje tržišne orijentacije. Međutim, sem pomenutih faktora, danas, ruralni razvoj se odnosi i na zaštitu životne sredine, društveni razvoj, i druge faktore kako bi se smanjili negativni efekti koji su već pomenuti.

Selektivnost ruralnog turizma je u saglasnosti sa savremenim tendencijama u razvoju ove delatnosti. U našoj zemlji turistička tražnja je usmerena ka novim sredinama bogatim različitim i specifičnim turističkim sadržajima. To bogatstvo omogućuje dinamičnu izbornost. Upravo je ruralna sredina, prostor u kome je ona izrazito naglašena (*Marinoski, Stamenković, Conić, 2014, 24*).

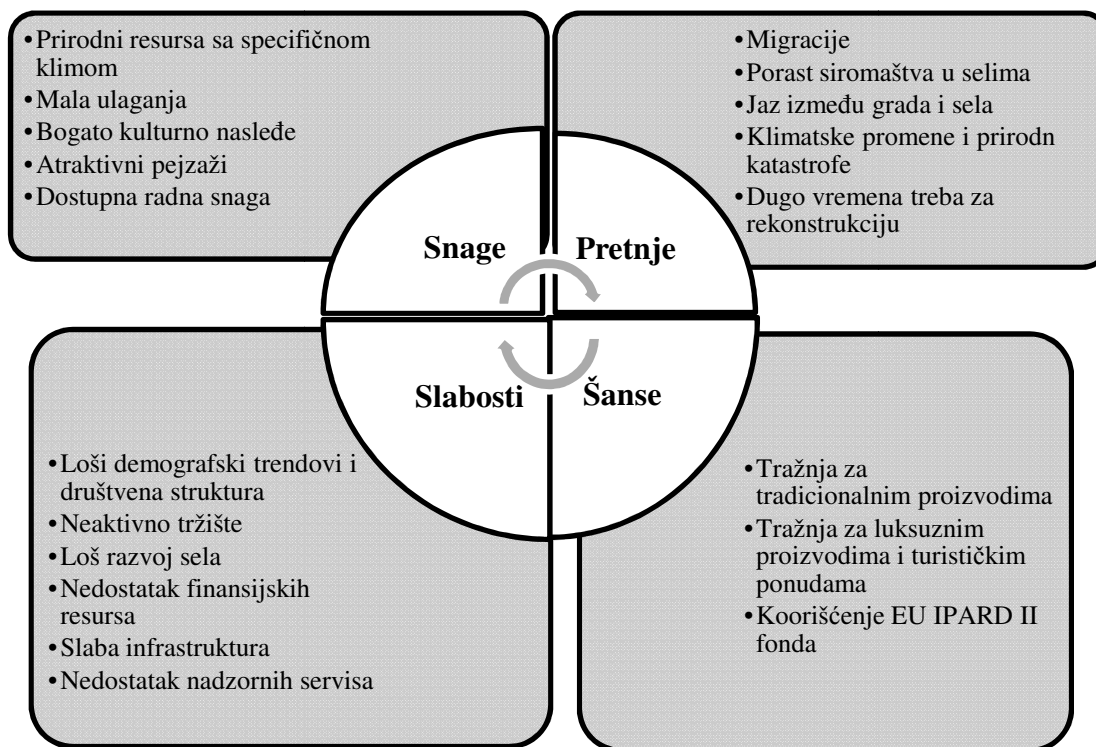
Ruralni turizam kao selektivna forma se bazira na dva pristupa. To su razvojni i tržišni. Razvojni pristup podrazumeva korišćenje raspoloživih resursa u funkciji aktiviranja svakog posebno i kao celine kompleksnog karaktera. Na osnovu aktiviranja i afirmacije lokaliteta i objekata se bazira i ukupni turistički razvoj ruralne sredine. Ruralni turizam ne deluje izolovano. Naprotiv on uslovljava razvoj selektivnih formi koje su kompatibilne razvoju ruralnog turizma. U ovom pogledu razvojni pristup podrazumeva podsticaj razvoja alternativnih formi. Tako su eko-turizam, herbalni, lovni i ribolovni ili etno-turizam samo neke od ovih oblika razvojnog karaktera ruralnih sredina (*Marinoski, Stamenković, Conić, 2014, 24*).

Još u prošlom veku ruralni turizam je polako počeo da se razvija u Republici Srbiji. Stanovnicima Republike Srbije, meštani Ivanjice, su bili interesantna skandinavska sela pa su po tom modelu hteli da naprave mesto gde bi turisti dolazili na odmor. U tadašnjoj Jugoslaviji meštani Ivanjice su uspeli da naprave turističko mesto gde su turisti počeli dolaziti kako bi se odmorili, gde im je bila ponuđena kvalitetna hrana i smeštaj i pozitivna atmosfera. Veliki broj pevača, književnika i ostalih umetnika je posetilo mesto Devići koje predstavlja prvo mesto razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji (*Gašić, Perić, Ivanović, 2015, 73*).

Nakon pozitivnog iskustva sela Devići i ostala sela su počela da se ugledaju na ovo selo i tako je počeo razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji. Veliki broj ljudi iz sela je počelo da ide na razne seminare i da usavršava svoje veštine u ovoj oblasti kako bi kreirali najbolju turističku ponudu za ruralne turiste. Opština Ivanjica je doživela procvat ruralnog turizma što je imalo pozitivne rezultate u smislu razvoja opštine, razvoja znanja i veština stanovništva, očuvanje kulturnog nasleđa i smanjenju migracija iz sela u grad.

Ulaskom u novi vek ruralni turizam je doživeo stagnacije zbog raznih političkih dešavanja u našoj zemlji. Naša zemlja je imala nezadovoljnu i zastarelu infrastrukturu, mali broj smeštajnih kapaciteta, koji su u isto vreme i neprilagođeni, nedostatak turističkih proizvoda, i tako dalje. Iako postoje mnogi nedostaci, ipak ruralni turizam u našoj zemlji može da se razvije i nalazi se u početnoj fazi razvoja. Nedovoljno razvijena svest ljudi i disperzni seljački posedi su uticali negativno na razvoj ovog vida turizma.

Analiza ruralnog turizma u našoj zemlji je pokazala da postoji pomak i da ruralni turizam može da se razvija a da najveći potencijal ima Vojvodina, Zapadna i Centralna Srbija. Promocija ruralnog turizma mora biti još bolja i mora biti u povezanosti sa kulturnim identitetom naše zemlje. Internet se koristi kao alat savremene promocije ruralnog turizma, ali se nije iskoristio dovoljno (www.mpzzs.gov.rs/wp-content/uploads/datoteke/razno/IPARD_II_Program_2014-2020.pdf).



Dijagram 3 – SWOT analiza ruralne ekonomije i kvaliteta života, izvor:

www.mpzss.gov.rs/wp-content/uploads/datoteke/razno/IPARD_II_Program_2014-2020.pdf

Bogdanov i njegovi saradnici navode da je održivi turizam jako važan za ruralni turizam i njegov razvoj. Osim održivog turizma, autori navodi da je veoma važan odnos između lokalne zajednice i domaćina koji su vlasnici seoskih domaćinstava i njihov odnos sa turistima koji posećuju ruralno područje (Bogdanov, Zečević, Versaci, Rohač. 2011, 36-37). Ujedinjene Nacije su napravile program „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ u kojem su istražile 327 domaćinstava koja ukupno imaju 1997 kreveta u oblastima centralne i istočne Srbije, donjeg Podunavlja i južnog Banata na Dunavu (Bogdanov, Zečević, Versaci, Rohač. 2011, 36-37).

U našoj zemlji nema zvaničnih podataka o tome koja seoska domaćinstva se bave ruralnim turizmom, ali se smatra da postoji preko 32.000 registrovanih i neregistrovanih, od kojih se većina nalaze u selima Srbije (Đorđević-Milošević, Milovanović, 2012, prema: Gašić, Perić, Ivanović, 2015, 75). Takođe, procenjuje se da ovaj ukupan broj ležajeva godišnje donese oko 10 milijardi dinara prihoda od ruralnog turizma (Selaković, 2014, prema: Gašić, Perić, Ivanović, 2015, 75).

U Republici Srbiji ruralni turizam je karakterističan po aktivnostima koje su: rekreativnog; kulturnog; obrazovnog i gastronomskog sadržaja. Rekreativni sadržaji obuhvataju boravak u prirodnom ambijentu, učešće u seoskim aktivnostima, ribolov, lov, posmatranje životinja, učestovanje u sportkim aktivnostima, i tako dalje. Kulturni sadržaji obuhvataju posetu kulturno-istorijskih mesta i spomenika, poseta priredbama i manifestacijama, učešća u raznim proslavama i slično. Edukativni sadržaji podrazumevaju uglavnom ekskurzije, a gastronomski sadržaji sve što je povezano sa učešćem u pripremanju hrane i degustacije hrane i pića i slično.

Na osnovu podataka Turističke organizacije Srbije, ruralni turizam je na području Republike Srbije razvijen u sledećim selima: Seča Reka, Donji Taor, Ramaća, Kamenica, Borač, Žunje, Lisa, Koštunići, Lopatnica, Gostilje, Jošanica, Kalna, Vrtovac i dr. Istovremeno, urađen je veliki broj master planova sa posebnim akcentom na ruralni turizam a lokalne strategije razvoja pojedinih opština su ruralni turistički proizvod uvrstile u prioritetne ciljeve u budućem turističkom razvoju (*Gašić, Perić, Ivanović, 2015, 75*).

Jedan od izveštaja ruralnog turizma je došao do zaključka da manifestacije čine veliki deo ruralnog turizma, kao i da su one jako posjećene(www.secons.net/admin/app/webroot/files/publications/SeConSizvestajruralniturizamsumarni.pdf). U ruralnim područjima u Republici Srbiji postoji veliki broj manifestacija koje organizuju lokalne samouprave ili turističke organizacije. Kada govorimo o manifestacijama, navešćemo neke od njih u mestima gde se nalazi najviše etnosela u Srbiji:

- Ljig: Zlatna Rajačka lisica, Kosidba na Rajcu, Ljiške kulturne večeri, Šumadijski vašari, Hadži-Derini dani, i tako dalje.
- Gornji Milanovac: Međunarodni festival kratkog filma, Serbia world music festival, Veče pod grmom, i tako dalje.
- Kragujevac: Joakim Fest, Zlatna iskra, Bogojavlansko plivanje za „Krst časni“, Izložba ptica i sitnih kućnih ljubimaca, i tako dalje.

Petrović i Grujović smatraju da su najvažniji ciljevi razvoja ruralnih područja razvoj dopunskih delatnosti na selu, očuvanje agrarnih resursa i poljoprivredna proizvodnja (Petrović, Grujović, 2015, 56-57). Smatra se da je potrebno podsticanje turizma i poljoprivrede kako bi se razvio ruralni turizam. Pored toga, ruralni turizam je značajan iz razloga što može dovesti do povećanja zaposlenosti, smanjenja siromaštva, otvaraju se uslovi i zarade u porodičnim biznisima i slično (Petrović, Grujović, 2015, 56-57).

U našoj zemlji postoji mnogo programa podrške ruralnom razvoju koji pomaže razvoju ruralnih područja, stvaranju boljih uslova za rad i život u njima, i da se smanji siromaštvo i podstakne zaposlenost. Jedan od takvih programa je formiralo Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede u Republici Srbiji (Petrović, Grujović, 2015, 56-57).

Prema podacima Nacionalne asocijacije Seoski turizam Srbije, koja na svom sajtu ima najpotpuniju bazu pružaoca usluga u ruralnom turizmu, u Republici Srbiji je do kraja 2012. godine, kategorizovano 950 domaćinstava koja se bave ruralnim turizmom. Aktivna ruralna turistička domaćinstva u proseku ostvare od 750 do 1500 noćenja godišnje, a pojedina se ističu sa 3000 noćenja (Gašić, Perić, Ivanović, 2015, 75).

Smeštajni kapaciteti se odnose na etno sela, motele, hostele, pansioni, prenoćišta, apartmane, brvnare i vjate, gostinske kuće, stanove, turističke komplekse, vile, vikendice i druge kapacitete u Republici Srbiji. Nacionalna asocijacije Seoski turizam Srbije ima podatak da postoji 244 pružaoca ruralnih usluga u našoj zemlji i to sledeće opštine: Gornji Milanovac, Čajetina, Valjevo, Arilje, Ljig i Kosjerić (Gašić, Perić, Ivanović, 2015, 76).

Apartmani Mijailović, Gornji Milanovac



Domaćinstvo Čikić, Sremska Mitrovica



Slike 1-4– Prikaz smeštajnih kapaciteta širom Srbije, izvor: www.selo.rs

U Srbiji postoje etno sela u kojima veliki broj domaćinstava pruža smeštaj i ugođaj stranim i domaćim turistima kako bi se odmorili i otkrili zanimljive stvari o kulturi i tradiciji naše zemlje.

Ono što je takođe interesantno jesu gastronomski sadržaji ruralnog turizma naše zemlje. Gastronomski proizvodi u ruralnom turizmu predstavljaju jednu vrstu promocije jednog ruralnog mesta. Ukoliko gazdinstvo u etno selu ima dobru promociju gastronomskih proizvoda, to može biti jedan od razloga zbog čega je ruralnog područje posećeno. U ovakvim mestima poljoprivredni proizvodi se najviše koriste koji su proizvedeni na organski način. Gastronomski sadržaji podrazumevaju sakupljanje, sortiranje i skladištenje hrane, učešće u proizvodnji hrane i pića, nameštanja stola, učešće u pripremi hrane, degustacija hrane i pića, učešće u čišćenju posuđa i opreme kao i njihovo odlaganje i tako dalje (Marinoski, Stamenković, Conić, 2015, 28).

Specijaliteti koji nude gazdinstva u etno selima su različita u zavisnosti od mesta do mesta u našoj zemlji. Na primer, u regionu Šumadije, etno selo Garaška breza nudi veliki broj sprskih specijaliteta koje turisti mogu da degustiraju svakodnevno, kao što su mekike, jaja sa slaninom, domaći kajmak i sir, prženice, gibanica, domaći hleb i slično. Kuvana jela, kao što su sarme i punjenje paprike, i dobre salate, zajedno sa supom ili čorbom su nezamenljivi obroci u regionu Šumadije. Etno selo Divljakovac nedaleko od Arandelovca takođe nudi veliki broj specijaliteta turistima da probaju. Neki od specijaliteta su kačamak, proja, ajvar, domaća slanina i pršut, razna kuvana jela, jela sa roštilja i pite, i druga sliča jela.

Etno sela u Vojvodini nude drugačiju vrstu hrane nego šumadijska etno sela. U Vojvodini postoji velika mešavina kuhinja pa iz tog razloga postoji i veliki broj specijaliteta u ovim krajevima koje domaćinstva iz etno sela nude turistima. Evo samo nekih od specijaliteta: moročija supa, kuglofi, gomboce, štrudla makovnjača, jela koja se spremaju „na suvo“ – sarma i pečenje, svinjetina je glavno meso, fotoški kupus, pihtije, sataras, šnenokle, mađarica, gurabije, i tako dalje. Za razliku od Vojvodine i Šumadije, jug Srbije takođe ima drugačije specijalitete koje gazdinstva iz etno sela ove oblasti nude turistima. Evo samo nekih od specijaliteta: podvarak, kapama, janija, baklava, teleća glava u škembetu, ajvar, pindur, turšija, duveč sa pirinčem, i tako dalje.

Osim što se ruralni turizam odnosi na već pomenute manifestacije i gastronomijom, on je povezan i sa prirodnim lepotama naše zemlje. Turisti kada posećuju ruralno područje oni ne idu samo da posećuju manifestacije, probaju hranu i degustiraju piće, već idu da pronađu mir i tišinu posmatrajući predivnu prirodu i obilazeći planine, jezera i ostale prirodne lepote koje pruža naša zemlja. Na primer, etno selo Garaška breza je jedno od sela koje okružuju planine, pašnjaci, šume, i nalazi se u podnožju planine Bukulja. Ovo što krasi ovo etno selo jeste Garaško jezero pored kojeg se nalaze sportski bazeni i restorani. Pored jezera i planine, u okolini etno sela, turisti mogu posetiti pećinu Risovača, Bukovičku banju, planinu Rajac i drugo (www.ajmonegde.com/Etno-selo-Garaske-breze.html).

Pomenuli smo i etno selo Divljakovac koje je takođe jako blizu Arandelovca. Smatra se da je etno selo Divljakovac pravi predstavnik šumadijskih sela iz razloga što se u njemu nalazi veliki broj starih vajata koji datiraju još iz devetnaestog veka. Etno selo Divljakovac je karakteristično i iz razloga što se u vajatima nalazi veliki broj starih predmeta, nameštaja i stvari, kao što su fenjeri, ćilimi, drveni stolovi i stolice, i slično (www.ajmonegde.com/Etno-selo-Garaske-breze.html).

Kad smo već spomenuli manifestacije, u etno selu Garaška breza i etno selu Divljakovac turisti mogu da uživaju u velikom broju manifestacija koje se nalaze u blizini oba etno sela, kao što su (www.ajmonegde.com):

- Mermer i zvuci – Smotra srpske umetnosti u Arandelovcu
- Etno bazar – Promocija nacionalnog identiteta Arandelovca
- Letnji festival knjige

- Međunarodni festival folklornih ansambala
- Mini Fest – festival filma
- Noć muzeja
- Pozorišni festival
- Smotra veterana folklornih ansambala Srbije
- Šumadijski opanak – festival folklor
- Likovna kolonija Vojvoda Petar Nikolajević – Moler
- Likovne kolonije Sretenje
- Dan državnosti
- Sabor dečijeg folklor Šumadijski biseri
- Etno-festival Koje kude kad Srbijom podeš
- Brezovačka zavetina – dani narodnog stvaralaštva u Brezovcu

Etno sela Vojvodine se razlikuju od etno sela u Šumadiji jer imaju drugačiju floru, faunu, drugačiju tradiciju, gastronomiju i manifestacije. Najveći prirodni rezervat u Vojvodini je Carska bara i veliki broj turista posećuje ovaj prirodni rezervat koji se nalazi nekoliko kilometara od sela Stajićevo kod Zrenjanina. Seoska domaćinstva i kuće su konstruisane u lalinskom ili u banatskom stilu koji datiraju iz dvadesetog veka. Etno selo Stajićevo drži u domaćinstvu veliki broj životinja, od kojih se paunovi samo mogu videti u Banatu, što je razlika od životinja u šumadijskim selima. Što se tiče manifestacija u okolini etno sela ne postoje manifestacije koje se održavaju u blizini etno sela (www.ajmonegde.com/Etno-selo-Tiganjica.html). Pored ovog etno sela, etno selo Salaš 84 je takođe popularno etno selo u Vojvodini oko kojeg se nalazi jezero, a pogled iz sela je relaksirajuć za turiste, jer oni tragaju za oazom mira (www.salas84.rs).

2.3 Kulturno i prirodno nasleđe u službi razvoja ruralnog turizma

Kultura, tradicija, predmeti, mesta i praksa definišu pojedinca, naciju ili civilizaciju, a to predstavlja upravo ono što jedna zemlja želi da podesi i prenesi drugima, ali i da zadrži svoje nasleđe. Kada govorimo o kulturi, baštini i tradiciji jedne zemlje onda mislimo na građevine i spomenike koji su od kulturno-istorijskog značaja, arheološka nalazišta i slično, a kada kažemo prirodno nasleđe onda mislimo na staništa ugroženih životinja i biljaka od naučne, konzervatorske ili estetske vrednosti, geološke, fizičke i biološke formacije (Bogdanov, Zečević, Versaci, Rohač. 2011, 43).

Razlike kulture i tradicije zemalja postaju sve važnije, a tu glavnu ulogu upravo igra značenje kulturnih i etnosadržaja turističke ponude jedne zemlje. Za turiste, atraktivne turističke destinacije su one u kojima mogu pronaći zabavu, sport, posetiti kulturne događaje, gledati folklor i ples, učiti umestnost i drugo. Kada turisti posete turističku destinaciju, oni pored prirodne lepote, istražuju njenu kulturu, bogatstvo, vrednosti, tradiciju, umetnost, građevinu, i druge atrakcije koje se mogu naći u turističkoj destinaciji. Što je turistička destinacija originalnija u ponudi ovih sadržaja, to je i privlačnija za turiste. Osim posete kulturnim i prirodnim resursima, turisti se opredeljuju i za posetu raznih manifestacija i zabava, pogotovo ako je u pitanju netradicionalno turističko područje.

Ruralna područja su upravo područja koja daju kulturne i ekološke sadržaje u turističkoj ponudi Republike Srbije. Seoska domaćinstva u Srbiji raspolažu kućama koji su namenjeni gostima, kao što se može videti slikama prikazane u prethodnoj tački. Kuće uglavnom raspolažu sobama, kupatilom, dnevnim boravkom, trpezarijom i drugim sobama. Uglavnom su to kuće sa velikim dvorištom pored kojih se nalaze šume, livade, velike bašte, reke, jezera i slično. Kuće se izdaju tokom cele godine, a hranu uglavnom biraju domaćini.

Aktivnosti koje seoska domaćinstva nude turistima su vezane za lov i ribolov, relaksaciju i uživanje u prirodi, obilasku banja, manastira, kulturno-istorijskih spomenika, planinarenje, biciklizam, druge vrste sporta, kupanje u jezerima i rekama, posmatranje ptica, kupovina i pravljenje domaćih proizvoda, upoznavanje sa istorijom destinacije, i tako dalje.

Na početku ove glave smo spomenuli da je turizam jako nerazvijen u ruralnim područjima, ali da ima veliki potencijal. Kapaciteti za pružanje usluga su stari, infrasktruktura je loša. Ne postoji veliki broj projekata i investicija u ruralnim područjima u Srbiji i tako dalje. Ni same lokalne zajednice nisu svesne koliko mogu da se razviju koristeći kulturni i prirodni potencijal (*Bogdanov, Zečević, Versaci, Rohač. 2011, 44-45*).

Kulturno nasleđe može da obezbedi razvoj u ruralnim područjima na taj način što će ruralno područje da ističe bogatu kulturu i njenu raznovrsnost kako bi se omogućile ekonomske aktivnosti koje će dovesti da se razvija određeno ruralno područje. Opstanak i razvoj ovih područja zavisi od njegovog kulturnog nasleđa, i zbog toga je jako bitno da se ono istakne kada se govori o ruralnom području.

Jezik, igra pesma, tradicionalni zanati, hrana i njena priprema, kao i posebna vrsta pića koje nudi jedno ruralno područje mogu da obogate taj deo regiona i da privuku što više turista, a naša zemlja nudi veliku i bogatu tradiciju od severa pa sve do juga zemlje. Organizacija festivala i raznih manifestacija, kao i renoviranje sela mogu biti jedan od razloga zašto bi se turisti odlučili da posete ruralno područje. Sve ovo pokazuje koliko kulturno nasleđe može da doprinese da ruralni turista dođe u posetu.

Jedan od oblika turizma u našoj zemlji se odnosi na salaše u Vojvodini. U odnosu na istok ili zapad naše zemlje, Vojvodina ima salaše koji su pogodni za razvoj ruralnog turizma i tu se može naći drugačija tradicija od tradicije sa juga Srbije, na primer. U Salašima se može doći do zaključka kako je naš narod živeo ranije i na koji način je radio. Turisti bi rado platili da iskuse to iskustvo (*Njegovan, Demirović, Radović, 2015, 73-74*). U Vojvodini živi veliki broj nacija, što možemo pretpostaviti da se veliki broj kultura mešao i da Vojvodina neguje tradiciju i kulturu svih naroda. U Vojvodini postoji veliki broj manifestacije koje prikazuju stil života ljudi, kulturu i njihove običaje (*Njegovan, Demirović, Radović, 2015, 73-74*).

Ono što je zanimljivo jeste da se u Vojvodini u mnogim etno selima može, na osnovu raznih predmeta, videti kakva je kultura i tradicija ovog dela zemlje. Na primer, u etno selu Salaš 84 turisti mogu doživeti jedinstveno iskustvo da pribaju hranu iz glinenih posuda koje su se koristile pre 200 godina i da vide pećnice koje su se tada koristile za pečenje hrane. U ovom etno selu se mogu videti staje, ambari, svinjci i kokošinjci, koralni, bunari, pomoćne

zgrade, gostinjska kuća i glavna zgrada izgrađene od prirodnih materijala. Gosti se greju starim kraljevim pećima stare preko 170 godina. Krovovi zgrada su ručno pravljeni trskom koja se uzgaja na salašu (www.salas84.rs/tradicija.html).



Slika 5 – Starinski detalji etno sela Salaš 84, izvor: www.salas84.rs/galerija11.html

Ruralni turizam je veoma razvijen i u Šumadiji, a najpopularnija su šumadijska sela. U Šumadiji najposećeniji gradovi su Gornji Milanovac, Arandelovac, Ljig, Despotovac, Mladenovac, Kragujevac, Sopot, Vrnjačka banja, Kruševac, Mionica i Topola u kojima se nalaze etno sela i gde stanovništvo nudi turistima bogatu ponudu koja omogućava kontakt sa nedirnutom prirodom, uspostavljanje mentalne i fizičke relaksacije i duhovni mir, kao i upoznavanje kulturnog nasleđa Šumadije što uključuje posete kulturno-istorijskih spomenika i obilazak istorijskih lokaliteta, u zavisnosti od lokaliteta.

Na primer, domaćinstvo Predraga Jovanovića je karakteristično po tome što čuva hrast koji se pominje kao jedan od toponima iz Prvog srpskog ustanka. Određena domaćinstva poseduju drvene vajate koji su sagrađeni u devetnaestom veku, a turisti mogu kupiti ručne radove. Domaćinstva organizuju obilazak kulturno-istorijskih spomenika u obližnje manastire, planine i banje. Ono što je zanimljivo jeste da domaćinstvo Sajić iz Ljiga nudi obilaske u selo Gukoš gde se videti ostaci rovova iz Prvog svetskog rata, na položajima gde su vođene borbe u vreme Kolubarske bitke. Prema istraživanjima arheologa i istoričara, smatra se da je u srednjem veku na ovom prostoru postojao grad Bela Stena. Kuća „Tri hrasta“ Klatićevo krasi lep spoj tradicije i modernog. Ovde se mogu naći male zgrade,

ambari, mlekare magaze, a sem toga u okviru domaćinstva se mogu naći razni predmeti koji su se u davna vremena koristili.



Slika 6 – Kuća „Tri hrasta“ izgled vajata, izvor:

www.turizamnaselu.rs/domacinstvo11.html

Krajinske pivnice su takođe jako važne za razvoj ruralnog turizma. Pivnice podrazumevaju velike vinske podrumе u kojima se pravi i čuva vino i uglavnom se nalaze u ruralnim područjima. Smatra se da se u naseljima Rajac i Rogljevo danas nalaze ove pivnice. Rajac je poznat po tome, što su se veliku broj igranih filmova snimali u ovoj oblasti, poznat je po vinima i atraktivan je za razvoj ruralnog turizma. U Rajcu postoji veliki broj vajata i brvnara koji služe za turističke svrhe, a jedan od tih je Vajat Zorana Ilijića (www.selo.rs/RS/ponuda/zoranov-vajat). Vajat je smeštan u samom podnožju planine na kojem se održava jedna od najčuvenijih manifestacija u Srbiji „Kosidba na Rajcu“. Turisti posećuju ovo mesto kako bi se relaksirali i uživali u prirodi, a u ovom mestu se, tokom prolećnog i letnjeg perioda, organizuje veliki broj sportskih kampova za mlade.



Slika 7 – Vajat Zorana Ilijića – unutrašnost vajata, izvor: www.selo.rs/RS/ponuda/zoranov-vajat

Pivnice u rogljevu su jako slične pivnicama u Rajcu. Ovih pivnica ima jako malo koje odišu starim duhom što ih zapravo čini atraktivnim za turiste. U ovom mestu se organizuju „Dani berbe“ (www.visitserbia.org/srpski/blog_sr/3242-krajinske_pivnice.html).

Šumadijsko selo, Vojvođanski salaši, manastirska imanja, pivnice i tako dalje su različiti modeli ruralnog turizam na prostoru Republike Srbije – predstavlja sporednu hipotezu u radu koja je ovde i dokazana. Vojvođanski salaši, Šumadijsko selo, Krajinske pivnice i drugi modeli ruralnog turizmu govore da je naša zemlja puna istorijskog nasleđa u raznim predelima i da se oni razlikuju od Vojvodine do juga Srbije. Stanovnici ovih mesta su dobro iskoristili kulturno nasleđe da privuku turiste u naše krajeve, što dovodi do razvoja turizma u ovim mestima i mogućnosti da lokalna zajednica više ulaže u etnosadržaje i kulturni identitet i iskoristi kulturu.

3 ANALIZA POSTOJEĆIH ISTRAŽIVANJA O RURALNIM PODRUČJIMA I ETNO SELIMA

Analiza postojećih istraživanja o ruralnim područjima i etno selima predstavlja treću glavu rada. Metodom analize i studije slučaja, koje se koriste u ovoj glavi rada, analiziraće se etno-kuće i etno sela u Republici Srbiji i u regionu kako bi se videlo koliko je tema etno-kuća, etno sela, ruralnih područja, tema seoskog turizma zastupljena u literaturi.

3.1 Etno-kuće i etno sela u Republici Srbiji i regionu

U ovom delu rada daćemo kratak pregled istraživanja koja su vršena vezano za razvoj etno-kuća i etno sela u Republici Srbiji. Počecemo sa istraživanjima od 2008. godine pa sve do najnovijih istraživanja u 2016. godini kako bismo imali uvid u to kako su se etno-kuće i etno sela razvijala u zadnjih nekoliko godina.

U istraživačkom radu autora Ljiljane Gavrilović – *Etno kuće: u potrazi za identitetom*, govori se o izgradnji etno-kuća u Republici Srbiji koje izgledaju kao muzeji i koje posećuju turisti širom Srbije i regiona u turističke svrhe. Dizajniranje kuća da lične na muzeje se vrši u cilju čitanja/tumačenja tradicija i identiteta određenog ruralnog područja, jer se etno-kuće uglavnom izgrađuju u ruralnim područjima. Ona navodi da se etno-kućama smatraju domaćinstava koja su sačuvala stare stvari, stari nameštaj, stare predmete, i tako dalje koje ne upotrebljavaju godinama. Ona govori o tome da su takve kuće izazov za muzejske radnike da ih uredi po njihovom ukusu, kako bi same etno-kuće bile muzeji za turiste koje posećuju određenu ruralnu oblast. Autorka navodi da veliki broj domaćinstava organizuje prostor da podseća na muzeje, i to uglavnom u sobama u kući ili u pomoćnim zgradama. Ono što autorka navodi da je potrebno obratiti pažnju jeste na nagomilavanje predmet, jer veliki broj domaćinstava nagomilava stare predmete bez ikakve estetike ili nagomilava predmete koji nisu karakteristični za turističku destinaciju (Gavrilović, 2008, 137).

Etno-kuće i etno domaćinstava pružaju turistima mogućnostima da vide stara kola, stare poljoprivredne sprave koje se više ne koriste, stari pribor za jelo, stare kuće i prateće objekte kao što su magaze, šupe i slično. Turisti takođe mogu uživati u prostorijama koje su ukrašene ukrasima i bojama iz prve polovine 20. veka, a takođe mogu videti i staru narodnu sprsku nošnju, stare fotografije, igračke, alati i slično. Sve što je domaćinstvo uspešno da sačuva s početka 20. veka sve se koristi u promotivne svrhe.

Gavrilovićevo je istražila dve etno-kuće u Republici Srbiji u selu Trnava kod Čačka Žabare kod Kruševca, nakon čega je došla do određenih zaključaka. Etno-kuće su nastale iz potrebe da se ponovo izgradi identitet i da se Srbi vrate svojim korenima i tradiciji. Način življenja u selima je dosta drugačiji pod uticajem globalizacije i industrijalizacije. Ono što je ostalo u selima jeste način poslovanja, međutim, mašine su zamenile ljude i tehnologija je obuhvatila i sela. Ljudi su prihvatili tehnologiju kako bi im posao bio olakšan, a život udobniji i lakši. Autor smatra da su ljudi iz sela preuzeli koncept etno-sela iz muzejski izložbi i pokazali im kako da iskoriste stare stvari koje imaju u svom domaćinstvu. Obzirom na to da je istraživanje vršeno pre osam godina, možemo i razumeti da je to početak pokušaja formiranja etno-kuća, jer nije bilo govora o razvoju etno sela i rekonstrukcije nečega što je pre postojalo. Na kraju, autor je došao do zaključka da domaćinstvima nisu potrebni ljudi iz muzeja koji bi im pomogli da dekorišu svoje domaćinstvo.

U 2009. godini Sanja Pavlović i Bojana Jovanović su objavile istraživanje pod nazivom – *Komplementarnost eko i etno turizma na primerima zlatiborskih sela*. Autori su istraživali ekoturizam i etnoturizam kao novi model turizma, potencijale za razvoj ekoturizma u zlatiborskim selima, etno nasleđe Zlatibora. Pored toga autori su koristili i PESTEL analizu i SWOT analizu kako bi došlo do određenih zaključaka vezano za razvoj ruralnog turizma na Zlatiboru.

Zaključci istraživanja su sledeći (Pavlović, Jovanović, 2009, 167-178):

- Srbija ima jako dobre uslove za razvoj eko turizma iz razloga što je priroda očuvana, a naša zemlja je bogata čistom vodom, nezagađenim vazduhom u ruralnim područjima, bogatom vegetacijom, kao i velikim brojem planinskih predela, od kojih je Zlatibor takav u kojem se turistima pruža mogućnost relaksacije i odmora, rekreacije, planinarenje, i tako dalje. Ovakav vid

turizma nije dovoljno „reklamiran“, a, samim tim, u našoj zemlji dosta i nerazvijen, obzirom na to da postoje dobri uslovi razvoja. Mali broj smeštajnih kapaciteta, loša infrastruktura, nedovoljna regulativa, i tako dalje, predstavljaju velike nedostastke razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji. Određeni putevi na planinskim područjima moraju biti pod zaštitom, i to se upravo odnosi na Zlatiborski predeo kuda vode putevi na nadmorskim visinama do 2.000 m, ali na kojima ne postoje obeležja pravca kretanja ni obaveštenja za turiste. Do određenih delova, kao što su vodopadi i slično, ne postoji ekološka staza, već je to u pitanju kozja staza na kojoj nema nikakvih znakova, što predstavlja veliki problem turistima na Zlatiboru, i tako dalje.

- Stopina pećina i Gostiljski vodopadi su dva glavna potencijala u zlatiborskih selima, koja takođe nisu zaštićena. Dno Stopine pećine je uvek poplavljeno iako ja pećina ima veoma atraktivan slap, ali je prolaz kroz pećinu gotovo nemoguć, kao i do prilaza Gostiljskim vodopadima.
- Etno nasleđe Zlatibora je veoma bogato i seoska domaćinstva čuvaju stare stvari, predmete, nošnju, alate, igračke, pribore za jelo i tako dalje. Na Zlatiboru postoji veliki broj brvnara koje su sačuvane od zaborava i koje turisti rado koriste za odmore. Neke od njih su: Crkva brvnara u Donjoj Jablanici, crkva brvnara u Dobroselicama, crkva brvnara Hristovog Vaznesenja, i tako dalje.

Damir Demonja i Robert Baćac su objavili istraživanje iz 2012. godine pod nazivom – ***Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske.*** Kao i u Republici Srbiji i u Republici Hrvatskoj ruralni turizam postaje sve značajniji što uključuje očuvanu prirodu, posebnost flore i faune, mikro klima, i tako dalje koju posećuju turisti kako bi se odmorili, saznali što više o tradiciji i kulturi Hrvatske. Ovaj rad se bazira na tradicijskim faktorima turističke ponude na selu: rekonstrukciji i opremanju objekata/građevina, uređenju okoline i vrta, kao i nematerijalnoj baštini (gastronomiji, prezentaciji življenja, običajima, manifestacijama, i tako dalje). U ovom radu se analiziraju i dotadašnji načini korišćenja baštine i tradicije u ruralnom turizmu Hrvatske.

Istraživanje koristi pojam – baština kao pojam koji sačinjava sva dobra koja su sakupljena i sačuvana iz prošlosti. Autori su istraživali deset ruralnih područja u Hrvatskoj i doneli zaključke o njima. Područja koja su istraživana su: Međimurje, Hrvatsko zagorje, Kvarner i Hrvatsko primorje, Istra, Lonjsko polje, Slavonija, Baranja, Velebit, Konavli i Dalmacija. U svakom području se analiziralo po 2-3 domaćinstva, sela, kušaonica i kampova (*Demonja, Baćac, 2012, 207-212*):

Zaključak istraživanja je da se za potrebe ruralnog turizma koriste postojeće strukture, građevine, materijala, arhitektura; da se treba poštovati ambijentalnost u gradnji novih građevina; da se treba pokazati „duh“ prostora i okoline kada se grade novi objekti. Istraživanje je pokazalo da je jako važno kakve se manifestacije nalaze u okolini područja, kakva je okolina, gastronomija, običaji i tako dalje. Autori su došli do zaključka su tradicija i kultura veoma važan faktor za odabir turističke destinacije i da se kultura, tradicija i etnosadržaji kombinuju kako bi se došlo do razvoja tih područja (*Demonja, Baćac, 2012, 216*).

U 2015. godini došlo je bilo dosta istraživanja o ruralnom turizmu i razvoj eko-kuća i etno sela u njima.

Njegovan Zoran, Demirović Dunja i Gordana Radović objavili su istraživanje pod nazivom – ***Upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma u Vojvodini***. Autori su izvršili istraživanje o razvoju ruralnih područja u Republici Srbiji i analizirali su salaše kao turistički brend Vojvodine. Sem toga, autori su istraživali razvoj bio-ruralnog turizma, manifestacioni turizam i zaštićena područja u Vojvodini.

Autori su došli do zaključka da je Vojvodina pogodna za razvoj ruralnog turizma iz razloga što poseduje veliki broj salaša i seoskih domaćinstava sa dobrom ponudom (turistički, gastronomski, kulturni sadržaj, i tako dalje). Kao što smo već objasnili u prethodnoj glavi da ruralni turizam nema adekvatnu poziciju na tržištu, tako su i autori došli do istog zaključka da je neophodno da se prave marketinške strategije i planovi kako bi ruralni turizam postigao potpuni potencijal. Još jedan od zaključaka uključuje dodatno vredovanje istorije, kutlure i tradicije u smislu renoviranja objekata i višeg usmerenja na održivi razvoj (*Njegovan, Demirović, Radović, 2015, 77*).

Simić Vladimir je takođe 2015. godine objavio istraživanje pod nazivom – ***Preduzetništvo u turizmu na primeru etno sela Latkovac u Srbiji***. Simić je istražio etno selo Latkovac kako bi dokazao da preduzetništvo može da živi u etno selima i da ga je potrebno iskoristiti da bi se lokalna zajednica razvija i imala zadovoljne turiste. Kreativno preduzetništvo na primeru etno sela Latkovac je predmet istraživanja rada Vladimira Simića.

Autor je došao do zaključka da preduzetništvo može pomoći u praćenju želja i potreba kako domaćih tako i stranih turista. On je naveo da je veliki broj investicija, subvencija i donacija od države doprinela razvoju i popularizacijom mesta, smanjenju siromaštva i povećanju radnih mesta. Autor navodi da je razvoj etno sela Latkovac doprineo spoj savremenosti i tradicionalnosti, ujedno i interaktivnosti stanovništva u lokalnoj zajednici i njenih turista. (*Simić, 2015, 67-68*).

Milićević Snežana i Đorđević Nataša su odradile istraživanje na temu – ***Potencijali za razvoj planine Goč kao destinacije ruralnog turizma***. Autorke su izabrale planinu Goč kao odličan primer postojanja potencijala ruralnog turizma koji, nažalost, nije iskorišćen. Cilj autorki jeste da se odrede glavni potencijali za razvoj turističke destinacije – planine Goč i da se odredi šta je potrebno uraditi u budućnosti da bi turistička destinacija dostigla potencijal.

Autorke su došle do zaključka da je planina veoma atraktivna za razvoj ruralnog turizma, a jedan od najvećih razloga je blizina jedne od najpopularnijih i najatraktivnijih, ujedno i najposećenijih banja u Srbiji – Vrnjačka Banja. Planina Goč ima dobru ponudu za turiste koja uključuje relaksaciju u prirodi i sportske aktivnosti, međutim, ova planina ima malu posećenost. Autorke navode da je potrebno da se otklone sve nepravilnosti u razvoju i da se napravi dobra marketing strategija za razvoj planine, međutim, za ovo je sve potreban dug vremenski period i veliki broj investicija. Jedan od najpogodnijih sistema za razvoj ruralnog turizma jeste javno-privatno partnerstvo.

Iako je veliki broj istraživanja rađen u 2015. godini, i u 2016. možemo naići na istraživanja rađena na ovu temu, međutim dosta manje. Autori Đenadić Miroljub, Muhi Bela, Jovanović Dušan V. su u sklopu istraživanja pod nazivom – ***Ruralni turizam - propuštena šansa Srbije***, imali za cilj da radom prikažu resurse u Srbiji u sferi ruralnog turizma kao i moguće pravce razvoja ovog oblika turizma. Oni su došli do zaključka koje su to snage,

slabosti, šanse i nedostaci ruralnog turizma u Republici Srbiji, što ćemo prikazati u sklopu SWOT analize u narednoj tabeli.

SNAGE	SLABOSTI
Geografska i turistička lokacija Očuvani prirodni resursi i ruralna sredina Biodiverzitet Geotermalni izvori, jezera, reke, očuvan ešume Bogata kultura i istorijsko nasleđe Tradicionalna seoska gostoljubivost	Neostatak finansijskih resursa za investiranje Nerazvijena infraskruktura Migracija iz sela u gradova Nedovoljana edukacija Izolacija i siromašnost seoskog područja Nerazvijena ekonomija Neadekvatni uslovi za rad Nedovoljna ekonomska integracija
ŠANSE	PRETNJE
Pravilno korišćenje prirodnih resursa Ekonomska diversifikacija Razvoj malih i srednjih preduzeća Horizontalna i vertikalna intergracija turizma Proizvodnja i korišćenje obnovljive energije Organska i tradicionalno spremljena hrana Autohtoni proizvodi sa zaštićenim poreklom Finansiranje od strane EU Projekti sa drugim zemljama	Konkurencija na domaćem i stranom tržištu Niski prihodi populacije Promene u trendovima i ponašanju potrošača Politička i ekonomska nestabilnost Klimatske promene Neadekvatna korišćenost prirodnih resursa Internacionalni standardi kvaliteta Nedostatak radne snake Nedovoljnost finansijskih resursa

Tabela 3 – SWOT analiza ruralnog turizma u Republici Srbiji, izvor: Denadić M., Muhi B., Jovanović D.V., 2016, 522.

Autori su došli do narednih zaključaka (*Denadić, Muhi, Jovanović, 2016, 526-527*):

- 1) Glavni strategijski ciljevi ruralnog turizma u Srbiji bi trebalo da se odnose na: takmičenje na internacionalnom tržištu, regionalnom razvoju, motivaciji mladih ljudi da ostani na selima, dugoročna zaštita prirodnih resursa, implementacija standarda kvaliteta za dobrobit turizma, razvoj nerazvijenih regiona, podizanje kvaliteta smeštaja i gostoprimljivosti na selima, proizvodnja prirodne i organske hrane, edukacija zaposlenih u ruralnom turizmu, i tako dalje.
- 2) Razvoj ruralnog turizma u Srbiji je nezadovoljavajuć. Iako Srbija ima puno prednosti, postoji i puno pretnji i nedostataka koje se jako teško eliminišu.

- 3) Naporan rad je neophodan kako bi se pomoglo razvoju turizma u Srbiji počev od edukacije i motivacije svih onih koji su i dalje u selima, da ih ne napuštaju i da sve više ulažu u ruralni turizam.
- 4) Neophodno je da se pažnja obrati i na domaćinstava koja su već počela sa ovim oblikom turizma i koja nude već razne aranžmane kako za domaće, tako i za strane turiste.
- 5) Neophodno je da se sve više obrati pažnja na očuvanje prirode, ambijenta, starih stvari, specijaliteta, tradicije i svega što čini to selo i tu oblast atraktivnom i karakterističnom.
- 6) Neophodno je pogledati i iskustava drugih zemlja, kao što je Francuska, kako je ta zemlja uredila ruralni turizam, i da se ogledamo i na njih.

Naredna tabela predstavlja pomenuta istraživanja, kao i ostala istaživanja koja su vršena u zadnjih nekoliko godina, na osnovu kojih ćemo izvući zaključak o ruralnom turizmu i njegovom razvoju.

Autor	Naziv rada	Opis i ciljevi istraživanja	Rezultati istraživanja
Gavrilović Ljiljana	Etno-kuće u potrazi za identitetom	Analiza primera etno kuća i komercijalnih „etno“ prostora u Republici Srbiji, pogotovo u ruralnim prostorima.	Istraživanje je pokazalo da vlasnicima domaćinstava nisu potrebni stručnjaci koji će dekorisati kuće kao muzeje, jer sami prepoznaju kako treba negovati tradiciju i kulturu.
Pavlović Sanja, Bojana Jovanović	Kompletnost eko i etno turizma na primerima zlatiborskih sela	Autori su istraživali ekoturizam i etnoturizam kao novi model turizma, potencijale za razvoj ekoturizma u zlatiborskim selima, etno nasleđe Zlatibora.	Na planinskim područjima, kao što je Zlatibor, postoje odlični uslovi za razvoj etno sela, međutim, postoji i veliki broj problema, kao što je pristup određenim turističkim prirodnim potencijalima, i slično.
Demonja Damir, Robert Baćac	Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske.	Analiza pojedinih ruralnih područja u Hrvatskoj.	Za potrebe ruralnog turizma u Hrvatskoj se koriste postojeće strukture, građevine, materijala, arhitektura; itd. Istraživanje je pokazalo da je jako važno kakve se manifestacije nalaze u okolini područja, kakva je okolina, gastronomija, običaji i tako dalje.
Njegovan Zoran, Demirović Dunja, Radović Gordana	Upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma u Vojvodini	Analiza salaša kao turističkog brenda ruralnog turizma, razvoj bio-ruralnog turizma, manifestacioni turizam i zaštićena područja u Vojvodini.	Vojvodina je bogata društvenim i prirodnim resursima koji mogu doprineti razvoju ruralnog turizma, međutim, ruralni turizam i dalje nema dobru vrstu promocije i adekvatne pozicije na turističkom tržištu.

Simić Vladimir	Preduzetništvo u turizmu na primeru etno sela Latkovac u Srbiji	Cilj rada je da istraži etno selo Latkovac, kao i kako primena kreativnog preuzetništva može doprineti da se selo razvija kako bi došlo do otvaranja novih radnih mesta, smanjenja siromaštva i poboljšanja životnog kvaliteta u etno Selu.	Kombinacija preduzetništva i turizma je veoma uspešna, i to se može videti na primeru etno sela Latkovac koje je uspelo da profitira kao etno selo nudeći etnosadržaje i kulturne sadržaje turistima. Ova kombinacije ne samo da je dobra za jedno domaćinstvo nego za celo selo jer je podstakla da se otvore nova radna mesta, unapređenja poslova, zadovoljstvo potrošača i tako dalje.
Milićević Snežana, Đorđević Nataša	Potencijali za razvoj planine Goč kao destinacije ruralnog turizma	Analiza resursa za razvoj turizma na planini Goč	Planina Goč poseduje atraktivne prirodne resurse, međutim, turistička ponuda je „siromašna“, a interesovanje turista je jako malo.
Đenadić Miroljub, Muhi Bela, Jovanović Dušan	Ruralni turizam - propuštena šansa Srbije	Cilj istraživanje je da se istraži ruralni turizam u Srbiji kako bi se prikazali svi prirodni i društveni resursi koje naša zemlja ima kao potencijal, ali ih dovoljno ne koristi. U ovom radu se pokreće i pitanje koji način je najbolji za razvoj i promociju ruralnog turizma u Srbiji.	Iako postoji veliki broj prednosti ruralnog turizma u Srbiji, naša zemlja se suočava sa mnogim problemima i nedostacima. Neophodno je obezbediti dobru infrastrukturu, motivisati zaposlene i mlade da ostanu u selima, posmatrati iskustva drugih država, i tako dalje.
Radović Gordana	Izvori finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji	Cilj istraživanje je da se prikaže razvijenost ruralnog turizma u Srbije, kao i koji oblici i izvori finansiranje su najpogodniji za ruralna područja u cilju njihovog razvoja u Republici Srbiji.	Ruralni turizam u Srbiji predstavlja kompleksan proces. 96% domaćinstava samo finansira svoje poslovanje, a u ovakvim slučajevima to bi trebalo da radi država ili druge institucije, kao i EU fondovi. Država ne obraća puno pažnju na ruralni turizam, a ruralni turizam ima veliki potencijal u Srbiji. Neophodno je da Vlada Srbije pomogne u razvoju ruralnog turizma.
Nikolić Ivkica, Supić Dejan, Siljanoska Slavica	Menadžment u turizmu - valorizacija kvaliteta turističke ponude u ruralnim sredinama	Cilj istraživanja je da se predstavi koliku važnost aktivnosti, koje ruralno područje može da pruži, utiču na razvoj ruralnog područja. Sem toga, u radu je cilj da se prikaže na koji način se vrednosti menadžment u ruralnom turizmu i kako se vrednuje kvalitet ponude sa akcentom na sport i rekreaciju.	Sport i rekreacija predstavljaju veliku važnost u ruralnom turizmu. Etno sela koja pružaju mogućnosti rekreacija i sporta turistima sve više dobijaju na značaju.
Premović	Specifičnost	Cilj rada je da se analizira	Ljudski resursi igraju veliku ulogu u

Jelena	ti ljudskih resursa u ruralnom turizmu Srbije	menadžment ljudskih resursa i kakva je njegova uloga u lokalnim samoupravama u ruralnim područjima što se tiče razvoja ruralnog turizam u Republici Srbiji.	strategijskom smislu, jer lokalne samouprave moraju da donesu odluke donesene na bazi ljudskih resursa i potencijala i njegovog korišćenja za razvoj turističke destinacije. Jako je važno obrazovati ljude iz ruralnih područja i stručno ih usavršavati, pogotovo ako rade u turističkim preduzećima u ruralnim područjima.
Maksimović Mlađan, Urošević Snežana, Mihajlović Dragan	Efekti razvoja ruralnog turizma na Staroj planini	Cilj rada je izučavanje ruralnog turizma na Staroj planini u Republici Srbiji. Sem toga, u radu se utvrđuje koji su to faktori koji utiču da se ruralni turizam razvija na Staroj planini i kakvi su efekti razvoja.	Ruralni turizam na Staroj planini ima veliki ekonomski efekat u smislu što se veliki profit ostvaruje na osnovu ruralnog turizma na staroj planini. Autori su došli do zaključka da ruralni turizam sprečava ljude da migriraju iz sela, da nađu nova radna mesta u ruralnim područjima, dolazi do smanjenja siromaštva i povećanja kvaliteta života ljudi. Stanovništvo je motivisano ukoliko postoji dobar razlog da ostanu i nastave da žive u ruralnim sredinama sa velikim potencijalom.
Petrović Gordana, Grujović Milan	Povezanost i ekonomski značaj ruralnog turizma i poljoprivrede	Uvideti povezanost ruralnog turizma i poljoprivrede, kao i uvideti ekonomske efekte na ruralni turizam i poljoprivredu.	Razvoj ruralnog turizma je moguć u Republici Srbiji. Ukoliko ljudi više posećuju etno sela to može da znači da žele da upoznaju i prirodne i društvene resurse i upoznaju duhovne vrednosti ruralne sredine. Ruralna područja su značajna za turiste jer u njima nalaze relaksaciju i mir i mogu se oporaviti i psihički i fizički.
Babović Andrija, Babović Adrijana, Babović Aleksandra	Razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori	Cilj rada je definisanje ruralnog turizma i značaja ruralnog turizma, kao i da se uvidi koliko je ruralni turizam razvijen u Crnoj Gori. Sem Crne Gore, u radu se analiziraju i ruralna područja u određenim državama Evropske Unije u odnosu na ruralna područja u Crnoj Gori.	Crna Gora ima uslove za razvoj ruralnog turizma, ali je njegov razvoj usporen sporim razvojem ruralnih područja, a i iz razloga što je u senki kupališnog i planinskog turizma.
Mlićević Snežana, Podovac Milena, Čavlin Miroslav	Resursi za razvoj opštine Rača kao destinacije ruralnog turizma	Cilj rada je da se daju smernice za budući razvoj ruralnog turizma opštine Rača.	Priroda, kultura, bogato nasleđe, originalna arhitektura, veliki broj farmi, lokalna gastronomija, i tako dalje odlikuju Raču i to je sve ono što privlači turiste da posećuju ovu destinaciju. Međutim, da bi se ova opština razvila potrebno je dosta finansijskih sredstava i ulaganja kako u resurse tako i u kadrove.

Dedeić Danilo	Uloga turizma u smanjenju siromaštva u ruralnim oblastima Republike Srbije	Cilj rada je da se prikaže koliko ruralni turizam može da doprinese u smanjenju siromaštva u ruralnim područjima u Republici Srbiji. Sem toga, u radu se prikazuje i koliko je procenat siromaštva u Srbiji, kako povezati razvoj turizma, održivi razvoj i smanjenje siromaštva.	Ruralni turizam može da doprinese da se smanji siromaštvo u ruralnim područjima iz razloga što se dolazi do novih investicija, turisti sve više posećuju turističku destinaciju, ne dolazi do migracija, otvaraju se nova turistička preduzeća što dovodi do povećanja zaposlenosti u lokalnoj zajednici.
Marinoski Naume, Stamenkov ić Predrag, Conić Momčilo	Gastronomski sadržaji ruralnog turizma Srbije	Cilj rada je prikazati koji su to gastronomski sadržaji koji pruža ruralni turizam u Republici Srbiji.	Gastronomija ima značajno mesto u ruralnom turizmu u Republici Srbiji i akcenat je na poljoprivrednim proizvodima proizvedeni na organski način. Turistička organizacija Srbije slabo promovise nacionalne gastronomske proizvode, a lokalne samouprave moraju malo bolje da promovišu turističke potencijale i gastronomske proizvode u ruralnim područjima.
Pavlović Sanja, Čavlin Gordana	Konkurentnost turističkih destinacija u klasteru ruralnog turizma - Zlatar, Zlatibor	Cilj istraživanje je da se prikaže koliko su konkurentne turističke destinacije u ruralnom području na primeru planine Zlatibor i Zlatar.	Istraživanje je pokazalo da seoska naselja više dominiraju na Zlatiboru nego na Zlataru, ali da je stopa nezaposlenosti manja na Zlatiboru, nego na Zlataru. I na Zlatiboru i na Zlataru postoji ogroman potencijal da se ruralni turizam itekako razvije, ali, kao i u svim ruralnim područjima u Republici Srbiji, ruralni turizam je, nažalost, loše razvijen.
Mrkša Milutin, Gajić Tamara	Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u opštini Vrbas	Cilj rada je prikazati koje su mogućnosti razvoja ruralnog turizma u opštini Vrbas. Cilj je odrediti i potencijale i nedostatke za održivi razvoj ruralnog turizma, ali su predložene i konkretne mere.	Prirodni i ljudski resursi predstavljaju glavne izvore razvoja ruralnog turizma u opštini Vrbas. Sem toga, dobra geografska pozicija, karakteristika kultura i gastronomija i tako dalje su veoma važni za razvoj ove opštine. Jedan od najvećih problema je nedostatak infrastrukture.
Vuković Predrag, Čavlin Gordana, Čavlin Miroslav	Komplementarnost u razvoju ruralnog sa banjskim, spa i wellness turizmom	Cilj istraživanje je da se, putem konceptualnog pristupa ruralnog turizma, odredi njegov značaj, način razvoja i način iskorišćavanja prirodnih i društvenih resursa za razvoj ruralnim područja. Sem toga, u radu je cilj i analizirati povezanost ruralnog turizma sa spa i wellness turizmom, ujedno i banjskim turizmom, koji se, u	Najveći potencijal Srbije su prirodni resursi sa akcentom na spa i wellness turizam koji ima mogućnost da se razvija u ruralnim područjima. Kombinacija ruralnog turizma sa spa i wellness turizmom može da bude jako profitabilna za našu zemlju i može rešiti veliki broj problema u turizmu. Veći deo banja se već i nalazi u ruralnim oblastima i to treba zajedno iskoristiti sa ruralnim turizmom.

		skorije vreme, dosta povezuju, i zajedno mogu biti dobar potencijal za razvoj i ruralnih područja u Republici Srbiji.	
Pejanović Radovan, Demirović Dunja, Đorđević Jasmina, Radović Gordana	Potencijali razvoja ruralnog turizma u opštini Bački Petrovac	Cilj istraživanje se odnosi na istraživanje lokalne samouprave Bački Petrovac u Vojvodini, potencijale za razvoj ove lokalne samouprave i koliko je potencijal razvoja lokalne samouprave u smislu ruralnog turizma.	Zbog loše demografske situacije, nedovoljne ponude seoskih domaćinstava i etno sela, loše infrastrukture, neadekvatni kapaciteti i obrazovanje, dovode da se ruralno područje Bački Petrovac ne razvija dovoljno u smeru u kojem bi trebalo. Eksterne karakteristike ne predstavljaju veliku prepreku za razvoj ruralnog turizma u Bačkom Petrovcu.

Tabela 4 – Istraživanja koja su vršena na temu ruralnog turizma od 2008. do 2016. godine, izvor: izrada autora na osnovu spomenutih istraživanja u stručnim člancima i časopisima dostupnim na internetu

U tabeli smo koristili 20 vrsta istraživanja, od kojih su 16 istraživanja novijeg datuma (2014., 2015. i 2016., godina, s tim da je najveći broj istraživanja iz 2015. godine), o prva tri su iz 2008., 2009. i 2012. godine. 19 istraživanje je pronađeno iz Republike Srbije, dok je jedno istraživanje obuhvatilo Hrvatsku, i jedno Crnu Goru. Ono što možemo primetiti da se od 2008. godine, pa sve do 2016., situacija nije mnogo promenila, s tim da je ruralni turizam sad postao atraktivniji za turiste, ali što se tiče drugih problema (nedovoljnost kadrova, nerazvijenost ekonomije, loša infrastruktura, nedostatak motivacije zaposlenih i mladih da ostanu u selima, nedostatak finansijskih sredstava i tako dalje) oni su ostali i dalje isti.

Na osnovu tabele možemo primetiti da su se autori bavili sličnim temama, a to je razvoj ruralnog turizma uopšteno ili u određenim opštinama u Srbiji, dok se jedno istraživanje baziralo na razvoj nekoliko ruralnih područja (10) u Republici Hrvatskoj, a drugo uopšteno o ruralnom turizmu u Crnoj Gori. Takođe možemo primetiti da isti autori potpisuju različita istraživanja kao što su: Pejanović, Demirović, Čavin, Pavlović, Stamenković i Milićević. Opis i ciljevi istraživanja svim autorima su jako slični. Svi se bave razvojem ruralnog turizma, analizom ruralnih područja, snagama, slabostima, prednostima i šansama za razvoj ruralnih područja, problemima i nedostacima, i tako dalje. Primećujemo da su zaključci svih istraživanja jako slični i oni se uglavnom odnose na to šta je pozitivno u vezi ruralnog područja, i koji su to nedostaci ruralnog turizma, ili određenog ruralnog područja.

Dobra geografska pozicija, turistički potencijali, prirodni resursi, bogata flora i fauna, mogućnost kombinovanja ruralnog turizma sa spa i velnes turizmom, mogućnost posete kulturno-istorijskim spomenicima, prisustvovanje raznim manifestacijama, gastronomija, kulturno-istorijsko nasleđe, i tako dalje, predstavljaju sve pozitivne stvari o razvoju ruralnog turizma u Srbiji, kao i ako govorimo posebno o opštinama i lokalnim samoupravama koje su analizirane u istraživanjima.

Loša infrastruktura, nedovoljnost finansijskih sredstava, nepostojanje regulative i nemogućnost Vlade Srbije da se posveti ruralnom turizmu, nedovoljnost kapaciteta, odlazak mladih iz sela u gradove, nedovoljan edukacija kadrova, loša ekonomija, i tako dalje, sve ovo spada u negativne o razvoju ruralnog turizma u Srbiji, kao i ako govorimo posebno o opštinama i lokalnim samoupravama koje su analizirane u istraživanjima. U Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori situacije ja ista.

Ono što je zajedničko svim istraživanjima je da sve počinju sa analizom ruralnog turizma. Ako se govori o ruralnom turizmu u Republici Srbiji, bilo da se radi o opštinama Bački Petrovac, Zlatibor, Zlatar, Goč, Stara Planina ili druga analizirana turistička mesta, uvek se dolazi do jednog zaključka, a to je da sva ova mesta imaju ogroman neiskorišćeni potencijal.

3.2 Etno sela u Šumadiji

Ruralni turizam je veoma razvijen u Šumadiji, a najpopularnija su šumadijska sela. U Šumadija najposećeniji gradovi su Gornji Milanovac, Arandelovac, Ljig, Despotovac, Mladenovac, Kragujevac, Sopot, Vrnjačka banja, Kruševac, Mionica i Topola u kojima se nalaze etno sela i gde stanovništvo nudi turistima bogatu ponudu koja omogućava kontakt sa nedinutom prirodom, uspostavljanje mentalne i fizičke relaksacije i duhovni mir, kao i upoznavanje kulturnog nasleđa Šumadije što uključuje posete kulturno-istorijskih spomenika i oblazak istorijskih lokaliteta, u zavisnosti od lokaliteta.

Kulturno nasleđe može da obezbedi razvoj u ruralnim područjima na taj način što će ruralno područje da ističe bogatu kulturu i njenu raznovrsnost kako bi se omogućile ekonomske aktivnosti koje će dovesti da se razvija određeno ruralno područje. Opstanak i razvoj ovih područja zavisi od njegovog kulturnog nasleđa, i zbog toga je jako bitno da se ono istakne kada se govori o ruralnom području.

Jezik, igra pesma, tradicionalni zanati, hrana i njena priprema, kao i posebna vrsta pića koje nudi jedno ruralno područje mogu da obogate taj deo regiona i da privuku što više turista, a naša zemlja nudi veliku i bogatu tradiciju od severa pa sve do juga zemlje. Organizacija festivala i raznih manifestacija, kao i renoviranje sela mogu biti jedan od razloga zašto bi se turisti odlučili da posete ruralno područje. Sve ovo pokazuje koliko kulturno nasleđe može da doprinese da ruralni turista dođe u posetu.

U okviru ove glave rada analiziraćemo etno sela u Šumadiji, tj. gazdinstva širom sela u Šumadiji, koja se nalaze u blizini većih gradova u Srbiji i njihovu ponudu. Sve informacije koje budemo prikazali, o etno selima i gazdinstvima, su preuzete sa zvaničnih veb sajtova gazdinstava ili sa drugih sajtova koji sadrže informacije o gazdinstvima, i tako dalje. Iz svakog grada u Šumadiji, na osnovu podataka preuzetih sa Interneta, analiziraćemo gazdinstva. Područja koja se analiziraju su: Gornji Milanovac, Arandelovac, i Ljig, iz razloga što se, u Šumadiji, najveći broj etno sela upravo nalazi u ove tri opštine.

GORNJI MILANOVAC

Domaćinstvo Milomira Nedića se nalazi u moravičkom okrugu u Ugrinovicima. Domaćinstvo se bavi seoskim turizmom i udi gostinsku kuću koja je dostupna samo u toku letnje sezone. Ono što je atraktivno u ovom selu jeste blizina varoše, poseta planini Rudnik, poseta vilama koje nude velnes i spa program, obilazak kulturno-ostorijskih mesta (Takovo i Rudnik), poseta manastirima, banjama i Ovčarsko-Kablarkoj klisuri. U objektu se govori srpski i engleski, a objekat je veoma dobro opremljen. Ono što je nedostatak, jeste što etno selo nema profil na društvenim mrežama niti zvaničnu internet stranicu.



Slika 8 – Prikaz domaćinstva, Izvor: Dostupno na:

<http://www.selo.rs/RS/ponuda/domacinstvo-milomira-nedica>

Etno kuća Zavičaj se nalazi u mestu Trudelj takođe u moravčkom okrugu. Turistički objekat nudi turistima veliki broj pogodnosti kako unutar prostorija, tako i van prostorija i ovaj objekat radi tokom čitave godine. Etno kuća Zavičaj je okružena planinom Rudnik, Garaškim jezerom. Ono što je interesantno jeste što turisti mogu kupiti proizvode kao što su kravlji i kozji kajmak i sir, zimnica, rakija i slično. U ovom objektu se govori srpski, francuski i engleski.

Na Facebook-u društvenoj mreži postoji grupa Etno kuća Zavičaj gde se turisti mogu raspitati o svemu što ovo domaćinstvo pruža. Etno kuća Zavičaj se promoviše i putem zvanične veb stranice: <http://www.etnokuca.com/>.



Slika 9 – Prikaz domaćinstva na veb stranici, izvor: Dostupno na:

<http://www.etnokuca.com/index2.html>

Na veb stranici se mogu naći sve informacije o gazdinstvu, počev od ponude i cene smeštaja, ponude hrane i pića, aktivnosti u blizini, ujedno i pristup stazama za šetnju, prirodne resurse u okoline (Garaško jezero i uzvišenje Ostrvica, planina Rudnik).

Rajski konaci su seosko domaćinstvo porodice Jevtović, koje je osvajanjem nagrade "Turistički cvet" proglašeno za najlepše u Srbiji od strane Turističke Organizacije Srbije (u 2010.godini). Etno selo se nalazi između Čačka i Gornjeg Milanovca i predstavlja pravu oazu mira za turiste i nudi turistima odmor tokom čitave godine. Glavni zadatak domaćina jeste da naprave takav ambijent da se turisti osećaju kao da borave u prostorijama iz prošlog veka, kao i da dožive takav tretman u ovom etno selu. U etno selu se nalazi veliki broj starih predmeta, nameštaja i drugih stvari koji čine ovo selo autentičnim.

Turisti su smešteni u starim vajatima, drvenim kućicama ili u apartmani. U etno selu turisti mogu da učestvuju u aktivnosima skupljanja lekovitog bilja i gljiva; organizuju se izleti do klisura, manastira i obližnjih sela. Turisti mogu da učestvuju u pravljenju domaćih sela, branju voća, kuvanju pekmeza i slično. U objektu se govori srpski, francuski, italijanski i engleski jezik.

Kao i prethodno domaćinstvo, i ovo domaćinstvo se oglašava putem zvaničnog veb sajta: <http://www.rajskikonaci.com/>. Na sajtu se mogu naći sve informacije o ponudi i ceni smeštaja, podaci o selu i aktivnostima za turiste, najbližim prirodnim resursima i spomenicima, mapa, kontakt i galerija slika. Za razliku od prethodnog domaćinstva, sajt se može pogledati na srpskom, engleskom i italijanskom jeziku. Rajski konaci se takođe i oglašavaju na društvenoj mreži Facebook putem koje je moguće kontaktirati gazdinstvo. Međutim, sajt nije ažuriran od 2015. godine, što i nije dobar vid reklame za ovo gazdinstvo.



Slika 10 – Rajski konaci na Facebook-u, izvor: dostupno na:

<https://www.facebook.com/Kostunici/>

ARANĐELOVAC

U srcu Šumadije, u znamenitom mestu Orašac, na 70 kilometara od Beograda i 7 od Arandelovca niklo je etno selo „**Karađorđev vajat**“, prvo izgrađeno na ovom području. Privatizacijom Hotela “Izvor“, posle više od dve decenije bavljenja ugostiteljstvom, Slavica i Dragan su na svom tipičnom seoskom domaćinstvu, uz svesrdnu pomoć porodice, započeli posao tako što su najpre preuredili dve kuće stare više od 150 godina. Danas se u okviru etno sela „Karađorđev vajat“ nalaze ETNO KRČMA I TURISTIČKI VAJATI. Dogradnjom postojećeg vajata, etno krčma, u okviru koje se nalazi i letnja baša, izrasta u objekat od 150 kvadratnih metara sa 70 mesta (<http://www.karadjordjevvajat.com/onama.html>).

Na čistom seoskom vazduhu ,na nadmorskoj visini od 380 metara, uz predivne šumadijske pejzaže, gde se odmaraju oči i duša, turistima su na raspolaganju 3 vajat i kuća sa 15 ležajeva. Vajati, stari u proseku 200 godina, su prenešeni iz okolnih sela Vrbica, Vinča, Dragolj i Saranovo i u potpunosti renovirani. Uz drvene krevete i podove, restaurirane plakare i ostali enterijer iz prohujalih vremena, tu su televizori i moderno uređena kupatila (dostupno na: <http://www.karadjordjevvajat.com/onama.html>).



Slika 11 – Karađorđev vajat, izvor: dostupno na:
<http://www.karadjordjevvajat.com/onama.html>

Ovo domaćinstvo se oglašava putem Interneta na svoj zvaničnom veb sajtu: www.karadjordjevvajat.com. Na sajtu se mogu naći sve informacije počev od ponude smeštaja i cene smeštaja, okolnih aktivnosti, gastronomije, turističkim atrakcijama u blizini, i tako dalje. Ovo domaćinstvo se ne oglašava putem društvenih mreža. Najvažnije aktivnosti u ovom selu se odnose na obilazak muzeja, jaruga, obilazak obližnjih planina, manastira i banja.

Domaćinstvo Milice Božić je smešteno u Arandelovcu. Domaćinstvo je veoma dobro opremljeno prema željama turista. Domaćinstvo je poljoprivrednog tipa, a od aktivnosti najznačajnije su skupljanje lekovitog bilja i sušenje u posebnoj prostoriji koju je domaćića posebno opremila za ovu aktivnosti, koja je itekako zanimljiva turistima. Sem toga, turisti mogu uživati u zimskim i letnjim sportovima, relaksirati se u prirodi i obilazati obližnja sela, manastire, izbore i potoke. Domaćinstvo se ne oglašava na veb stranici ni na društvenim mrežama.

LJIG

Domaćinstvo "Kod Gorana" se nalazi u blizini planine Rajac i spada u turistički tip domaćinstva veoma lepo opremljen. Domaćinstvo je pogodno za turiste koji posećuju manifestacije „Kosidba na Rajcu“ i „Zlatne rajačke lisice“ koje se održavaju u leto i zimu svake godine, što govori da je domaćinstvo dostupno turistima tokom cele godine. U objektu se govori srpski i engleski jezik, a najznačajnije aktivnosti se vezuju za sport, planinarenje, lov i biciklizam. U okviru ovog domaćinstva, turisti mogu probati razne specijalitet, a ujedno i kupiti domaće sokove i džemove, domaći sir i kajmak, vunene predmeti drugo. Domaćinstvo se ne oglašava putem društvenih mreži i nema zvaničnu internet stranicu.

Domaćinstvo Milovanović spada u poljoprivredno domaćinstvo koje je karakteristično iz razloga što poseduje mini mlekaru i za turiste je atraktivno da prisustvuju pravljenju mleka i mlečnih proizvoda. Najznačajnije aktivnosti za turiste, osim učestovanja u proizvodnji i degustaciji mlečnih proizvoda su i: učestovanje u sezonskim poslovima, lov i ribolom, obilazak kulturno-istorijskih spomenika i poseta Garaškom jezeru i Kačer reci. U objektu se priča srpski i engleski jezik. Domaćinstvo Milovanović se ne oglašava putem veb sajta, takođe nema profil na društvenim mrežama.

MASTER RAD

U narednoj tabeli daćemo prikaz analiziranih domaćinstava u etno selima u Šumadiji kako bismo došli do zaključka o etno selima u Šumadiji.

Naziv domaćinstva	Mesto	Vrsta smeštaja	Raspoloživost	Aktivnosti
GORNJI MILANOVAC				
Vila Melodija	Grabovica	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Organizovanje izleta u obližnje lokalne samouprave, poseta manastirima. Organizovanje sportskih aktivnosti, rekreacija i uživanje u prirodi. Najčešća mesta koja se obilaze su Rudnik, Takovo, Klik, Vujani i tako dalje.
Vila Novaković	Ozrem	Seosko domaćinstvo	Letnja sezona	Sportske aktivnosti, šetnja stazom, izleti u obližnja mesta, izleti u manastire, i tako dalje.
Tri Hrasta	Klatičevo	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Boćanje i izleti
Apartmani Mijailović	Gojna Gora	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Šetnja po livadama i šumama, obilasci kulturno - istorijskih spomenika, posmatranje ptica, kupanje u reci, branje lekovitog bilja i šumskih plodova, lov i ribolov, vožnja bicikala.
Vila Bojana	Rudnik	Gostinka kuća	Radi tokom cele godine	Sportske aktivnosti zajedno sa lovom i ribolom i planirarenjem.
Vila Milica	Trudelj	Gostinka kuća	Radi tokom cele godine	Sportske aktivnosti zajedno sa lovom i ribolom , biciklizmom, planirarenjem. Branje lekovitog bilja, pećuraka i voća je jedna od atraktivnijih aktivnosti, kao i relaksacija u prirodi.
Vila Kikovi	Dragolj	Vikendica	Radi tokom cele godine	Izleti u obližnje lokalne samouprave, poseta kulturno-istorijskih spomenika, kupanje u jezeru i obilazak oko jezera.
ARANĐELOVAC				
Karadorđev vajat	Orašac	Brvnare i vajati	Radi tokom cele godine	Izleti u obližnje lokalne samouprave, izleti u bližnje banje i manastire. Sportske aktivnosti koje uključuju

MASTER RAD

				biciklizam i planinarenje, lov i ribolom. Atraktivno se i pečenje rakije i kasnije degustacija rakije i domaćih specijaliteta. Karakteristične su i manifestacije koje se održavaju u Arandelovcu, koje su atraktivne turistima.
Domaćinstvo Milice Božić	Arandelo vac	Apartmani	Radi tokom cele godine	Branje biljaka, pomaganje turistima u prepoznavanju lekovitog bilja.
Brestovi i vizija	Arandelo vac	Brvnare i vajati	Radi tokom cele godine	Planinarenje i biciklizam, izleti
Dom dobra duša	Jelovik	Gostinka kuća	Letnja sezona	Branje pečuraka i lekovitih bilja, planinarenje, lov i ribolom, plivanje u jezeru, jahanje, relaksacija u prirodi, posmatranje ptica, i tako dalje.
Apartmani Paunove stene	Garaši	Apartmani	Radi tokom cele godine	Bicikli za rekreaciju
LJIG				
Domaćinstvo „Kod Gorana"	Slavkovic a	Gostinka kuća	Radi tokom cele godine	Poseta manifestacijama – Kosidba na Rajcu i Zlatna rajička lisica i učestovanje na njima. Sportske aktivnosti, lov i ribolom.
Domaćinstvo Milovanović	Kozelj	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Poseta manastirima, banjama, jezeru, učestovanje u proizvodnji mlečnih proizvoda i njihova degustacija, sportske aktivnosti, lov i ribolov.
Domaćinstvo Saratlić	Šutci	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Jahanje konja, šetnja, pećanje, plivanje i sl.
Domaćinstvo Popović	Gukoš	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Obilasci lokalnih atrakcija.
Apartman Kešelj	Ljig	Apartmani	Radi tokom cele godine	Korišćenje Banje Ljig za odmor, rehabilitaciju i relaksaciju, sportske aktivnosti, lov i ribolov, poseta kulturno-istorijskih spomenika i tako dalje.
Marin Gaj	Cvetanov ci	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Izleti u obližnje lokalne samouprave, poseta banjama i manastirima, sportske aktivnosti, jahanje.
MLADENOVAC				
Ranch V8	Kosmaj	Brvnare i vajati	Radi tokom cele godine	U blizini su tri manastira koji potiču iz doba Despota Stefena Lazarevića, kao i

MASTER RAD

				spomen obeležja vezana za Prvi srpski ustanak, nekoliko restorana prijatnog ambijenta u kojima se služi domaća hrana i dva otvorena bazena. Selters banja je udaljena 12 km od Kosmaja, a Markovačko jezero 15km.
SOPOT				
Eko Apartmani Kosmajski Vajati Petra	Kosmaj	Brvnare i vajati	Radi tokom cele godine	Planiranje, biciklizam, otvoreni bazen, izleti u obližnje banje
KRAGUJEVAC				
Kuća Čolovića	Mala Vrbica	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Pešačenje, biciklizam, izleti u obližnje manastire
Miroslav Cicić	Stragari	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Šetnja
Mališa Rajić	Stragari	Apartmani	Radi tokom cele godine	Ovo područje pogodno je i za aktivan odmor: branje gljiva, lekovitog bilja, biciklizam i paraglajding.
VRNJAČKA BANJA				
Planinska kuća Nešić	Goč	Prenočište	Radi tokom cele godine	Sportski turizam, bazične pripreme sportista, rekreativni turizam-župske igre na Goču u Mitrovom Polju, lovni turizam, zdravstveni turizam.
KRUŠEVAC				
Vila Simić	Ribarska banja	Seosko domaćinstvo	Radi tokom cele godine	Planinarenje, biciklizam, šetnja
BANJA VRUJCI				
Vila Jelena	Mionica	Apartmani	Letnja sezona	Pored vile se nalazi hotel Vrujci sa terenom za fudbal košarku, tenis i odbojku.

Tabela 5 – Karakteristike etno sela u Šumadiji u pojedinim gradovima, izvor: izrada autora

Na osnovu istraživanja etno kuća i domaćinstava u gradovima: Gornji Milanovac, Arandelovac, Mladenovac, Banja Vrujci, Kragujevac, Kruševac, Ljig, Vrnjačka Banja i Sopot, prvo što smo primetili tokom istraživanja jeste da se najveći broj domaćinstava nalazi u Gornjem Milanovcu, iz razloga, što se na Internetu, mogu pronaći najveći broj informacija o domaćinstvima i vilama iz Gornjem Milanovca, a zatim iz Arandelovca i Ljiga. Što se tiče zvaničnih veb sajtova, primećeno je da najveći broj vila i domaćinstava iz Gornjeg Milanovca imaju veb sajtove i Facebook kao društvenu mrežu na kojoj se oglašavaju.

Što se tiče tipa smeštaju to su: seoska domaćinstva, apartmani, brvnare i vajati, prenoćišta, gostinke kuće i vikendice. Najveći broj su seoska domaćinstva i gostinske kuće, i skoro sve, od analiziranih su dostupne tokom cele godine, a samo 3 dostupne samo u letnjoj sezoni. Što se tiče aktivnosti najveći broj su planinarenje, biciklizam, šetnja i obližaka obližnjih manastira, banja i spomenika. Engleski i srpski su jezici na kojima se domaćini sporazumevaju sa turistima, a većina domaćinstava iz Gornjeg Milanovca se sporazumeva i na nemačkom, francuskom, italijanskom i ruskom. Od 26 analiziranih domaćinstava samo 8 imaju zvaničan veb sajt i profil na društvenoj mreži Facebook koji ne ažuriraju baš često. Istraživanje nam je pokazalo da samo jedno, eventualno dva domaćinstava ažuriraju podatke na svakih nekoliko dana na Facebook-u, dok, ostala domaćinstva koja imaju Facebook ažuriraju podatke na svakih nekoliko meseci.

Na kraju ovog dela rada možemo dokazati sporednu hipotezu koja je postavljena u uvodnom delu rada:

- *Ponuda i etnosadržaj u etno selima u Republici Srbiji je bogat i raznovrstan.*

4 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Četvrta glava rada predstavlja studijsko-istraživački deo rada u kojem će se primeniti metoda anketiranja da bi se došlo do odgovora koji se tiču toga koliko mladi ljudi (ispitanici do 35 godina) posećuju etno sela i koliko su zadovoljni etnosadržajem i ponudom, kao i da daju sugestije kako bi etno sela mogla još više da se promovišu i razvijaju u budućnosti. Razlog za odabir ispitanika do 35 godina je zato što je na njima budućnost turizma pa i budućnost ruralnog i etnoturizma u Republici Srbiji. Sem toga, populacija do 35 godina se sve više okreće novim vidovima turizma, kao što je upravo ruralni turizam, što smatramo da je još jedan od razloga za analizu.

4.1 Kreiranje ankete

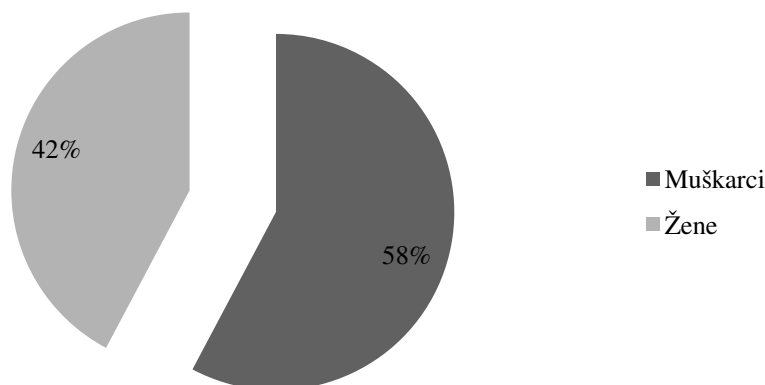
Putem Google aplikacije kreirali smo anketu za ispitanike do 35 godina u mesecu decembru 2016. godine. Broj ispitanika kojima smo poslali anketu je 135. Ispitanike smo zamolili da iskreno odgovore na svako pitanje. Anketa je anonimna. Ispitanicima smo postavili 16 pitanja koja se tiču poseti etno selu i koliko su ispitanici zadovoljni sadržajem i ponudom u etno selima. Od 135 ispitanika, 78 su muškarci, a 57 žene.

4.2 Prikupljanje podataka

Podatke smo prikupili tako što smo ispitanicima anketu slali putem e-mailova i društvenih mreža: Facebook i Twitter u vidu linka. Anketa je prikazana u prilogu na kraju rada. Ispitanici su birani prema ličnom poznanstvu autora, a jedan od uslova ankete je da ispitanici budu ispod 35 godina, kako bi se istražilo mišljenje mlade populacije. U sklopu Google ankete nalazi se opcija koja analizira sve odgovore i prikazuje ih u obliku grafikona i tabela što ćemo predstaviti u ovom istraživanju, zajedno sa zaključcima ankete.

4.3 Rezultati istraživanja

Ispitali smo 135 ispitanika, od toga su 78 muškarci (58%) a 57 žene (42%). Što se tiče godine starosti ispitanika, svi ispitanici imaju ispod 35 godina.



Šema 1 – Pol ispitanika, izvor: izrada autora

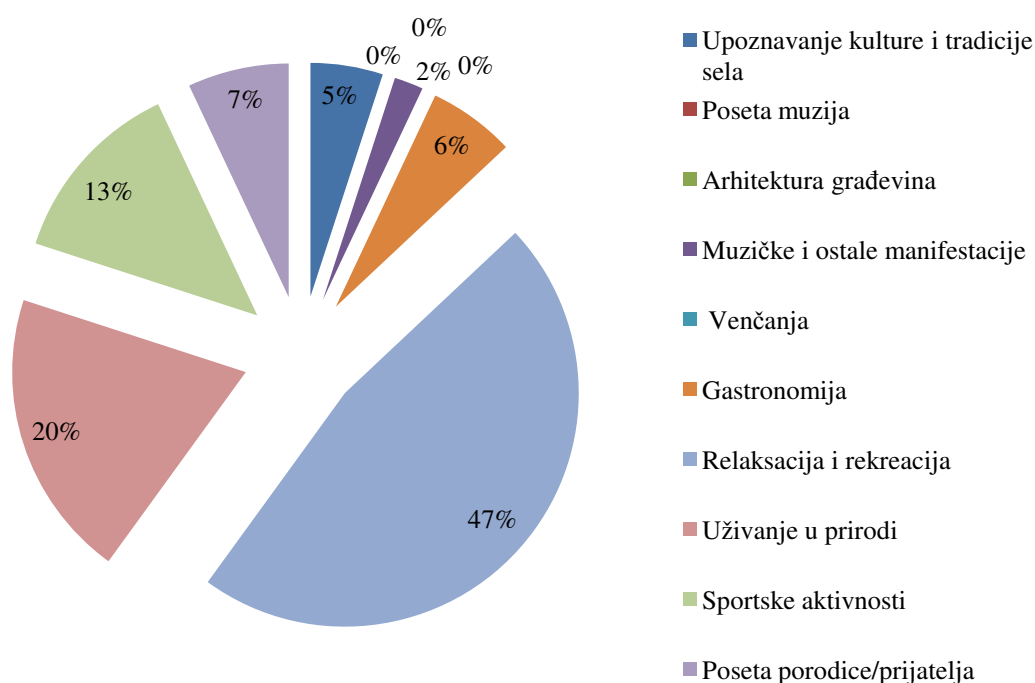
U narednom pitanju smo pitali ispitanike da li su nekada posetili etno selo. Od 135 ispitanika, 68 njih je odgovorilo da je posetilo etno selo, dok je 67 njih odgovorilo da nisu nikada posetili etno selo.

Kako bismo došli do odgovora zbog kojih razloga su ispitanici posetili etno selo, a i kako bismo došli do odgovora zbog čega bi ispitanici koji nikada nisu posetili etno selo otišli na etno selo, postavili smo im pitanje da od navedenih razloga zaokruže jedan glavni razlog posete etno selu. Izbor razloga koje smo postavili ispitanicima da zaokruže su:

- Upoznavanje kulture i tradicije sela
- Poseta muzija
- Arhitektura građevina
- Muzičke i ostale manifestacije
- Venčanja
- Gastronomija

- Relaksacija i rekreacija
- Uživanje u prirodi
- Sportske aktivnosti
- Poseta porodice/prijatelja.

Naredna šema prikazuje odgovore ispitanika.



Šema 2 – Navedite razlog zbog kojih ste posetili/biste posetili etno selo, izvor, izrada autora

Najveći broj ispitanika, 47%, je posetilo/bi posetilo etno selo kako bi se relaksiralo i rekreiralo, a zatim toga 20% njih je posetilo/bi posetilo etno selo kako i uživalo u prirodi, zatim 13% njih zbog učestvovanja na sportskim aktivnostima ili poseti sportskim aktivnostima, zatim 7% njih poseti porodici/prijateljima, zatim 6% njih kako bi degustiralo hranu ili učestvovalo u pripremi hrane, zatim 5% njih kako bi upoznalo kulturu i tradiciju sela, i 2% kako bi posetilo muzičku ili neku drugu vrstu manifestacije. Niko od ispitanika nije zaokružilo posetu venčanjima, posetu muzejima i obilazak građevina.

Naredno pitanje se odnosilo na ispitanike koji su posetili etno sela da navedu koliko su etno sela posetili. Svih 68 ispitanika (koje je posetilo etno selo) je posetilo samo jedno etno selo. U narednom pitanju smo zamolili ispitanike da navedu etno selo koje su posetili. Etno selo Stanišići je posetilo 46 ispitanika, a ostala sela koja su posetili ispitanici su:

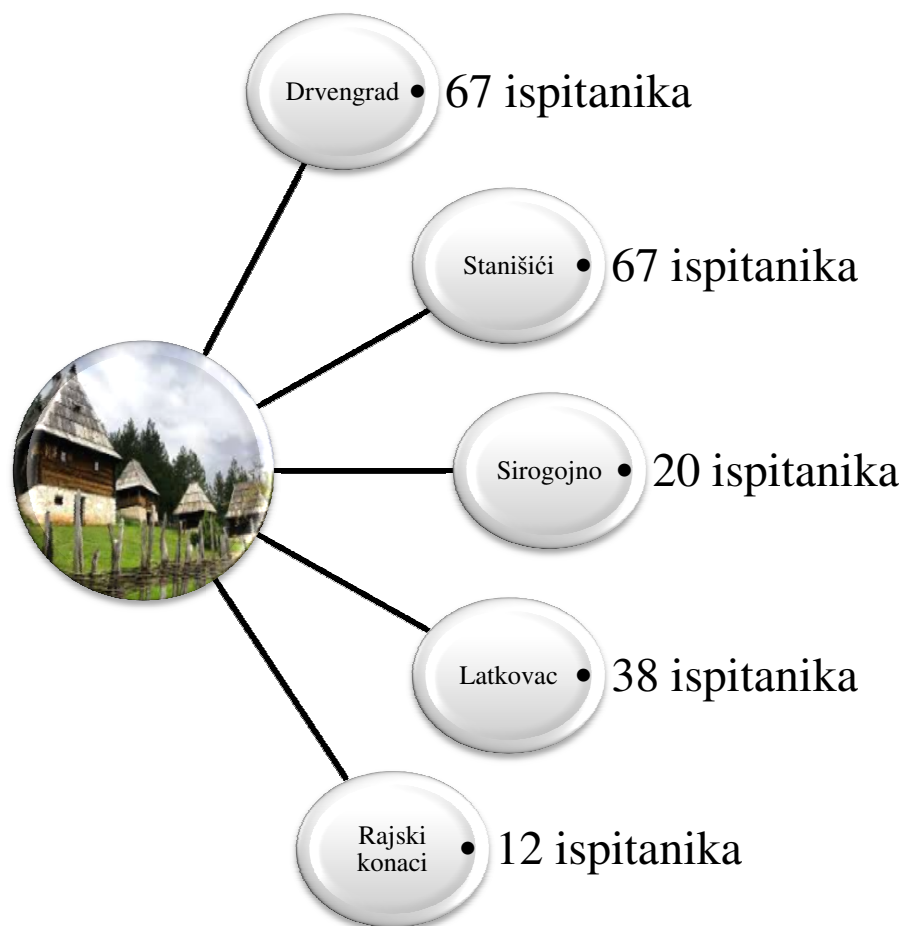
1. Etno selo Drvengrad – 16 ispitanika;
2. Rajski konaci – 2 ispitanika;
3. Moravski konaci – 1 ispitanik;
4. Etno selo Latkovac – 1 ispitanik;
5. Etno selo Sunčana reka – 1 ispitanik;
6. Etno selo Koštunići – 1 ispitanik.

Kako bismo saznali koje etno selo bi posetili ispitanici koji nisu posetili etno selo (67 ispitanika), zamolili smo ih da zaokruže koje etno selo bi posetili. Etno sela koja smo pružili kao izbor ispitanicima su:

1. Etno selo Stanišići
2. Etno selo Drvengrad
3. Staro selo Sirogojno
4. Šitkovo
5. Etno selo Vrhpolje
6. Terzića Avlija
7. Etno selo Latkovac
8. Tiganjica
9. Divljakovac
10. Moravski Konaci
11. Rajski konaci
12. Gučevski vajati
13. Etno selo Trška
14. Rogljevačke pimmice
15. Etno selo Galetovo Sokače
16. Etno selo Belo Blato
17. Koštunići
18. Etno selo Brestovi i vizija

19. Etno selo Zavičaj
20. Etno selo Topalović
21. Kraljica voća.

Ono što je veoma zanimljivo jeste da su ispitanici zaokružili najviše samo 5, od ponuđenih 21 etno sela. Etno sela koja su ispitanici zaokružili su: Drvengrad, Stanišići, Sirogojno, Latkovac i Rajski konaci. Na osnovu ovog odgovora, a i prethodnog, se može zaključiti da su ispitanici jako malo upućeni u etno sela u Srbiji. Ovi rezultati mogu biti i očekivani iz razloga što se etno selo Stanišići i Drvengrad najviše promovisu putem interneta, kao i putem TV reklama i novinama. Možemo reći da je promocija ono što nedostaje da druga etno sela budu primećena u našoj zemlji, koja imaju veliki potencijal za razvoj.



Šema 3 – Odgovori ispitanika o poseti etno sela, izvor: izrada autora

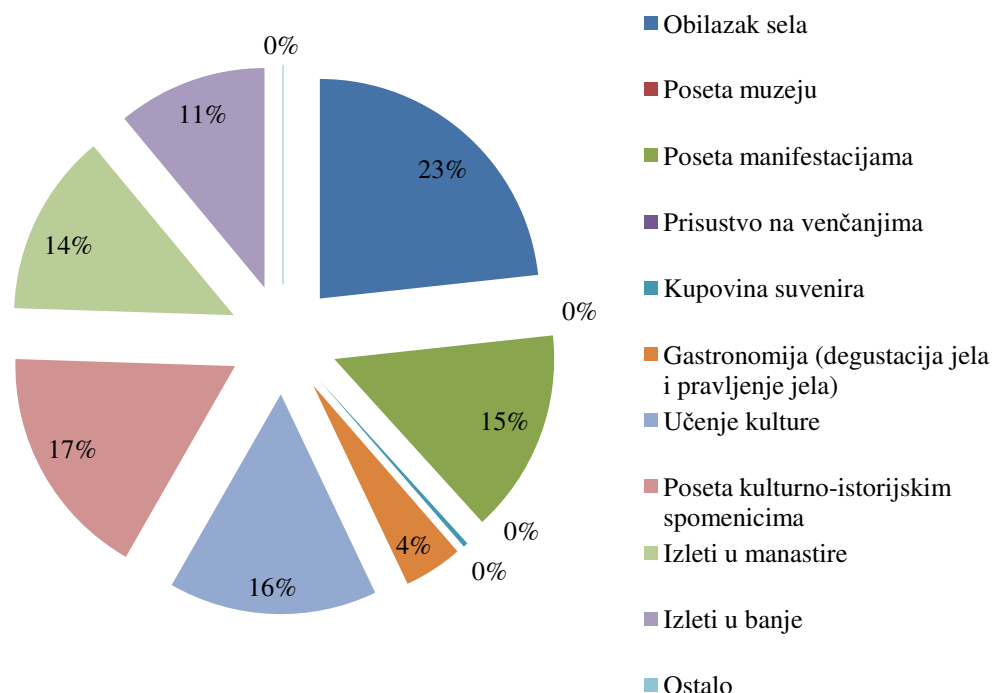
Naredno pitanje koje smo postavili ispitanicima se ticalo smještaja u etno selu. Ispitanici koji su već boravili u etno selo naveli su gde su odseli tokom posete, a ispitanici koji nisu, naveli su gde bi voleli da odsednu. Ispitanicima smo dali mogućnost da izaberu od ponuđenih odgovora: lokalni hotel, motel, seosko domaćinstvo, apartmani, vila, kod porodice/prijatelja, gostinska kuća, brvnara. Rezultati se mogu videti na narednoj šemi.

Vrsta smještaja	Broj ispitanika
Lokalni hotel	0 ispitanika
Motel	0 ispitanika
Seosko domaćinstvo	135 ispitanika
Apartmani	18 ispitanika
Vila	5 ispitanika
Kod prijatelja/porodice	64 ispitanika
Brvnara	58 ispitanika
Gostinska kuća	135 ispitanika

Šema 4 – Smještaj ispitanika koji su posetili/bi voleli da posete etno selo, izvor: izrada autora

Svih 135 ispitanika bi odselo u seoskom domaćinstvu i u gostinskoj kući što je i razumno iz razloga što većina etno sela nudi smještaj u seoskom domaćinstvu i u gostinskim kućama, što se moglo i videti iz analize u prethodnoj glavi. Kod prijatelja/porodice bi odselo 64 ispitanika, a u brvnarama 58 ispitanika. Mali broj ispitanika bi odselo u apartmani i u vili, dok nijedan ispitanik nije zaokružio lokalni hotel i motel kao mogućnost smještaja prilikom posete etno sela.

Ispitanike smo pitali šta su posetili dok su boravili u etno selu, ili šta bi posetili ako bi boravili u etno selu. Pružili smo im mogućnost da odaberu jedan ili više od ponuđenih odgovora: obilazak sela, poseta muzeju, poseta manifestaciji, prisustvo na venčanju, kupovina suvenira, gastronomija, učenje kulture, poseta kulturno-istorijskim spomenicima, izleti u manastire, izleti u obližnje banje, ostalo. U narednoj šemi se vide odgovori koji su ispitanici, koju su boravili u etno selu/ispitanici koji nisu do sada posetili etno selo, dali vezano za to šta bi posetili ili šta su posetili u etno selu.



Šema 5 – Šta ste/biste posetili tokom posete etno selu, izvor: izrada autora

Ispitanici su naveli da su posetili/bi voleli da posete etno selo najviše zbog obilaska sela, posete manifestacija, posete kulturno-istorijskim spomenicima, izleta u manastire i u banje i zbog učenja kulture. Mali broj ispitanika bi posetilo etno selo zbog kupovine suvenira, a nijedan ispitanik nije zaokružio posetu muzeja i prisustvo na venčanju kao razlog posete etno sela.

Za ispitanike koji su već posetili etno selo, zamolili smo ih da nam opišu, od 1 do 5, njihov stepen zadovoljstva određenim kategorijama: kultura i tradicija sela, muzeji, arhitektura, muzički performansi, venčanja, festivali, narodnja nošnja, gastronomija, smeštaj, transport, priroda, gostoprimljivost i ukupan utisak. Na osnovu ankete videli smo da nema nezadovoljnih ispitanika. Kategorije koje nisu ocenjene nam samo govore da ispitanici nisu imali prilike da učestvuju u nekim aktivnostima: prisustvo venčanju i poseta muzejima.

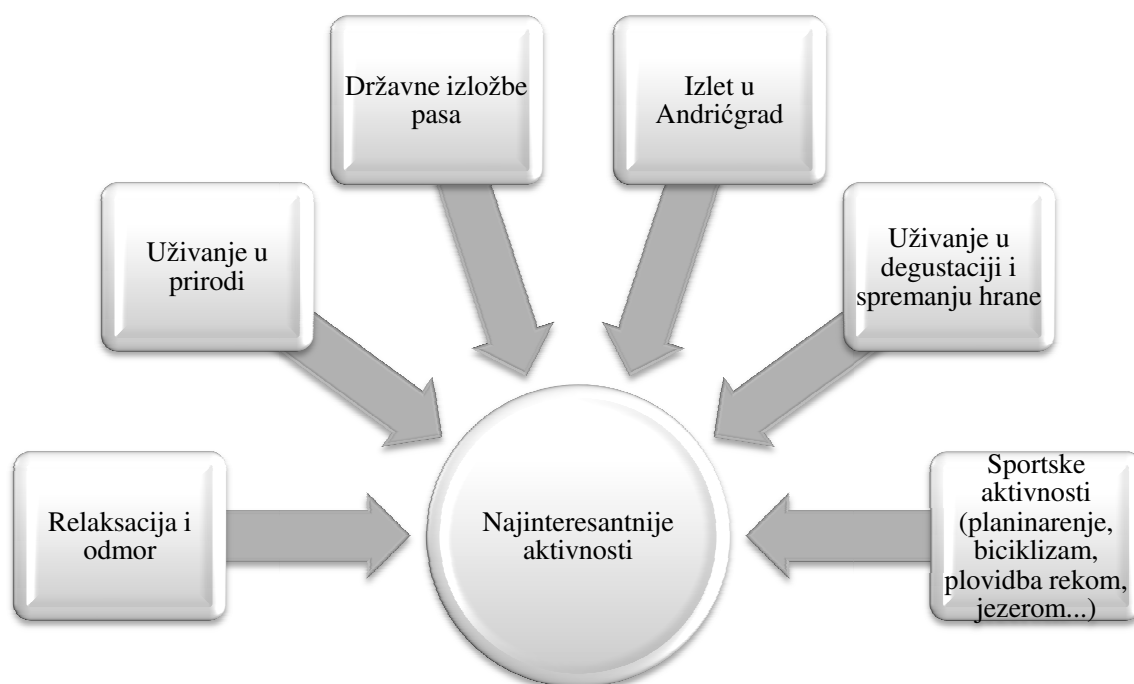
	Veoma zadovoljan	Zadovoljan	Neutralan	Nezadovoljan	Veoma nezadovoljan
Kultura i tradicija sela	68	0		0	0
Muzeji	0	0		0	0
Arhitektura i građevine	68			0	0
Muzički performansi	45	12	11	0	0
Venčanja	0	0		0	0
Festivali	45	12	11	0	0
Narodna nošnja	58	10		0	0
Gastronomija	68	0		0	0
Smeštaj	68	0		0	0
Transport		68		0	0
Priroda	68			0	0
Gostoprimljivost	68			0	0
Ukupan utisak	43	18	7	0	0

Šema 6– Odgovori ispitanika (68 njih je odgovorilo da je posetilo etno selo na početku istraživanja i oni su odgovarali na ovo pitanje), izvor: izrada autora

Kao što se može videti, na osnovu tabele svih 68 ispitanika je veoma zadovoljno: kulturom i tradicijom sela, arhitekturom i građevinama, gastronomijom, smeštajem, prirodom i gostoprimljivošću domaćina. Svih 68 ispitanika je zadovoljno uslugom transporta. Mišljenja ispitanika su podeljenja kod muzičkih performansa, festivala i narodne nošnje. Niko od ispitanika nije ocenio muzeje i venčanja iz razloga što nisu posetili muzeje ili prisustvovali venčanju u etno selu.

Naredno pitanje koje smo pitali ispitanike koji su posetili etno selo je koji je bio njihov nivo znanja o etno selu kada su ga posećivali, i dali smo im mogućnost da izaberu između sledećih odgovora: veoma upoznat, upoznat, malo upućen, neupućen. Veliki broj ispitanika (84%) je bio malo upućen u etno selo, dok je ostatak (16%) bio upoznat sa etno selom. Ispitali smo ispitanike sa kojim delom kulture su najviše bili upoznati dok su posećivali selo, a većina njih je odgovorila (89%) da su bili upućeno u folklor, istoriju (8%) i u kuhinju (3%). Ispitanike smo pitali i da li misle da autentičnost kulture i tradicije jednog mesta odražava život i kulturu ljudi koji tu žive i svi su odgovorili potvrdno.

Ispitanike smo pitali da nam odgovore na pitanje koje su im aktivnosti bile najinteresantnije u etno selima koja su posećivali. U narednoj šemi je prikazano koje vrste aktivnosti su naveli ispitanici.



*Šema 7 – Top 6 Najinteresantnijih aktivnosti ispitanika koji su posetili etno sela,
izvor: izrada autora*

Relaksacija i odmor, uživanje u prirodi, državne izložbe pasa (što spada pod manifestacije), izleti, uživanje u degustaciji i spremanju hrane i sportske aktivnosti su najinteresantnije aktivnosti koje su ispitanici naveli.

Pitali smo ispitanike da li bi posetili isto etno selo u budućnosti, a za one koji nisu posetili etno selo pitali smo da li bi posetili etno selo i svi ispitanici su odgovorili da. Naredno pitanje koje smo postavili ispitanicima se ticalo toga šta misle šta bi etno selo moralo da unapredi kako bi se razvilo u budućnosti. Ispitanici nisu imali mnogo ideja za unapređenje etno sela i razvoj etno sela koje su posetili. Uglavnom se unapređenje svodi na veću promociju, više mogućnosti za sportske aktivnosti i mogućnost gostiju da sa lokalnim stanovništvom nauči da pravi lokalnu hranu.

Pretpostavili smo da će ispitanici koji nisu obišli etno sela, u anketi, odgovoriti na pitanje o tome koja bi sela obišli izabrali etno selo Stanišići i Drvengrad, a da su ispitanici koji su posetili etno sela najviše posetili ova dva sela. U današnje vreme smo svedoci brendiranja mesta.

Veliki broj istraživanja je rađen na temu brendiranja mesta širom sveta, u kojoj su se pomenule teme putovanja kao stil života, razumevanje razvijenih i pametnih gradova, i tako dalje. U turizmu se daje veliki značaj turističkoj destinaciji, na čiju su temu pisali mnogi autori kao što su *Hung, Blan, Hankinson* i ostali. Oni napominjuju da se turističke destinacije brendiraju na taj način što plasiraju turistima ime i simbol grada ili bilo šta drugo što je karakteristično za kulturu i tradiciju te destinacije (*Hanna, Rowley, 2007, 63*).

Brendiranje mesta podrazumeva primenu tradicionalnih modela marketinga i postupaka koja se primenjuju na određenom mestu kako bi se povećale ekonomske vrednosti tog mesta. Dakle između brendiranja grada i stvaranja korporativnog brenda se može povući paralela: “Snažan korporativni brend zahteva naporan rad na u pogledu opšte teme, etikete, grafike, logotipa, prepoznatljivih boja i ulaganja u oglašavanje. Ali organizacija se ne sme previše da se oslanja na marketing oglašavanje. Korporativni brend se može delotvornije izgraditi načinom rada i rezultatima organizacije nego bilo čime drugim. Dobar performans uz dobre odnose s javnošću podstaknuće mnogo veće kupovine od korporativnog oglašavanja” (*Mihevc, 2015, 199*).

Najpopularnija terminologija u brendiranju mesta je *Destination Branding* (brendiranje destinacija) – Najrazvijenija teorija od svih teorija brendiranja mesta je brendiranje destinacija. Potrošači ne kupuju samo fizičke karakteristike proizvoda ili usluge, već kupuju i njeno simbolično značenje, što znači da se oni i emocionalno uključuju u proces kupovine. Na isti način, ljudi imaju lične karakteristike, brendovi takođe mogu imati određene karakteristike. Postoje različite komponente brenda turizma koje utiču na potrošače. *Balakrishnan* navodi da se za kreiranje određenog seta u potrošačevom umu, vezano za destinaciju, treba fokusirati na turističku atrakciju, istoriju, kulturu i tradiciju destinacije i iskustvo i prethodno znanje. Kako bi se pomoglo turistima da finalizuju svoju odluku, destinacija bi trebalo da pruži informacije o dostupnosti, ekonomskoj vrednosti, smeštaju, komunikaciji i bezbednosti u turističkoj destinaciji (*Paunović, 2014, 61*).

Pojam brendiranja mesta i destinacije smo pomenuli kako bi čitaoci razumeli zašto smo ispitanicima postavili naredno pitanje. Kao što je već rečeno, mogli smo da odredimo da će se ispitanici odrediti za dva etno sela – Stanišići i Drvengrad. Ispitanike smo pitali da, prvo, navedu pojmove koji ih asociraju na etno selo Stanišići, a u narednom pitanju da navedu pojmove koji ih asociraju na Drvengrad. Odgovori ispitanika su prikazani u narednoj šemi.

Etno selo Stanišići	Drvengrad
Bijeljina	Mokra Gora
Rekreacija, relaksacija, odmor	Kusturica
Uživanje u prirodi	Andrićgrad
Nojeva barka	Višegrad
Vodenice	Novak Đoković
Državna izložba pasa	Mećavnik
Folklor	Rekreacija i odmor
Krčma	Bioskop
Sportski tereni	Skijanje
Gastronomija	Tenis

Šema 8 – 10 asocijacija ispitanika na pomen etno sela Stanišić i Drvengrad, izvor: izrada autora

Ono što možemo primetiti jeste da se ispitanici, kod etno sela Stanišići najviše opredeljuju za odmor, relaksaciju, folklor, manifestacije, kulturu, gastronomiju i slično, dok je kod Drvengrada veći akcenat na ljude koji asociraju na etno selo kao što je Emir Kusturica i Novak Đoković, kao i na mesta – Andrićgrad, Mokra Gora i Mećavnik. Znajući definiciju brendiranja mesta, mogli bismo reći da je Emir Kusturica proslavio svoje etno selo i, možemo reći, da Drvengrad, ako bi postojao pojam brend etno sela, bi zaista bio brend etno selo.

4.4 Zaključak istraživanja

Na kraju istraživanja dolazimo do zaključka da veliki broj ispitanika nije dovoljno upoznat sa etno selima u Srbiji, jer nije dovoljno čuo za njih. Razlog za to može biti puno, međutim, jedan od očiglednih razloga jeste njihova promocija. Etno sela bi trebalo mnogo više da se promovišu putem tradicionalnih alata komunikacije (TV, radio, novine, sponzorstva, odnosi s javnošću i slično), kao i putem savremenih alata komunikacije, što se odnosi na internet i društvene mreže. Najveći broj ispitanika je najviše spomenulo etno selo Stanišići i Drvengrad kroz anketu i postoji više pojmova koji ih asociraju baš na ova dva sela.

U uvodnom delu rada smo postavili dve sporedne hipoteze koje smo dokazali u studijsko-istraživačkom delu rada, a one su:

- Glavni razlozi turista za posetu etno sela u Republici Srbiji su relaksacija, sportske aktivnosti, zdravlje, manifestacije i upoznavanje kulture i tradicije Srbije.
- Najposećenija etno sela su etno selo Stanišići i Drvengrad.

ZAKLJUČAK

Ruralni turizam se najčešće vezuje za poljoprivrednu sredinu, poljoprivredne proizvode i na boravak turista u ruralnom području. Ruralna područja su najviše povezana sa kulturnim turizmom i govore mnogo o kulturi jedne zemlje. Stare vetrenjče, kuće, radionice, salaši i mnoge stvari i predmeti koji se mogu naći u ovakvim mestima predstavljaju kulturno nasleđstvo jednog područja. U ruralnim područjima se održavaju i razne manifestacije na kojima se mogu videti narodni običaji i nošnje, što takođe govori o kulturnom identitetu jedne države. Etnosadržaji u Republici Srbiji u ruralnom turizmu dobijaju sve veći značaj u kojima se ogleda kulturni identitet naše zemlje jeste glavna hipoteza rada koja je i dokazana.

Intenzivna urbanizacija i spontani pokret turista iz urbane, ekološki narušene ka ekološki očuvanoj, ruralnoj sredine su doveli do razvoja ruralnog turizma predstavlja dokazanu sporednu hipotezu u radu. Turisti sve više traže mir i spokoj, a ujedno i da posete kulturno-istorijske spomenike i upoznaju kulturu i tradiciju turističke destinacije. Ruralna područja upravo ovo daju turistima koji žele da pronađu svoj mir, a ujedno i da uživaju u kulturi i tradiciji zemlje, u ovom slučaju Republike Srbije.

Na ruralnom prostoru Srbije postoje realni uslovi da se, uz uvažavanje osnovnih principa integralnog i održivog razvoja, promoviše više različitih autentičnih modela ruralnog turizma: Vojvođanski salasi, Šumadijsko selo, Krajinske pivnice, manastirska imanja i sl. – Sporedna hipoteza koja je dokazana u radu govori da naša zemlja ima veliki potencijal da se razvije ruralni turizam u područjima gde se razlikuju kultura. Vojvodina ima drugačiju kulturu od Šumadije, muziku i umetnost, zgrade, i slično, i ovo može biti pravi izazov za turiste da otkrivaju lepote naše zemlje.

Jedan od najvažnijih segmenata u ruralnom turizmu Srbije jeste bavljenje turizmom u okviru poljoprivrednih domaćinstava. Ovo je hipoteza koja je takođe dokazana u radu. U Republici Srbiji se, u poslednje vreme, sve češće mogu videti etno sela koje sređuju domaćinstva iz raznih gradova i sela Srbije. Domaćinstva koriste svoje gazdinstvo i kulturno-istorijsko nasleđe i prirodno bogatstvo u kojem se nalaze i nude stranim i domaćim turistima. Ono što nude seoska domaćinstva turistima su lov, ribolov, kupovina domaćih proizvoda, šetnja po livadama i šumama, obilasci kulturno - istorijskih spomenika u zavisnosti od

regiona, posmatranje ptica, kupanje u reci i jezerima, branje lekovitog bilja i šumskih plodova, vožnja bicikala, a domaćini nude i obilazak okoline i upoznavanje sa bogatom istorijom određenog kraja.

Kulturno nasleđe može da obezbedi razvoj u ruralnim područjima na taj način što će ruralno područje da ističe bogatu kulturu i njenu raznovrsnost kako bi se omogućile ekonomske aktivnosti koje će dovesti da se razvija određeno ruralno područje. Opstanak i razvoj ovih područja zavisi od njegovog kulturnog nasleđa, i zbog toga je jako bitno da se ono istakne kada se govori o ruralnom području.

Jezik, igra pesma, tradicionalni zanati, hrana i njena priprema, kao i posebna vrsta pića koje nudi jedno ruralno područje mogu da obogate taj deo regiona i da privuku što više turista, a naša zemlja nudi veliku i bogatu tradiciju od severa pa sve do juga zemlje. Organizacija festivala i raznih manifestacija, kao i renoviranje sela mogu biti jedan od razloga zašto bi se turisti odlučili da posete ruralno područje. Sve ovo pokazuje koliko kulturno nasleđe može da doprinese da ruralni turista dođe u posetu.

Na temu ruralnog turizma, etno sela i etno-kuća postoji veliki broj istraživanja. Autori koje smo istražili su se bavili sličnim temama, a to je razvoj ruralnog turizma uopšteno ili u određenim opštinama u Srbiji, dok se jedno istraživanje baziralo na razvoj nekoliko ruralnih područja (10) u Republici Hrvatskoj, a drugo uopšteno o ruralnom turizmu u Crnoj Gori.. Zaključci svih istraživanja su jako slični i oni se uglavnom odnose na to šta je pozitivno u vezi ruralnog područja, i koji su to nedostaci ruralnog turizma, ili određenog ruralnog područja.

Dobra geografska pozicija, turistički potencijali, prirodni resursi, bogata flora i fauna, mogućnost kombinovanja ruralnog turizma sa spa i velnes turizmom, mogućnost posete kulturno-istorijskim spomenicima, prisustvovanje raznim manifestacijama, gastronomija, kulturno-istorijsko nasleđe, i tako dalje, predstavljaju sve pozitivne stvari o razvoju ruralnog turizma u Srbiji, kao i ako govorimo posebno o opštinama i lokalnim samoupravama koje su analizirane u istraživanjima.

Loša infrastruktura, nedovoljnost finansijskih sredstava, nepostojanje regulative i nemogućnost Vlade Srbije da se posveti ruralnom turizmu, nedovoljnost kapaciteta, odlazak mladih iz sela u gradove, nedovoljan edukacija kadrova, loša ekonomija, i tako dalje, sve ovo spada u negativne o razvoju ruralnog turizma u Srbiji, kao i ako govorimo posebno o opštinama i lokalnim samoupravama koje su analizirane u istraživanjima. U Republici Hrvatskoj i Crnoj Gori situacije ja ista.

Nakon ovog istraživanja, odradili smo još jedno vezano za etno sela, etno-kuće i domaćinstva u Šumadiji. Najveći broj domaćinstava se nalazi u Gornjem Milanovcu, a tip smeštaja koji najviše preovladava u etno selima su: seoska domaćinstva, apartmani, brvnare i vajati, prenoćišta, gostinke kuće i vikendice. Najatraktivnije aktivnosti su planinarenje, biciklizam, šetnja i obližaka obližnjih manastira, banja i spomenika. Engleski i srpski su jezici na kojima se domaćini sporazumevaju sa turistima, a većina domaćinstava iz Gornjeg Milanovca se sporazumeva i na nemačkom, francuskom, italijanskom i ruskom. Od 26 analiziranih domaćinstava samo 8 imaju zvaničan veb sajt i profil na društvenoj mreži Facebook koji ne ažuriraju baš često.

Na osnovu trećeg istraživanja u radu, studijsko-istraživačkog dela rada, koristili smo metod anketiranja kako bismo ispitivali populaciju do 35 godina, kako bismo došli do odgovora šta mlada populacija misli o etno selima, da li su upoznati sa njima, da li su ih posetili, i koliko su zadovoljni posetom i ponudom u njima. Istraživanje je pokazalo da ispitanici nisu upoznati sa etno selima i njihovom ponudom. Određeni broj ispitanika, koji je posetio etno selo, je uglavnom posetilo etno selo Stanišići i Drvengrad, a i ova dva etno sela su popularna kod ispitanika koja nikada nisu posetila etno sela. Ispitanici koji su posetili etno sela su veoma zadovoljni sa ponudom etno sela i kvalitetom usluge u njima, i uglavnom su upoznati sa kulturom i tradicijom etno sela.

LITERATURA

Knjige i časopisi:

1. Antić A., Vujko A., Gajić T., (2015), Tradicija kao pokretač razvoja turizma ruralnih destinacija, Škola Biznisa Br. 2., str. 9-20., dostupno na: https://www.researchgate.net/profile/Aleksandra_Vujko2/publication/299524117_Tradition_as_an_initiator_of_rural_tourism_destinations_development/links/5700379b08aee995dde81e9a.pdf, preuzeto dana 10.10.2016.
2. Babović A., Babović A., Babović A., (2015), Razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori, Bizinfo (Blace), vol. 6, br. 1, str. 79-90., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2217-27691501079B>, preuzeto dana 10.10.2016.
3. Bogdanov B., Zečević B., Rohač J., (2011), Javno-privatno partnerstvo u ruralnom turizmu, Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u okviru zajedničkog programa Ujedinjenih nacija „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“, Beograd
4. Čerović S., (2009), Strateški menadžment u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd
5. Dedeić D., (2015), Uloga turizma u smanjenju siromaštva u ruralnim oblastima Republike Srbije, TIMS. Acta, vol. 9, br. 1, str. 25-36., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1452-94671501025D>, preuzeto dana 10.10.2016.
6. Demonja, D., Baćac, R. (2012)., Heritage and Tradition in Shaping the Tourism Offer in Rural Croatia, Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja, 11(21), 205-218., dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/86096>, preuzeto dana 01.10.2016.
7. Đenadić M., Muhi B., Jovanović D.V., (2016), Ruralni turizam - propuštena šansa Srbije, Ekonomika poljoprivrede, vol. 63, br. 2, str. 515-529., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621602515D>, preuzeto dana 07.10.2016.
8. Đurašević S., (2008), Turistička putovanja – Savremeni koncept prodaje, CID, Podgorica

9. Gašić M., Perić G., Ivanović V., (2015), Razvijenost ruralnog turizma u Republici Srbiji, Bizinfo (Blace), Vol. 6., Br. 2., str. 71-81., dostupno na: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2798977, preuzetodana 10.10.2016.
10. Gavrilović, L. (2008). Etno-kuće u potrazi za identitetom. МУЗЕЈИ, 135., dostupno na: <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/6a04b9b230ad45ecb5449750f3b4b6d0.pdf>, preuzeto dana 10.10.2016.
11. Hanna S., Rowley J., (2007), Place Branding and Public Diplomacy, Palgrave Journals, Vol. 4, No.1.
12. Krajnović A., Čičin-Šain D., Predovan M., (2011), Strateško upravljanje ruralnog turizma – problemi i smjernice, Oeconomica Jadertina. Vol. 1., No. 1., str. 30-45., dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/68201>, preuzeto dana 10.10.2016.
13. Lamb CW., Hair J.F., McDaniel C., (2013), Marketing, 7th edition, Mason, OH, South Western, Andover
14. Maksin M., et al., (2013), Menadžment prirodnih i kulturnih resursa u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd
15. Maksimović M., Urošević S., Mihajlović D., (2015), Efekti razvoja ruralnog turizma na Staroj planini, Ekonomika, vol. 61, br. 2, str. 83-92., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0350-137X1502083M>, preuzeto dana 10.10.2016.
16. Marinoski N., Stamenković P., Conić M., (2014), Gatronomski sadržaji ruralnog turizma Srbije, Bizinfor (Blace), Vol.5., Br. 1., str. 19-36., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2217-27691401019M>, preuzeto dana 10.10.2016.
17. Miljević, M., (2007), Metodologija naučnog rada, Filozofski fakultet-Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Pale
18. Milićević S., Đorđević N., (2015), Potencijali za razvoj planine Goč kao destinacije ruralnog turizma, Ekonomija – teorija i praksa, vol. 8, br. 4, str. 86-97., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2217-54581504086M>, preuzeto dana 05.10.2016.

19. Milićević S., Podovac M., Čavlin M., (2015)., Resursi za razvoj opštine Rača kao destinacije ruralnog turizma, *Ekonomika poljoprivrede*, vol. 62, br. 3, str. 751-765., dostupno na: <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0352-3462/2015/0352-34621503751M.pdf>, preuzeto dana 10.10.2016.
20. Mountinho L., (2005), *Strateški menadžment u turizmu*, Masmedia, Zagreb
21. Mrkša M., Gajić T., (2014), Mogućnosti održivog razvoja ruralnog turizma u opštini Vrbas, *Ekonomika poljoprivrede*, vol. 61, br. 1, str. 163-175., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621401163M>, preuzeto dana 10.10.2016.
22. Nikolić I, Supić D., Siljanoska S., (2016), Menadžment u turizmu - valorizacija kvaliteta turističke ponude u ruralnim sredinama, *Poslovna ekonomija*, vol. 10, br. 1, str. 173-189., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1820-68591601173N>, preuzeto dana 10.10.2016.
23. Njegovan Z., Demirović D., Radović G., (2015), Upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma u Vojvodini, *Škola Biznisa*, Br. 1., str. 68-79., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1451-65511501068N>, preuzeto dana 05.10.2016.
24. Paunović I., (2014), Branding Serbia as a Tourist Destination on the Global Market, *Turizam*, Vol. 18., No. 2., dostupno na: http://www.dgt.pmf.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol_1802_2.pdf, preuzeto dana 12.01.2017.
25. Pavlović S., Jovanović B., (2009), Komplementarnost eko i etno turizma na primerima zlatiborskih sela, *Zbornik radova - Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu*, br. 57, str. 165-180., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1450-75520957165P>, preuzeto dana 02.10.2016.
26. Pavlović S., Čavlin G., (2014), Konkurentnost turističkih destinacija u klasteru ruralnog turizma - Zlatar, Zlatibor, *Ekonomika poljoprivrede*, vol. 61, br. 3, str. 603-614., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621403603P>, preuzeto dana 10.10.2016.
27. Petrović G., Grujović M., (2015), Povezanost i ekonomski značaj ruralnog turizma i poljoprivrede, *Ekonomski signali: poslovni magazin*, Vol. 10., Br. 1., str. 56-63.,

- dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1452-44571501056P>, dostupno dana 10.10.2016.
28. Pirnar I., Icoz O., (2010), The new tourist: Impacts on the hospitality marketing strategies, EuroCHRIE, Amsterdam
29. Popesku J., (2011), Menadžment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd
30. Premović J., (2016), Specifičnosti ljudskih resursa u ruralnom turizmu Srbije, Ekonomika poljoprivrede, vol. 63, br. 2, str. 633-647., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621602633P>, preuzeto dana 10.10.2016.
31. Radović G., (2016), Izvori finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji, Ekonomika poljoprivrede, vol. 63, br. 3, str. 1053-1065., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621603053R>, preuzeto dana 07.10.2016.
32. Spasić V., (2011), Poslovanje turističkih agencija i organizatora putovanja, Univerzitet Singidunum, Beograd
33. Štetić S., (2002), Nove tendencije svetskih turističkih kretanja, Časopis departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo – Turizam, Br. 2. str. 7-8., dostupno na: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31141173/turizam6.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1487073721&Signature=lk4oGpCZ9m8TZn2019OVjzsn1kw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DZa_visok_kvalitet_usluga_u_turizmu_neoph.pdf#page=5, preuzeto dana 05.06.2016.
34. Ubavić P., (2015), Kreiranje konkurentskog profila Srbije kao turističke destinacije, Škola biznisa, Br. 1., str. 81-97.
35. Vrtiprah V., (2004), Upravljanje kulturnim atrakcijama u turizmu, Menadžment u sportu i turizmu ur. Brcoluc, M, i ost., Kineziološki fakultet i Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb
36. Vrtiprah, V. (2006). Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. Ekonomska misao i praksa, Vol. 2., str. 279-296., dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/10683>, preuzeto dana 21.09.2016.

37. Živković R., (2009), Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd
38. Vuković P., Čavlin G., Čavlin M., (2015), Komplementarnost u razvoju ruralnog sa banjskim, spa i wellness turizmom, Ekonomika poljoprivrede, vol. 62, br. 1, str. 259-270., dostupno na: <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621501259V>, preuzeto dana 10.10.2016.

Ostali izvori:

1. World Tourism Organization Seminar Proceedings, (2006), International Forum on Rural Tourism Final Report, Guiyang, Guizhou Province, China 4-6 September 2006, China

Internet izvori:

1. www.mtt.gov.rs/download/3/Strategija%20razvoja%20turizma.cir.pdf, preuzeto dana 05.03.2016.
2. www.webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/02/10/86/ut10042016.pdf, preuzeto dana 15.04.2016.
3. www.mpzss.gov.rs/wp-content/uploads/datoteke/razno/IPARD_II_Program_2014-2020.pdf, preuzeto dana 20.05.2016.
4. www.selo.rs, preuzeto dana 20.05.2016.
5. www.yuta.rs, preuzeto dana 25.05.2016.
6. www.armidatours.co.rs/?page_id=15, preuzeto dana 26.05.2016.
7. http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31141173/turizam6.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1487073721&Signature=lk4oGpCZ9m8TZn20I9OVjzsn1kw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DZa_visok_kvalitet_usluga_u_turizmu_neoph.pdf#page=5, preuzeto dana 05.06.2016.
8. www.visitserbia.org/srpski/blog_sr/3242-krajinske_pivnice.html, preuzeto dana 20.06.2016.

9. www.secons.net/admin/app/webroot/files/publications/SeConSizvestajruralniturizams_umarni.pdf, preuzeto dana 20.06.2016.
10. <https://www.facebook.com/Etno-selo-Babina-reka-310316449025545/?fref=ts>, preuzeto dana 28.06.2016.
11. www.ajmonegde.com/Etno-selo-Garaske-breze.html, preuzeto dana 07.07.2016.
12. www.ajmonegde.com/Etno-selo-Divljakovac-Bajka-Arandjelovac-Bukulja.html, preuzeto dana 07.07.2016.
13. www.ajmonegde.com/Etno-selo-Tiganjica.html, preuzeto dana 07.07.2016.
14. www.salas84.rs, preuzeto dana 07.07.2016.
15. www.turizamnaselu.rs/domacinstvo11.html, preuzeto dana 07.07.2016.
16. www.selo.rs/RS/ponuda/zoranov-vajat, preuzeto dana 08.07.2016.
17. <http://hrcak.srce.hr/10683>, preuzeto dana 21.09.2016.
18. <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/6a04b9b230ad45ecb5449750f3b4b6d0.pdf>, preuzeto dana 01.10.2016.
19. <http://hrcak.srce.hr/86096>, preuzeto dana 01.10.2016.
20. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1450-75520957165P>, preuzeto dana 02.10.2016.
21. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2217-54581504086M>, preuzeto dana 05.10.2016.
22. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1451-65511501068N>, preuzeto dana 05.10.2016.
23. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621602515D>, preuzeto dana 07.10.2016.
24. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621603053R>, preuzeto dana 07.10.2016.
25. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2217-27691501079B>, preuzeto dana 10.10.2016.
26. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1452-94671501025D>, preuzeto dana 10.10.2016.
27. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0350-137X1502083M>, preuzeto dana 10.10.2016.

28. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=2217-27691401019M>, preuzeto dana 10.10.2016.
29. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621401163M>, preuzeto dana 10.10.2016.
30. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1820-68591601173N>, preuzeto dana 10.10.2016.
31. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621403603P>, preuzeto dana 10.10.2016.
32. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=1452-44571501056P>, dostupno dana 10.10.2016.
33. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621602633P>, preuzeto dana 10.10.2016.
34. <http://scindeks.ceon.rs/article.aspx?artid=0352-34621501259V>, preuzeto dana 10.10.2016.
35. https://www.researchgate.net/profile/Aleksandra_Vujko2/publication/299524117_Tradition_as_an_initiator_of_rural_tourism_destinations_development/links/5700379b08aee995dde81e9a.pdf, preuzeto dana 10.10.2016.
36. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2798977, preuzetodana 10.10.2016.
37. <http://hrcak.srce.hr/68201>, preuzeto dana 10.10.2016.
38. <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0352-3462/2015/0352-34621503751M.pdf>, preuzeto dana 10.10.2016.
39. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/domacinstvo-milomira-nedi>, preuzeto dana 15.10.2016.
40. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/etno-kuca-zavica>, preuzeto dana 15.10.2016.
41. <http://www.rajskikonaci.com/sr>, preuzeto dana 15.10.2016.
42. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/rajski-konaci>, preuzeto dana 15.10.2016.
43. <http://www.karadjordjevvajat.com/onama.html>, preuzeto dana 16.10.2016.
44. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/karadjordjev-vajat>, preuzeto dana 16.10.2016.
45. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/domacinstvo-milice-bozic>, preuzeto dana 16.10.2016.
46. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/kod-gorana>, preuzeto dana 16.10.2016.

47. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/domacinstvo-milovanovic-1>, preuzeto dana
16.10.2016.
48. www.facebook.com/Etno-selo-Babina-reka-310316449025545/?fref=ts, preuzeto
dana 19.11.2016.
49. http://www.dgt.pmf.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol_1802_2.pdf, preuzeto dana
12.01.2017.

PRILOG

Anketa

1. Pol: muški/ženski
2. Da li ste nekada bili u etno selu ili posetili neko domaćinstvo? Da/Ne
3. Koja je vaša primarna svrha posete etno sela (zaokružite 1 odgovor):
 - a. Upoznavanje kulture i tradicije sela
 - b. Poseta muzija
 - c. Arhitektura građevina
 - d. Muzičke i ostale manifestacije
 - e. Venčanja
 - f. Gastronomija
 - g. Relaksacija i rekreacija
 - h. Uživanje u prirodi
 - i. Sportske aktivnosti
 - j. Poseta porodice/prijatelja.
4. Ispitanici koji su posetili etno sela neka navedu etno sela koja su posetili:
5. Ispitanici koji su nisu posetili etno sela neka navedu etno sela koja bi posetili od ponuđenih:
 - 1) Etno selo Stanišići
 - 2) Etno selo Drvengrad
 - 3) Staro selo Sirogojno
 - 4) Šitkovo
 - 5) Etno selo Vrhpolje
 - 6) Terzića Avlija
 - 7) Etno selo Latkovac
 - 8) Tiganjica
 - 9) Divljakovac
 - 10) Moravski Konaci
 - 11) Rajski konaci
 - 12) Gučevski vajati

- 13) Etno selo Trška
- 14) Rogljevačke pimmnice
- 15) Etno selo Galetovo Sokače
- 16) Etno selo Belo Blato
- 17) Koštunići
- 18) Etno selo Brestovi i vizija
- 19) Etno selo Zavičaj
- 20) Etno selo Topalović
- 21) Kraljica voća.

6. Navedite vrstu smeštaja koju biste izabrali tokom boravka u etno selu / Navedite vrstu smeštaja koju ste koristili tokom boravka u etno selu:

- Lokalni hotel
- Motel
- Seosko domaćinstvo
- Apartmani
- Vile
- Kod prijatelja/porodice
- Brvnara
- Gostinska kuća

7. Šta se posetili/Šta biste posetili tokom posete etno selu (zaokružite od ponuđenih odgovora):

- a. Obilazak sela
- b. Poseta muzeja
- c. Poseta manifestacijama
- d. Prisustvo na venčanjima
- e. Kupovina suvenira
- f. Gatronomija (degustacija jela i pravljenje jela)
- g. Učenje kulture
- h. Poseta kulturno-istorijskim spomenicima
- i. Izleti u banje
- j. Izleti u manastire
- k. Ostalo

8. Molim Vas obeležite nivou vašeg zadovoljstva posete etno selu, prema kategorijama (1-5 opisuje stepen vašeg zadovoljstva)

	Veoma zadovoljan	Zadovoljan	Neutralan	Nezadovoljan	Veoma nezadovoljan
Kultura i tradicija sela	1	2	3	4	5
Muzeji	1	2	3	4	5
Arhitektura građevina	1	2	3	4	5
Muzički performansi	1	2	3	4	5
Venčanja	1	2	3	4	5
Festivali	1	2	3	4	5
Narodna nošnja	1	2	3	4	5
Gastronomija	1	2	3	4	5
Smeštaj	1	2	3	4	5
Transport	1	2	3	4	5
Priroda	1	2	3	4	5
Gostoprimljivost	1	2	3	4	5
Ukupan utisak	1	2	3	4	5

9. Koji je bio Vaš nivo znanja o etno selu kada ste ga posećivali: veoma upoznat, upoznat, malo upućen, neupućen
10. Ukoliko ste bili upoznati sa etno selom, navedite sa kojim delom kulture ste bili upućeni: folklor, istorija, ples, arhitektura, kuhinja, drugo
11. Da li mislite da autentičnost kulture i tradicije jednog mesta odražava život i kulturu ljudi koji tu žive: Da, ne, ne znam, drugi komentar_____
12. Koje su Vam aktivnosti bile najinteresantije:_____
13. Da li biste posetili isto etno selo u budućnosti? Da/Ne
14. Šta mislite šta bi etno selo moralo da unapredi kako bi se razvilo u budućnosti?_____
15. Koji pojmovi Vas asociraju na etno selo Stanišić?
16. Koji pojmovi Vas asociraju na etno selo Drvengrad?