



## Развојна улога туризма у руралним подручјима

Драго Цвијановић, Тамара Гајић

**Сажетак:** Рурални простори у Републици Србији заузимају око 85% територије, гдје живи око 55% укупног становништва, док у Републици Српској рурална подручја заузимају око 95% територије и у њима живи око 83% њеног становништва. Рурални туризам заједнички је назив за различите активности и облике туризма који се јављају ван градова, односно урбаних подручја и оних подручја на којима се развио масовни туризам. Он је условљен туристичким атракцијама које се налазе у тим руралним срединама. Важност руралног туризма огледа се, прије свега, у веома важној интеракцији пољопривредне производње, традиционалних пољопривредно-прехранбених производа, презентовања традиција, традиционалних гастрономија и туристичких услуга, као и коришћења већ постојећих ресурса. С обзиром на то да се статистика капацитета руралне развијености у Србији и Републици Српској заснива на процјенама, долази се до претпоставке да се значајан дио ноћења који се остварује у бањским и планинским подручјима такође може третирати као остварена ноћења у домену руралне туристичке понуде. Посматрајући генерално стање руралне развијености у Републици Србији и Републици Српској, може се уочити да постоји низ ограничавајућих фактора који условљавају незавидан

---

Цитирање: Цвијановић Д, Гајић Т (2024) Развојна улога туризма у руралним подручјима. У: Остојић А, Вашко Ж, Пржуљ Н (уредници) Агроекономски аспекти одрживог развоја пољопривреде. Академија наука и умјетности Републике Српске, Бања Лука, Монографија LVIII: 505–551

---

Cite as: Cvijanović D, Gajić T (2024) The developmental role of tourism in rural areas. In: Ostojčić A., Vaško Ž, Pržulj N (eds) Agro-economic aspects of sustainable agricultural development. Academy of Sciences and Arts of Republika Srpska, Banja Luka, Monograph LVIII: 505–551

положај сеоског туристичког производа на туристичком тржишту. Неки од њих су сљедећи: слаб степен достигнутог квалитета пружених услуга, недовољно познавање нових приступа развоју руралне економије, како на конкурентном домаћем тако и на иностраном туристичком тржишту. Затим, непостојање адекватног институционалног оквира, који би осигурао координацијску улогу државе и веће укључење локалних органа власти у интегрисани рурални развој, слабо развијена инфраструктура, неадекватна диверзификација активности, доминација секторске политике. Уважавајући попис пољопривреде и статистичко дефинисање пољопривредних газдинстава, мора се поменути и значај сеоског туристичког домаћинства, односно домаћинства које се налази у руралном подручју и бави се туризмом, или, примјереније названог, туристичког породичног пољопривредног газдинства. Осим туризма у сеоским туристичким домаћинствима, у руралним подручјима наилазимо на бројне посебне облике туризма. У руралним подручјима туризам подједнако обухвата активности туриста (вишедневних посјетилаца) и излетника (једнодневних посјетилаца). Сеоска туристичка домаћинства углавном се сматрају основним руралним туризмом. Међутим, за развој руралног туризма нису довољна само сеоска туристичка домаћинства, већ и други објекти на самом сеоском туристичком домаћинству и у руралном подручју. Потребна је и остала угоститељска инфраструктура: просторије и настрешнице за услуживање хране, просторије за дегустацију вина, ракије, производи од воћа и поврћа, уређени прилази ка сеоском туристичком домаћинству и паркингу, уређене туристичке атракције (реалне, туристички доступне), ресторани, дефинисани вински и ракијски путеви, обиљежене бициклическе и пјешачке стазе, ходочаснички путеви, рецептивне туристичке агенције, односно потребне су осмишљене и организоване руралне туристичке дестинације, са свим могућим изводљивим садржајем туристичког руралног производа. Квалитет руралне туристичке понуде афирмише се као важан фактор тек у ново доба, након што је дуго био у другом плану, односно у сјенци квантитативних вриједности. За сваку дестинацију или предузеће битно је да буде конкурентно како би успјешно продало своје производе на тржишту, те омогућило лојалне туристе. Да би квалитет остварио свој прави степен развоја, требало би да се утврду одређене конкретне околности, а то је уз савремени технолошки развој веома заоштрено конкурентско надметање, посебно изражено на глобалном тржишту.

*Кључне ријечи: Развој, сеоски туризам, Република Србија, Република Српска*

## **9.1. Увод**

Према Организацији за економску сарадњу и развој (ОЕЦД), рурално подручје је оно подручје које има густину насељености до 150 особа по 1 км<sup>2</sup>. У исто вријеме, Европска унија (ЕУ) има праг до 100 становника по 1 км<sup>2</sup>, да би се неко подручје сврстало у рурално.

Дефиниције „руралног“ варирају у обиму и разумијевању од земље до земље. Имају тенденцију изражавања културне различитости између регије и државе, као и функционалне потребе унутар њих. Владе држава, пак, користе посебне критеријуме за дефинисање „руралног“, често засноване на густини насељености. Ипак, три су главна чиниоца који одређују руралност одређеног подручја и то: густина насељености, начин коришћења земљишта и сам идентитет заједнице.

Уобичајена рурална подручја обично су мале густине насељености и са малим насељима. Највећи дио пољопривредног земљишта користи се за пољопривреду, а шумско земљиште за шумарство, док простор (површине) под зградама је изузетно мали. Другим ријечима, рурално подручје је средина са малом концентрацијом становништва, посебним начином живота, рада, обичаја и идентитета, те се бави пољопривредом, евентуално шумарством и занатством. У приградским руралним подручјима има и оних који су запослени у другим дјелатностима урбаних средина.

Због своје удаљености, лоше инфраструктуре и слабог развоја саобраћаја, многа рурална подручја имају ограничења у економском развоју. У Републици Србији и Републици Српској рурални туризам још је недовољно развијен, иако постаје свакодневна потреба људи, као и сегмент који може значајно да допринесе развоју економског сектора у будућности земље (Petrović et al. 2018).

Миграције радно способног становништва из руралних у урбана подручја, старење становништва које се бави искључиво примарном пољопривредном производњом, уништавање свих репроланаца у пољопривредно-прехрамбеној производњи, неразумна приватизација, уништавање сопствених банака, недовољна улагања у инфраструктуру, учинили су рурална подручја заосталим, неатрактивним за нормалан рад и живот.

У руралном простору настали су традиционално село и сеоска архитектура, руралне целине, пејзажи. Развијају се и традиционална култура живота и рада, традиционална знања и вјештине, технологије пољопривредно-прехрамбене производње, начин становања и одијевања, исхране, народне игре, пјесме, легенде.

Диверзификација руралне привреде на друштвено, економски и еколошки одржив начин, веома је потребна, како би се побољшао квалитет живота и смањило сиромаштво у односу на урбане средине, те зауставила друштвена и еколошка деградација ових подручја.

Под појмом руралне развијености подразумејева се вишеструка активност, те сам туристички производ, као такав, сматра се средством које рјешава проблем слабљења пољопривредних потенцијала сеоских подручја, како би се обезбиједио додатни приход, што покреће неизбјежно питање очекивања одређених услуга насупрот испорученим услугама (Bansal and Eiselt 2004). Облици руралног туризма препознати су као главни катализатор за социоекономску обнову привредних и ванпривредних активности у руралним подручјима.

Туризам као динамична дјелатност стално се мијења и прилагођава усљед бројних промјена у друштву, животном стандарду становништва, слободном времену, доходу. Све је израженија природна потреба за кретањем, па се туризам може назвати могућношћу и потребом савременог свијета (Vojnović i sar. 2012).

Рурални туризам као посебна врста туризма има за циљ одржавање свих природних ресурса, пејзажа, подручја, културне баштине, с једне стране, и обезбјеђење активног одмора у природи и руралном амбијенту, са друге стране (Urošević i Cvijanović 2017).

Разноврсније потребе људи, градског становништва, брз темпо и начин живота, условљавају и другачије мотиве за путовањима. Одмор, рекреација, бијег у природу, враћање својим коријенима, активно учешће у пољопривредним или другим активностима, оспособљавање за израду одређених производа или предмета, авантуризам, камповање, истраживање нових предјела, неки су од разлога посјете руралних подручја. Такође, и тишина, мир, свјеж ваздух, традиционална кухиња, богатство природних ресурса, покретачи су због којих се сваки појединац одлучује за посјету неке планине, руралног мјеста, краја.

Селективни облици туризма једна су од савремених тенденција на туристичком тржишту. Развијају се у земљама које посједују атрактивности и квалитете за развој ових облика туризма и које су схватиле да је то будућност развоја туризма. У томе велику улогу имају људски ресурси, са циљем да препознају шансе развоја специфичних облика туризма и да их развијају сходно квалитетима туристичких дестинација. Специфичан туристички производ, дестинација, мора истаћи аутентичност, уникатност, улогу локалног фактора. Стога, туристичка понуда мора бити истражена и проучена, а туристички производ осмишљен према захтјевима специфичних купаца (Vujić i sar. 2012).

Рурални туризам подразумијева све туристичке активности у руралним подручјима, од тура, активности на и у води, активности у ваздуху, спортско-рекреативне активности, културне активности, активности откривања занимљивости радних процеса, активности здравственог карактера и др. Значај и свеукупни допринос руралног туризма развоју руралне економије документован је у свјетској и домаћој научноистраживачкој литератури (Свијановић и Руџић 2017).

Рурални туризам обухвата различите активности и интересовања на фармама, природу, авантуру, спорт, здравље, образовање, умјетност, традицију и културу, фолклор, вриједности вјеровања и заједничко наслеђе (Song 2005).

Сам назив „рурални туризам“ прихваћен је у многим земљама: „rural tourism“ (Енглеска), „tourisme rural“ (Француска), „turismo rurale“ (Италија) (Pasinović 2006). У литератури постоје и бројни покушаји дефинисања руралног туризма. Од стране Вијећа Европе (1986. године) рурални туризам дефинисан је као туризам који обухвата све активности у руралном подручју, а најважније карактеристике такве врсте туризма су мирна средина, очувана животна средина, одсутност буке, комуникација са домаћинима, домаћа храна, упознавање сељачких послова.

Једна од дефиниција руралног туризма, као и ставови који су током деведесетих година и почетком новог миленијума били доминантни у литератури, садржани су у објашњењу које је дао Lane (1994). Он је разматрао историјски континуитет у развоју руралног туризма и истраживао је нека од кључних питања, како би се рурални туризам учинио препознатљивим. Lane (1994) наводи одређене факторе који утичу на дефинисање туризма:

- урбани туризам није везан само за урбане средине, већ се прелива и на рурална подручја;
- рурална подручја се тешко дефинишу, јер варирају критеријуми које користе различите државе;
- нису сви видови туризма који се одвијају у руралним подручјима искључиво рурални, то може бити и урбана форма туризма која се одвија у руралном подручју;
- различите форме руралног туризма развиле су се у различитим регионима и представљају вишенамјенску дјелатност;
- рурална подручја данас се налазе у комплексном процесу промјена.

Туризмолошки посматрано, село је мотив, па рурални туризам спада у мотивске облике промета (Јовичић 2002). Село је антропогени, амбијентални мотив, чија је атрактивност обиљежена рекреативним атрибутом – амбијентом, могућношћу упознавања неких сеоских послова, одсуством аерозагађивача. Поједини аутори истичу да је сеоски туризам алтернатива масовном тржишном туризму, због

чињенице да привлачи туристе који су заинтересовани за боравак у природи изван урбаних подручја, за заштиту животне средине и очување аутентичности простора. Креатори туристичког производа вођени су чињеницом да је уобичајено „да се производ посматра као нешто што купац купује и носи са собом“, док се за рурални туризам конкретно говори да „купац купује доживљај, а кући носи сјећање и по који сувенир“ (Тодоровић и Штетић 2009).

Према Свјетској туристичкој организацији (UNWTO 2004), важни циљеви развоја руралног туризма су:

- могућност за стварање прихода и отварање нових радних мјеста;
- избалансиран приступ, планирање и доношење одлука у складу са резултатима најбоље праксе која може обезбиједити одржив развој руралних туристичких предузећа;
- успостављање одговарајућег законодавства и укључивање великог броја државних организација и органа;
- квалитет живота локалног становништва, у смислу очувања постојећих услуга (нпр. трговине, занатства и др.);
- очување културе и традиције одређеног руралног подручја.

Lane (1994) истиче да су основне карактеристике руралног туризма сљедеће:

- лоциран је у руралном подручју;
- функционално је руралан – изграђен у свијету посебних руралних карактеристика, са присуством малих предузећа, са отвореним простором, у контакту је са природом, културним наслеђем и традиционалном праксом;
- постоји „руралност“ у обиму – како у погледу броја објеката тако и насеља и зато мора да буде малих размјера;
- има традиционални карактер, споро растући, органски, повезан са локалним породицама;
- сачињен је од различитих видова туризма који представљају комплексну шему руралне средине, економије, историје и локације (Lane 1994).

Уважавајући чињенице да Србија и Српска располажу значајним потенцијалима за развој свих облика руралног туризма, као важна терцијарна привредна делатност туризам би, уз пољопривреду као примарну привредну делатност, требало да буде један од покретача развоја руралних подручја (Свијановић et al. 2009). Подразумијева се да све дјелатности, свих сектора, од примарног, секундарног, терцијарног до кварталног, буду уравнотежено заступљене у развоју одређеног руралног подручја, сходно његовим упоредним предностима, како у развоју привреде тако и ванпривреде и очувању природне околине (Свијановић et al. 2018a).

Да би се смањио притисак и прилив становништва у урбана подручја, потребно је, на најбољи могући начин, искористити стратешке предности сваког руралног подручја и те привредне и непривредне активности интегрисати у привреду локалне заједнице и државе у цјелини (Гајић et al. 2020). Рурална подручја која су утврдила своје компаративне стратешке предности, те ако се појавио добар домаћин, предузимљив, mudar, храбар човјек са визијом, могу имати озбиљан диверзификовани развој руралних економија тог подручја (Свијановић и Ружић 2017).

У Србији и Српској, рурални туризам има одређене недостатке у погледу квалитетне понуде туристичког производа. Квалитет се сматра веома важним у модерним организацијама, из три специфична разлога: конкуренција, продуктивност и трошак (Гајић et al. 2018). Аутори рада изнијели су дио истраживања, са циљем да се укаже на достигнути степен квалитета понуде у сеоским туристичким домаћинствима која пружају услуге туристима. Значај истраживања огледа се у сагледавању кључних проблема пословања сеоских туристичких домаћинстава, те у откривању стратешких мјера за боље позиционирање на свјетском туристичком тржишту руралног туризма.

Србија и Српска су земље бројних туристичких атрактивности и разноврсности, велики и привлачан рурални простор заузима више од 90% цјелокупне територије. Рурални туризам је значајна компонента интегралног и одрживог развоја и ревитализације села, компонента која недостаје у подстицају развоја локалног тржишта за пољопривредне дјелатности, као и посебан подстицај запошљавању. Бројни су услови који омогућавају формирање квалитетне руралне туристичке понуде у Србији (Свијановић et al. 2016a).

Претварањем аутентичних вриједности села у туристичке вриједности, села би се могла отворити ка туристичким кретањима, која би се по обиму и квалитету знатно разликовала од досадашњих туристичких кретања у Србији и Српској (Цвијановић 2014). Рурални туризам у Србији је недовољно организована дјелатност, која се не одвија адекватно могућностима којима располаже. Ова врста туризма нема дугу традицију, јер се седамдесете године двадесетог вијека могу сматрати почецима развоја сеоског туризма. Крајем XX вијека, када долази до стагнације осталих видова туризма, у Србији се постепено развија производ руралног туризма, који у различитим дијеловима добија различите форме понуде (Тодоровић и Штетић 2009). Његова афирмација шанса је обнове и опстанка села, односно руралних подручја.

## **9.2. Основне карактеристике руралног туризма**

Рурални туризам се дефинише као туризам који посјетиоцу пружа рурално окружење, нудећи му комбинацију доживљавања природе, културе и људи типично руралног карактера (Aref and Gill 2009). Суштину руралног живота чини потпуно уживање посјетиоца у аутентичној, изворној и основној пракси. Рурални туризам враћа посјетиоца природи, коријенима, основним стварима и подржава повратак поријеклу и изворности (Свијановић et al. 2019). Рурални туризам одређен је посебно руралним простором: његовим распрострањем, физичким и социокултурним обиљежјима. У ствари, облици руралног туризма су веома хетерогени туристички производи, састављени од великог броја активности и услуга које осмишљава, организује и реализује рурално становништво тог руралног подручја (Свијановић и Vuković 2010).

Одрживост је основни принцип, при чему се нуде рурално окружење и природне љепоте, непосредни контакт са природом и људима, уз традиционалну гостољубивост и истинске животне вриједности локалног становништва тог руралног подручја (Свијановић et al. 20186).

Рурални туризам препознат је као дјелатност у функцији отклањања проблема попут сиромаштва, глади, недостатка свијести о концепту одрживог развоја и очувања животне средине (Свијановић и Ružić 2017).

Да би рурални туризам заживио и постао дјелатност којом се становништво интензивно бави, како на локалном тако и на нивоу читаве државе, неопходно је успоставити сарадњу између државе и локалних самоуправа. Другим ријечима, држава треба подстаћи његов непрекидни развој, системским законима и стварањем реалних економских услова за развој. Образовне институције, својим специјализованим програмима, наставом, као и стручном праксом, треба да оспособе млађи дио популације да примијени стечено знање у пракси. Коморе, удружења, пољопривредна газдинстава, привредни субјекти, туристичке организације, локалне самоуправе и локално становништво треба да раде заједно на реализацији свих развојних докумената и да, уз уважавање компаративних предности, креирају нове туристичке производе руралног туризма на свом подручју.

У досадашњем развоју туризам је претрпио различите промјене, попримио нове карактеристике, као и нове облике. Средином седамдесетих година XX вијека отворен је пут за развој новог вида туризма, гдје се тежиште интересовања премјестило на рурална подручја као својеврсна мјеста за његову реализацију. Руралне области препознате су као својеврсни чувари еколошког поретка, традиционалних вриједности, културног насљеђа – материјалног и



нематеријалног, те им с правом можемо додијелити улогу носилаца идентитета једне локалне заједнице (Тодоровић и Штетић 2009).

Ако се говори о руралним подручјима и руралном туризму, неизоставни дио те тематике је концепт одрживог развоја, као основа за развој руралних подручја и локалних заједница током реализације руралног туризма (Vićanin i sar. 2018). Овај концепт подразумева усклађеност између постојања простора са свим ресурсима и њиховог рационалног коришћења и очувања за генерације које долазе. Обухвата три принципа која се морају испунити: еколошки, социокултурни и економски. Односно, да би рурални туризам заживио у оквиру одређеног руралног подручја и да би се његови ефекти одразили позитивно на развој локалне заједнице, неопходно је створити одређене предуслове. Ти предуслови су: очуваност природног окружења, креирање аутентичног амбијента, као и укљученост локалног становништва у активности из тог домена, сарадња власти, привредника и школских установа, са једне, и локалне заједнице са друге стране, на начин који би подразумевао доношење мјера, закона и програма, са циљем развоја руралног туризма и руралних подручја од стране прве групе субјеката, као и усвајање истих од стране локалног становништва (Cvijanović i Ružić 2017).

Čikić i Petrović (2017) говоре о уској повезаности појмова попут руралног туризма и одрживог руралног развоја, наводећи да је та повезаност заснована на трима главним идејама: 1) дугорочни карактер руралног развоја не може бити постигнут све док одрживост са аспекта екологије није третирана као први и основни предуслов у том процесу, 2) рурални туризам као комплексни систем могуће је остварити и одржати га само ако се заснива на свим принципима одрживости, 3) један од начина да се усвоји одрживост као филозофија јесте употреба такозваних чистих технологија.

Ambrosio-Albalá and Bastiaensen (2010) развој руралног туризма анализирају као појаву која треба да доведе до продуктивне трансформације локалне заједнице, чији би један од исхода био ангажовање жена као предузетника, што би побољшало и њихов положај у друштву. Затим, истичу његов значај за развој саобраћајне инфраструктуре, интензивнију употребу информационо-комуникационих технологија, пружање јавних услуга, валоризацију карактеристика, традиције и обичаја руралног подручја, као и за скретање пажње на интензивније улагање у развој руралног подручја и локалне заједнице.

На конференцији Међународне организације рада у Женеви 2012. године покренута је тема о проблемима и положају младих у друштву. Млади су суочени са проблемима као што су: незапосленост, незадовољавајући квалитет посла код оних који се запосле, одступање између стручне спреме и посла којим се баве, као и све израженија удаљености од тржишта рада. Једно од рјешења

је и идеја о ангажовању младих у процесу руралног развоја, гдје би они својим знањем, иновативношћу и вјештинама допринијели развоју локалне заједнице (Elder et al. 2015). Подршка младима у руралним подручјима, као једна од важних активности на којој треба радити, препозната је и подржана у оквирима Европске уније. Од укупне популације у руралним подручјима Европска унија има свега 6% младих, па се са тог аспекта пошло корак напријед у циљу рјешавања проблема, тако што је укључен Европски пољопривредни фонд за рурални развој кроз различите субвенције (Ђурић и Његован 2015).

За разлику од ранијих схватања да туризам чине искључиво услуге угоститељства и саобраћаја, туризам се данас уважава као сложена привредна дјелатност, која укључује огроман број привредних и друштвених дјелатности, посебно у облицима руралног туризма. Осим тога, интегрално треба третирати економске, еколошке, естетске, етичке и социокултурне аспекте његовог развоја, а сви заједно имају за циљ задовољење туристичких потреба потрошача. Туристичка тражња креће се ка туристичкој понуди, али не и обрнуто, као на робном тржишту. То је посљедица везаности туристичке услуге за одређени простор и његове особине (Цвијановић 2014).

У контексту задовољења тих потреба, туризам директно спаја припаднике различитих нација и култура, остварујући на тај начин директну интерперсоналну и интеркултуралну комуникацију. Управо рурална подручја кроз све облике руралног туризма могу промовисати своје културне вриједности.

Када су Србија и Српска у питању, сматра се да постоје велике компаративне предности за развој руралног туризма, али због високог учешћа сиве економије и несређене статистике туристичког сектора постојао је, а и сада постоји, проблем објективног приказивања макроекономских учинака туризма на економију. Србија и Српска требало би да ојачају глобалну конкурентност и глобалну атрактивност руралних туристичких производа, узимајући у обзир нова свјетска искуства, уз ослањање на сопствену иновативност и оне производе у туризму који имају перспективу и конкурентност. Туризам као култура живљења припада друштвеној надградњи, којој се окрећемо само ако смо егзистенцијално сигурни и задовољни, а ту заправо лежи коријен недовољне развијености туризма код нас (Торлак 2014).

Пословна клима зависи, прије свега, од квалитета законодавних и институционалних оквира, али и од културолошких, вриједносних и менталитетских фактора. Транзициону културу Србије одликује паралелност егзистенције ретрадиционализације и модерности (Golubović 2006).

Као услужна дјелатност, рурални туризам не ствара материјална добра, па зато не ствара ни друштвени производ. Ако је ријеч о домаћем туризму, ради се о

прерасподјели дохотка, и то из једног у друго подручје државне територије. Код (ино)страног туризма расположиви новац који странци троше директно утиче на повећање домаћег друштвеног производа и националног дохотка. Доходак који је створен ван домицилне територије, у привредним потенцијалима земаља из којих туристи долазе, путем туристичке потрошње прелива се у домаћу економију (Цвијановић и сар. 2016б).

Како истичу Vuјović i сар. (2012), рурални туризам не нуди само побољшање живота онима који пружају услуге, већ и онима који користе те услуге. Туризам је радно интензивна дјелатност, а људски ресурси представљају најкомплексније ресурсе које није могуће једноставно имитирати и замијенити. Због директног, непосредног контакта са потрошачима, услуге у туризму није лако аутоматизовати, односно стандардизовати, зато је обученост и знање радника у туризму од велике важности. Развој руралног туризма у одређеном подручју пружа значајну могућност за директно запослење у дјелатностима туристичке привреде (смјештај, исхрана, превоз), али исто тако у онима које су укључене на индиректан начин – пољопривреда, занатство, индустрија, грађевинарство, банкарство, здравство, сервисирање итд. (Vuјović i сар. 2012).

Велики број малих пољопривредних газдинстава не може да понуди савременом пробирљивом тржишту значајну количину пољопривредно-прехранбених производа у одређеном времену. Међутим, та мала пољопривредна газдинства и те како могу да понуде дневно свјеже пољопривредно-прехранбене производе за одређене хотеле и/или мотеле и/или етно-села и/или сеоска туристичка домаћинства. Посебно се мисли на аутохтоне пољопривредно-прехранбене производе, који су карактеристични за то рурално подручје.

Рурални туризам има велики значај, првенствено због утицаја на платни биланс земље и мултипликативне ефекте потрошње страних туриста. То се посебно односи на тзв. „невидљиви” извоз пољопривредно-прехранбених производа, које туристи купују да би их понијели. Зато рурални туризам представља врло значајан извор девизних средстава, те се туризам сврстава у фаворизоване извозне дјелатности.

У Стратегији развоја туризма Републике Србије, рурални туризам постављен је на приоритетно мјесто (Службени гласник Републике Србије, бр. 91/2006) и то у оквиру видова туризма везаних за посебна интересовања туриста. Тренутно је рурални туризам најразвијенији у Аутономној Покрајини Војводини, централној и западној Србији. Развој руралног туризма императив је и у осталим дијеловима Републике, јер је неопходно зауставити депопулацију села, с обзиром на то да је процијењено да одумире свако четврто село у Србији.

Рурални туризам укључује читав низ могућих активности у руралним подручјима, како на самом пољопривредном газдинству тако и ван њега (Таб. 9.1).

Таб. 9.1. Туристичке активности у руралним дестинацијама (Roberts and Hall 2003)

*Table 9.1. Tourist activities in rural destinations (Roberts and Hall 2003)*

Тип активности	Врста активности
Обиласци	<ul style="list-style-type: none"> <li>– пјешачење (излетничке стазе, фитнес руте, паркови природе),</li> <li>– јахање коња,</li> <li>– моторизоване туре,</li> <li>– туре обилазака села и малих градова,</li> <li>– авантуристички одмори,</li> <li>– бициклизам,</li> <li>– туре са јахањем магараца.</li> </ul>
Активности везане за воду	<ul style="list-style-type: none"> <li>– пецање,</li> <li>– пливање,</li> <li>– туризам везан за боравак на ријекама и воденим каналима,</li> <li>– вожња кануом, кајаком, рафтинг,</li> <li>– сурфовање на бази вјетра,</li> <li>– једрење,</li> <li>– трке чамаца.</li> </ul>
Активности везане за ваздушни простор	<ul style="list-style-type: none"> <li>– једрење змајем,</li> <li>– једрење балоном,</li> <li>– једриличарење,</li> <li>– параглајдинг.</li> </ul>
Бављење спортом	<p>а) спортови који захтијевају одговарајући рурални амбијент</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– фото-сафари,</li> <li>– слободно пењање по стијенама,</li> </ul> <p>б) спортови који захтијевају модификацију руралног амбијента</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– тенис,</li> <li>– голф,</li> <li>– лов,</li> <li>– скијање на теренима ниских нагиба.</li> </ul>

Културне активности	<ul style="list-style-type: none"><li>– археологија,</li><li>– рестаурација одређених локалитета,</li><li>– изучавање руралног културног наслеђа,</li><li>– посјете музејима,</li><li>– упознавање са локалним индустријским, пољопривредним и занатским активностима</li><li>– различити занатски курсеви,</li><li>– радионице различитих умјетничких израза,</li><li>– упознавање са фолклором,</li><li>– културне гастрономске руте.</li></ul>
Активности везане за здравље	<ul style="list-style-type: none"><li>– фитнес тренинзи,</li><li>– спа и велнес рисорти („resort“),</li><li>– програми за мршављење.</li></ul>
Пасивне активности	<ul style="list-style-type: none"><li>– релаксирајући одмор,</li><li>– изучавање природе у отвореном простору, укључујући посматрање и изучавање птица, фотографисање руралних пејзажа,</li><li>– уживање у живописним руралним природним пејзажима.</li></ul>
Догађаји карактеристични за одређена рурална подручја	<ul style="list-style-type: none"><li>– фестивали,</li><li>– пољопривредни сајмови,</li><li>– различите смотре.</li></ul>
Активности везане за послове у руралном подручју	<ul style="list-style-type: none"><li>– скупови;</li><li>– мале бизнис конвенције и конференције,</li><li>– подстицајни кратки туристички одмори.</li></ul>

Рурални туризам подразумијева различите видове туризма који указују на рурални живот, умјетност, културу и наслеђе у руралним срединама. Без обзира на чињеницу о слабој развијености овог облика туристичких производа, сматра се да рурални простори Србије и Републике Српске представљају значајан туристички потенцијал за развој туризма, али и за многе друге привредне секторе државе (Njegovan i Pejanović 2009). Постоје подаци који указују на континуиран раст овог туристичког производа. Многе туристичке дестинације стварају посебан производ, специфичан за рурална подручја, а који се превасходно заснива на економији малог обима, пријатном окружењу, обогаћен етничким елементима, са основном особином одрживог развоја (Hall et al. 2003). Традиционални начини рада нису довољни, па се траже алтернативни извори прихода.

Туризам постаје добра опција за побољшање руралног живота, повећање запослености, заустављање емиграције и подстицање позитивних економских промјена у расподјели личног дохотка. Рустични догађаји, културни атрибути и ресурси обликују туристички производ који је разнолике природе (Josiam et al. 2004). Много погрешних корака прави се приликом стављања руралног производа на тржиште. Припрема планова за рурални развој ослања се углавном на остваривање само економске добити, а не на остварење боље будућности локалног становништва и животне средине (Blešić et al. 2014).

Што се тиче руралног туризма у Србији и Српској, може се рећи да је до краја XX вијека његов развој био прилично несинхронизован са другим секторима и некоординисан, са врло недиференцираном понудом. Посљедњих година Србија има боље планирање у смислу квалитетније туристичке понуде у руралним подручјима (Свијановић и Вукović 2010).

У Таб 9.2. могу се видјети важни елементи руралног туризма, који су уочени у сусједној Хрватској. Слична ситуација је у Србији и Српској.

Таб. 9.2. Кључни елементи руралног туризма (GZŽ 2005)  
*Table 9.2. Key elements of rural tourism (GZŽ 2005)*

---

Лоциран у сеоској средини
Омогућава персонализован контакт
Дозвољава учешће у активностима, традицији и начину живота сеоског становништва
Карактеришу га мала насеља и сеоске куће
Представља комплекс руралног окружења, економије, историје и простора
Висок удио прихода локалном становништву од руралног туризма
Прати га спор раст у складу са порастом броја становника
Заснован на малом предузетништву, отвореном и директном контакту са природом, базиран на културном наслеђу и традиционалним активностима

---

У Таб. 9.3. налази се преглед стања и предвиђања дистрибуције становништва и руралног учешћа на различитим континентима свијета. Радно способно становништво у руралним подручјима, у поређењу са урбаним, има: веће стопе активности (60,9% и 59,5%) и запослености (47,9% и 43,4%) и ниже стопе незапослености (21,3 и 27%) и неактивности (39,1% и 40,5%, респективно) (Jing 2006). То је због чињенице да рурална подручја пружају веће могућности запошљавања ниже образованим особама, што се посебно односи на њихов

рад у пољопривреди. Са друге стране, ова врста радног ангажовања указује на знатно већи удио осјетљиве запослености на руралном подручју у поређењу са градском популацијом (Bramwell and Lane 1994).

Таб. 9.3. Расподјела становништва и рурално учешће (предвиђање за 2030)  
(Lane and Kastenholz 2015)

Table 9.3. Population distribution and rural participation (forecast for 2030)  
(Lane and Kastenholz 2015)

	Становништво (мил.)						Рурално учешће (%)		
	1975.		2000.		2030.		1975.	2000.	2030.
	Г	Р	Г	Р	Г	Р			
Африка	102	304	295	498	787	702	75	63	47
Азија	592	1.805	1.376	2.297	2.697	227	75	63	46
Јужна Америка	198	14	391	498	127	608	39	25	15
Сјеверна Америка	180	64	243	71	335	61	26	23	16
Европа	455	221	534	193	540	131	33	27	20
Океанија	15	6	23	8	32	10	28	26	23
Свијет	1.542	2.524	2.826	3.565	4.500	3.783	63	55	45

Г – градско становништво; Р – рурално становништво

Таб. 9.4. Расподјела становништва и рурално учешће становништва у Србији за 2012. (последњи попис) (Статистички годишњак Републике Србије 2012)

Table 9.4. Population distribution and rural participation in Serbia for 2012 (last census) (Statistical Yearbook of the Republic of Serbia 2012)

	Градска популација		Сеоска популација	
	Популација	Учешће (%)	Популација	Учешће (%)
Србија	3.965.884	55,49	3.181.542	44,51
Војводина	1.097.332	55,38	884.084	44,62
Централна Србија	3.025.984	57,50	2.236.516	42,50
Београдска област	1.321.055	81,73	295.244	18,26
Остали дијелови	1.704.929	45,19	2.068.272	54,81

На територији Републике Србије постоји 6.158 насеља, од тога 193 градска (3,1%) и 5.965 осталих насеља, која се по аутоматизму сматрају руралним. У Србији је регистровано око 1.000 домаћинстава у сеоским насељима, која пружају угоститељске и туристичке услуге. Чланови око 300 домаћинстава баве се туризмом као примарном дјелатношћу. У укупној понуди има око 8.000 кревета, од 750 до 1.500 ноћења у једном домаћинству. Више од 1.000 ноћења годишње генерише 60 домаћинстава. Око 240 објеката генерише од 700 до 1.000 ноћења, а 150 има од 350 до 700 ноћења. Око 300 домаћинстава годишње има мање од 350 ноћења. Просјечно трајање боравка туриста у домаћинствима је 2,8 дана (Гајић et al. 2018).

Таб. 9.5. Број ноћења у сеоском туризму у периоду 2009–2018. у Србији  
(Статистички годишњак Републике Србије 2009–2019)

*Table 9.5. Number of overnight stays in rural tourism in period 2009–2018 in Serbia (Statistical Yearbook of the Republic of Serbia 2009–2019)*

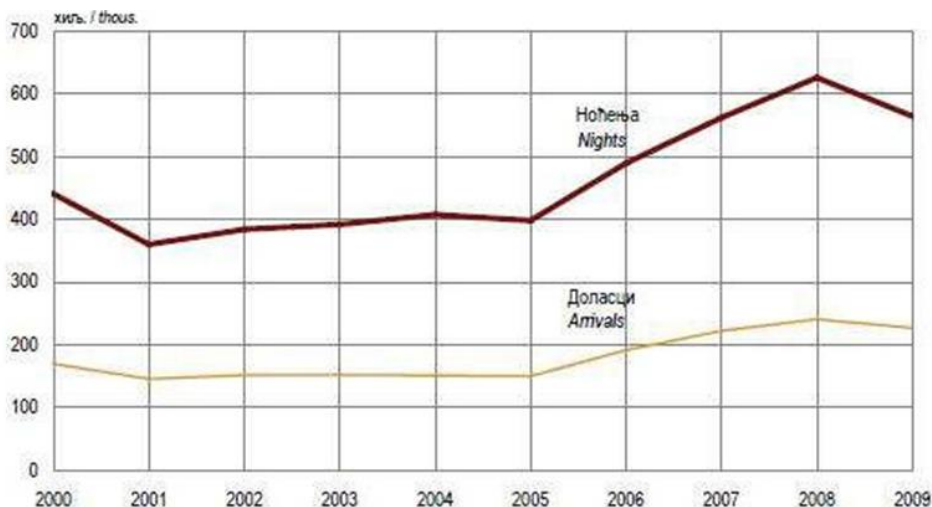
Година	Број ноћења у свим туристичким мјестима	Удио оствареног броја ноћења сеоског туризма у укупном броју ноћења у свим врстама туризма (%)	Број ноћења у другим туристичким мјестима и другим мјестима (рурална подручја)
2009.	6.499.352	21,71	1.411.305
2010.	6.592.622	20,54	1.354.027
2011.	7.328.692	20,85	1.528.389
2012.	7.334.106	22,31	1.636.509
2013.	6.776.763	21,45	1.453.792
2014.	6.413.515	22,42	1.437.714
2015.	6.644.738	20,83	1.383.947
2016.	6.484.702	21,32	1.382.222
2017.	6.567.460	20,66	1.356.633
2018.	6.086.275	20,02	1.218.552
Укупно	60.641.950	21,34	12.944.538

Цјелокупна визија Мастер плана за рурални туризам у Србији јесте развој за друштвено, економски и еколошки одрживи рурални туризам. Он се у Србији ослања на велики и разноврстан број природних и културних добара која треба очувати, одрживо користити и даље унаприједити кроз развој туризма (Свијановић et al. 2009). Одрживи рурални туризам остварује приходе на локалном нивоу и интегрише локалне заједнице са циљевима побољшања квалитета живота и смањења сиромаштва; чува природна и културна добра,



као што су биодиверзитет, културна баштина и традиционалне вриједности; подржава разумијевање и толеранцију међу културама; доприноси већој енергетској ефикасности и одржавању здраве климе; избегава превелику потрошњу воде и стварање отпада своди на најмању мјеру (Свијановић et al. 2016а; Делић-Јовић 2019).

На Граф. 9.1. може се видјети број туриста, односно број долазака и број ноћења у Републици Српској, према подацима Републичког завода за статистику Републике Српске. Уочава се стагнација све до 2005, затим се број долазака и ноћења повећава до 2008. године, а потом се поново смањује.



Граф 9.1. Доласци и ноћења туриста у Републици Српској (Статистички годишњак Републике Српске 2010)

Graph 9.1. Tourist arrivals and overnight stays in Republika Srpska (Statistical Yearbook of Republic of Srpska 2010)

Стварна туристичка потражња у Српској односи се на бањски и планински туризам, два водећа облика туризма у Републици. У структури туриста примат имају домаћи туристи у односу на стране. Највећи број страних туриста долази из сусједних земаља.

Таб. 9.6. Доласци и ноћења туриста у Републици Српској (Статистички годишњак Републике Српске 2014)

Table 9.6. *Tourist arrivals and overnight stays in Republika Srpska (Statistical Yearbook of Republic of Srpska 2014)*

Година	Доласци		Ноћења	
	домаћи	страни	домаћи	страни
2004.	94.416	51.717	250.641	109.249
2005.	98.794	53.044	265.594	118.593
2006.	102.201	50.240	270.888	121.107
2007.	97.741	53.539	270.679	137.070
2008.	95.547	54.979	275.461	122.515
2009.	118.997	72.937	322.129	167.312
2010.	132.057	90.672	356.557	205.438
2011.	139.961	101.184	388.739	237.103
2012.	133.047	93.910	355.481	208.610
2013.	141.201	95.085	370.879	206.923

Према Статистичком годишњаку за 2011. годину, у Републици Српској у 2010. била су укупно 192 објекта за смјештај, од чега: 70 хотела (смјештајни капацитет 5.648 лежаја), 64 мотела (смјештајни капацитет 1.643 лежаја), 30 пансиона и преноћишта (смјештајни капацитет 683 лежаја) и 28 осталих (смјештајни капацитет 1.013 лежаја). Од 2005. до 2010. године, путем Министарства трговине и туризма за финансирање пројеката из области туризма и угоститељства, потрошено је 4.817.716 КМ. Многа села (у Српској их има укупно 2.625) пружају реалну шансу развоју руралног туризма. На сеоским манифестацијама и приредбама многа културно-умјетничка друштва презентују и популаришу српски фолклор, музику, пјесму, рукотворине и др. Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде Републике Српске (МПШВРС), у оквиру мјера подршке руралном развоју, од 2008. реализује континуирану подршку развоју сеоског туризма. У периоду од 2008. до 2012. године за ову намјену из буџета за пољопривреду и рурални развој издвојено је 372.648 КМ (подстицајних – бесповратних средстава) за суфинансирање 63 пројекта (МПШВРС, допис број 12.03.4-773/13 од 31. 01. 2013). Министарство сваке године доноси Правилник о условима и начину остваривања новчаних подстицаја за развој пољопривреде и села, гдје су предвиђени и подстицаји за унапређење и развој услуга руралног туризма. Искоришћеност туристичких капацитета у Српској је свега 20%, те је у циљу повећања укупног туристичког промета потребно и дефинисање нових туристичких производа.



Схема 9.1. Приказ руралног туризма (Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији)

Figure 9.1. Overview of rural tourism (Master plan for sustainable development of rural tourism in Serbia)

Рурална подручја захватају 85% територије Србије, у њима живи 55% популације и формирају 41% бруто домаћег производа земље, што је веома велики потенцијал за развој руралног туризма. Што се тиче Републике Српске, стање је другачије, чак 95% територије је рурално и 83% становништва припада руралној категорији. Ако се посматрају свјетски трендови, може се видјети да, са једне стране, рурални туризам постаје значајно шири и садржајнији концепт, а са друге стране налазе се потребе и очекивања домаће и иностране потражње, које постављају све више захтјеве (Petrović et al. 2018). Суштину руралног туризма представља комбинација различитих аспеката доживљаја (руралне активности и доживљај смјештаја), те дијељење и представљање руралног живота са туристима. Руралне активности у руралним подручјима имају различите нивое сложености, који могу да се посматрају са два основна аспекта (Cvijanović i Vuković 2010): степена ангажовања/активности туриста или активности активиста у руралном подручју, и степена вриједности забаве и образовни ниво туриста.

Степен ангажовања/активности туриста или посјетилаца у активностима на руралном подручју варира од најактивнијег до потпуно пасивног. Свјетски трендови показују да забавно-образовне активности постају све значајније приликом осмишљавања нових руралних дестинација. Очекује се да ће бити кључни елемент за диференцијацију руралних одредишта (Kozak 2002). Типологије руралног смјештаја имају карактеристике које треба анализирати

на сљедећи начин: ниво изложености, контакта, стапања туристе са руралним туристичким домаћинством и његово учешће у том домаћинству; ниво услуга у руралном смјештају може да варира од врло ограничених услуга до високоспецијализованих и прилагођених услуга. Ниво удобности такође представља важан аспект нивоа смештаја.



Схема 9.2. Приказ типова активности руралног туризма (Мастер план одрживог развоја руралног туризма Србије)

Figure 9.2. Overview of types of rural tourism activities (Master plan for sustainable development of rural tourism in Serbia)

Тај ниво изложености, контакта, стапања туристе са руралним туристичким домаћинством и његово учешће у том домаћинству може да варира од високог степена стапања са високим нивоом контакта у оквиру руралног домаћинства и са њим повезаних активности, до ниског нивоа укључености у исте. Ниво услуге у руралном смјештају могу да варирају од врло ограничених услуга до високоспецијализованих и прилагођених услуга (Ezeuduji and Rid 2011). То значи да је рурални туризам у ствари равнотежа између типова активности и типова смјештаја који се могу понудити у датом руралном подручју.

У развоју руралног туризма, Србија и Српска, као и друге традиционалне земље, имају низ наслијеђених, историјски условљених проблема. У Србији највише је породичних пољопривредних газдинстава која користе до два хектара пољопривредног земљишта (48,8% од укупног броја), а ова газдинства образују око 8% пољопривредног земљишта. Помјерањем граница коришћеног земљишта

на вишу групу (до пет ха), пољопривредна газдинства ове величине, иако чине 78% укупног броја, располажу са само 25,3% површине (Цвијановић и Вуковић 2010). Нажалост, та породична пољопривредна газдинства и старачка домаћинства без предузетничког искуства, осим ових имају и додатне проблеме, као што су слабо развијена комунална и друштвена инфраструктура.

Пољопривреда је, мјерено њеним доприносом у стварању БДП-а, врло значајна за Српску. Од свих производних сектора, пољопривреда има највеће учешће у структури БДП-а (веће од прерађивачке индустрије). Међутим, бруто додана вриједност пољопривреде опада и у апсолутном и у релативном погледу, углавном због бржег развоја других сектора привреде и ванпривреде. У периоду 2007–2013. године сектор пољопривреде учествовао је у укупном БДП-у са 9–11%. Укупна запосленост у пољопривредним дјелатностима у периоду 2007–2013. године износи 31–32% укупне радне снаге, односно у просјеку 100.000 запослених на годишњем нивоу (Стратешки план развоја пољопривреде и руралних подручја Републике Српске 2016–2020).

### **9.3. Јаке стране руралне развијености**

Према попису пољопривреде у 2012. години у Србији су била 631.122 пољопривредна газдинства. Доминирају породична пољопривредна газдинства, која чине 99,6% од укупног броја регистрованих газдинстава, а у оквиру њих преовлађују газдинства чија је просјечна величина посједа до два хектара (Цвијановић и сар. 2014). Ова газдинства не могу да буду тржишно конкурентна у пољопривредној производњи, али у оквиру њих могу да се развијају непољопривредне дјелатности. Због тога је „рурални туризам веома важан сегмент мултифункционалне пољопривреде, чији је развој у Србији нужност, али и развојна перспектива.” (Radović i sar. 2011).

Диверзификација руралних економија кључна је из разлога што чини предуслов демографске стабилизације, која представља основу за одрживост свих компоненти развоја (Katić et al. 2011). Рурални развој је процес унапређења квалитета живота и економског благостања људи који живе у руралним подручјима. Активности везане за рурални развој имају за циљ социоекономски развој руралних подручја, уз директно учешће руралног становништва, како би се испуниле потребе специфичне за дато подручје и дати социоекономски и културолошки оквир.

Рурална подручја карактеришу велике разлике у погледу природних, инфраструктурних и других услова за пољопривредну производњу, као и за развој других привредних активности. Ова издиференцираност испољава се

и у погледу економског и социјалног развоја, демографских карактеристика и трендова, културолошких особености, величине и морфологије насеља, што обједињено утиче на ефикасност привређивања и квалитет живљења. У руралним областима доминира монофункционална пољопривреда, те се Србија убраја у најаграрније земље Европе.

За разлику од урбаних подручја, рурална су међусобно изузетно различита по питању природног и културног наслеђа, стога је и потребно развијати локалне, регионалне и националне програме руралног развоја, који су прилагођени за дато подручје (Petrović et al. 2018). Размишљајући о руралном развоју, мора се узети у обзир читав низ проблема са којима се пољопривредник свакодневно суочава. Неки од ових проблема биће физички или опипљиви и релативно их је лако препознати. Многи од ових проблема потичу из мјеста пољопривредника у друштвеној и политичкој структури у руралном подручју. Пољопривредници и њихове породице укључени су у сложену мрежу односа са другим пољопривредницима у том подручју и често ти односи доносе проблеме. На примјер, зависност од зајмодавца је проблем са којим се суочавају многи пољопривредници у земљама у развоју. Пољопривредници такође могу имати мали приступ ресурсима неопходним за развој или немогућност да дођу до њих на било који начин. Коначно, можда су имали врло мало контакта са програмима руралног развоја или другим владиним службама и можда нису знали како да искористе такве активности (Delić-Jović 2019). Постоје веома јаки разлози за улагање ресурса у рурални развој. Више од половине људи на свијету и велика већина људи у земљама у развоју (Азија, Африка и Латинска Америка) живе у руралним областима и дио или све своје приходе зарађују од неког облика пољопривреде. Већина ових људи и даље је веома сиромашна и зависна од пољопривредне производње, у којој је мало коришћена модерна технологија (Molera and Albaladejo 2007). Живе на изолованим и често негостољубивим мјестима, са малим приступом ресурсима који су им потребни за унапређење пољопривреде. Само у погледу броја људи, постоји врло снажна аргументација за давање високог приоритета руралном развоју.

Сагледавајући могућности, односно компаративне предности за развој руралног туризма, као и актуелни степен сиромаштва и неразвијености руралних подручја, истиче се значај развоја руралног туризма у Србији. Потребно је да се развој руралног туризма „посматра мултисекторски, да буде заснован на адекватном законском и стратешком оквиру, као и на принципима еколошке, социјалне, културне и економске одрживости.” (Свијановић et al. 2016а) Имајући у виду да једна новчана јединица уложена у туризам доноси приход и до 2,2 новчане јединице, корист од развоја руралног туризма имала би и пољопривредна газдинства, сеоска туристичка домаћинства, али и укупна локална економија. За развој овог туризма, који највише доприноси

диверзификацији руралне економије и развоју мултифункционалне пољопривреде, неопходна је „снажна стратешка и финансијска подршка државе” (Pejanović i Radović 2012).

#### **9.4. Упоредна анализа пољопривредне развијености у региону**

Посљедњих година велики проблем руралних области је пораст сиромаштва. У руралним подручјима сиромашно је 14,2% од укупног броја становника, а у урбаним 7,8%. Сиромаштво је посебно изражено у југоисточној и дјелимично западној Србији, чије рурално становништво чини 25% од укупног броја сиромашних у Републици (Vogdanov 2007). На основу истраживања реализованог крајем 2009. закључено је да сваки други пољопривредник живи испод линије сиромаштва, јер у структури становништва, према степену сиромаштва, пољопривредна домаћинства чине чак 54%, непољопривредна 34%, а мјешовита 31% (Cvejić i sar. 2010). Узрок је у чињеници да је у периоду транзиције највећи дио становника руралних средина остао без сигурних прихода. Рурална подручја, поред нископродуктивне и нискоинтензивне пољопривредне производње, карактерише и висока стопа незапослености од преко 20%. Према резултатима анкетног истраживања, које је 2009. објавило Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, рурални туризам у просјеку запошљава два члана домаћинства, а просјечан нето мјесечни приход од бављења руралним туризмом по домаћинству износи око 200 евра.

Специфичности пољопривредне производње су: да она знатно зависи од природних услова земљишта, рељефа, конфигурације тла, климе, нове технологије и сл., што доводи до већих или мањих флукуација годишње производње, већег пословног ризика и нестабилности дохотка пољопривредних произвођача; пољопривреда учествује у формирању националног дохотка и основни је извор акумулације за развој индустрије. Са почетком индустријализације пољопривреда била је запостављена, тј. њено учешће опада упоредо с развојем непољопривредних дјелатности, посебно индустрије. Значај пољопривреде представља стратешку одредницу економије ЕУ. Производња хране и пића у ЕУ остварује 14,9% укупног прихода прерађивачке индустрије, запошљава 4,5 милиона радника (Delić-Jović 2019). У Хрватској и Србији пољопривредна производња, стање руралног развоја и демографска кретања биљеже исто наслеђе, сличне негативне макроекономске развојне тенденције, те негативна демографска кретања у руралним срединама (Delić-Jović 2019).

Таб. 9.7. Основни показатељи пољопривредне развијености (површине под засађеним културама у хиљадама хектара) (FAOSTAT 2018)

Table 9.7. Basic indicators of agricultural development (areas under planted crops in thousands of hectares) (FAOSTAT 2018)

	Босна и Херцеговина			Србија			Хрватска			Словенија		
	2005.	2012.	2019.	2005.	2012.	2019.	2005.	2012.	2019.	2005.	2012.	2019.
Јабуре	14.309	15.027	30.934	24.000	24.400	26.089	5.625	5.980	4.950	3.099	2.702	2.270
Лечам	19.644	20.453	20.908	93.520	80.803	100.118	50.341	56.905	53.660	15.451	17.967	21.140
Пасуљ	9.499	8.955	6.991	22.678	12.906	9.091	6.477	788	–	451	289	
Грожђе	5.200	5.600	4.353	62.151	36.020	20.501	29.670	29.237	19.820	16.428	16.351	15.570
Кукуруз	196.372	196.504	191.540	1.169.976	976.020	962.083	318.973	299.161	255.890	42.369	39.166	38.880
Овас	16.830	10.280	10.208	42.530	34.554	22.669	21.185	28.514	18.500	2.731	1.369	1.210
Кромпир	41.352	36.787	34.239	84.434	52.035	34.110	18.903	10.232	9.390	6.306	3.386	2.800
Раж	3.265	3.456	3.561	6.855	4.375	5.046	1.848	846	1.580	1.320	902	1.180
Соја	5.510	5.325	9.026	156.680	162.714	229.372	48.211	54.109	78.330	172	140	1.430
Парадајз	4.048	3.714	3.464	20.947	9.158	7.888	659	448	320	164	221	220
Пшеница	81.239	60.713	68.965	539.813	603.275	2.399.225	146.253	186.949	143.150	30.059	34.586	26.730



Таб. 9.8. Основни показатељи пољопривредне развијености (засађене културе у тонама) (FAOSTAT 2018)  
 Table 9.8. Basic indicators of agricultural development (planted crops in tons) (FAOSTAT 2018)

	Босна и Херцеговина			Србија			Хрватска			Словенија		
	2005.	2012.	2019.	2005.	2012.	2019.	2005.	2012.	2019.	2005.	2012.	2019.
Јабукe	52.181	50.023	98.265	240.320	243.987	499.578	57.298	37.414	68.350	106.190	55.360	54.270
Јечам	51.879	65.337	74.462	275.640	278.367	373.340	162.530	235.778	278.660	61.239	84.727	102.480
Пасуљ	13.461	9.395	11.114	44.338	10.428	9.027	6.041	472	–	959	380	–
Грожђе	23.273	25.931	32.289	359.454	263.419	163.516	181.021	187.550	108.300	120.868	92.324	105.200
Кукуруз	1.004.099	539.432	1.235.596	6.016.765	3.532.602	7.344.542	2.206.729	1.297.590	2.298.320	351.168	277.358	360.360
Овас	37.946	26.816	27.231	84.439	77.262	56.242	49.470	94.542	58.250	7.629	4.351	4.030
Кромпир	458.615	299.935	381.308	930.305	577.966	702.086	273.409	151.278	173.150	144.714	79.253	65.960
Раж	7.516	10.748	10.449	15.417	10.640	12.963	4.737	2.426	6.990	4.092	3.422	4.480
Соја	12.482	6.708	23.753	429.639	280.638	700.502	119.602	96.718	244.280	333	343	4.240
Парадајз	30.738	44.029	43.700	189.222	155.663	111.639	18.731	22.020	146.253	6.629	7.313	9.010
Пшеница	248.332	225.137	264.769	1.875.335	2.399.225	2.534.643	601.748	999.681	803.270	141.293	188.065	139.810

Према статистичким подацима FAOSTAT (Food and Agriculture Organization of the United Nations) у Босни и Херцеговини је укупно 2.210 хиљада ха пољопривредног земљишта, у Хрватској 1.484 хиљаде ха, у Србији 3.464 хиљаде ха, Словенији 612 хиљада ха.

Пољопривреда је, мјерено њеним доприносом у стварању бруто домаћег производа (БДП), веома значајна за Србију. Од свих производних сектора, пољопривреда има највеће учешће у структури БДП-а, веће и од прерађивачке индустрије. У ЕУ заједничко тржиште обухвата и пољопривреду и трговину пољопривредним производима. Под пољопривредним производима подразумевају се производи ратарства, сточарства и рибарства. Циљеви заједничке пољопривредне политике ЕУ су: повећање продуктивности у пољопривреди; унапређење техничког развоја; рационализација пољопривредне производње и оптимално коришћење фактора производње, нарочито радне снаге; обезбјеђивање одговарајућег животног стандарда пољопривредног становништва, посебно путем повезивања зарада запослених у пољопривреди; стабилизација тржишта, гарантовање снабдијевања, обезбјеђивање снабдијевања потрошача разумним цијенама (Delić-Jović 2019). Значај и улога пољопривреде посебно су дошли до изражаја у вријеме санкција деведесетих година прошлог вијека, када се пољопривреда показала као највиталнији привредни сектор у сеоским подручјима. Данашње стање пољопривреде Србије и Српске, њихови потенцијали и ограничења и даље показују исти тренд – да се у пољопривреду мање улаже него што јој је неопходно и да се, сходно томе, добија мање него што је могуће (Gajić et al. 2020). Док је у посљедњој деценији прошлог вијека биљежен стални спољно-трговински дефицит, неколико година уназад биљежен је значајан суфицит. Али и поред тога, производња и прерада, посматрано у цјелини, још су на изразито ниском нивоу профитабилности и потребних стандарда у областима безбједности хране, да би производи били довољно конкурентни и тражени на захтјев тржишним цијенама, прије свега на тржишту Европске уније. Србија (без Косова и Метохије) има укупно 631.552 пољопривредна газдинства. Од тога породичних пољопривредних газдинстава има 628.552, односно она чине 99,52% од укупног броја свих пољопривредних газдинстава (Blešić et al. 2014). Правна лица и предузетници чине 0,48% од укупног броја свих пољопривредних газдинстава, односно има их 3.000. Према попису пољопривреде, просјечна економска величина пољопривредног газдинства у Србији у 2012. години износи 5.939 евра. Посматрано према организационо-правној форми пољопривредних газдинстава, овај индикатор, за сектор породичних пољопривредних газдинстава, износи 4.990 евра, а за сектор правних лица и предузетника износи 204.775 евра (Blešić et al. 2014).

На основу званичних статистичких показатеља, у Српској се не обрађује 45,48% укупних обрадивих површина. Резултати истраживања проведеног за потребе анализе стања показују да је већина некоришћеног земљишта заправо напуштено земљиште које није на располагању пољопривредним произвођачима и које је оптерећено неријешеним имовинско-правним статусом. Према подацима Републичког завода за статистику Републике Српске за 2013. годину, укупна површина пољопривредног земљишта износи 982.000 ха, од чега обрадиве површине заузимају 819.000 ха или 83% укупних површина, док оранице и баште заузимају 71,54% обрадивих површина или 586.000 ха. Према резултатима пописа становништва из 2013, у Српској има 131.586 пољопривредних газдинстава. У регистру пољопривредних газдинстава Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде Републике Српске било је регистровано 65.458 газдинстава (око 50% свих пољопривредних газдинстава), међу којима је велика већина газдинстава произвођачима искључиво за властите потребе, а право на подстицајна средства остваривало је тек 30–40% свих регистрованих газдинстава. Новим системом регистрације, који је започео у новембру 2013. и у току је као континуиран процес, до сада су регистрована 26.083 газдинства са 132.594,77 ха посједа, од чега се на породична пољопривредна газдинства односи 25.581, док остала газдинства (502) представљају правна лица. Структура коришћења обрадивог земљишта је неповољна. Највише се сију жита (кукуруз и пшеница), а затим крмно биље, док је удио поврћа и индустријског биља на ниском нивоу. Због овакве сјетвене структуре производи имају мале додане вриједности, што пољопривредним газдинствима доноси малу годишњу добит, извор је њиховог незадовољства и већег притиска на субвенције као вид компензације недовољних прихода. Подршка политици руралног развоја износила је у просјеку 19,6 милиона КМ или 25% од укупне буџетске подршке. Ова подршка укључивала је суфинансирање дугорочних инвестиционих улагања, као и мјере подршке унапређењу квалитета живота у руралном подручју. У анализираном периоду издвојена су средства подршке за подизање око 3.540 ха вишегодишњих засада, набавку 3.211 трактора и 15.622 различита прикључка. Подржана је изградња система за наводњавање на укупно 10.731 ха обрадивих површина. Суфинансирана је изградња штала и набавка опреме у сточарству, при чему је изграђено око 2.000 нових објеката и подржана набавка преко 2.000 комада различите опреме у сточарству (Стратешки план и визија руралног развоја Републике Српске 2016–2020).

Од половине деведесетих година прошлог вијека преовлађујући извор инвестиција у пољопривреду је аграрни буџет, који је у периоду 2001–2012. године биљежио значајне осцилације, уз тенденцију смањења посљедњих година. Потребне су краткорочне и дугорочне мјере и акције како би се

зауставили негативни трендови и активирали потенцијали ове стратешке привредне гране Србије и Српске. Обим производње: проблеми наслијеђени из претходног периода, као и нови изазови, проблеми и пропусти у процесу транзиције, учинили су да пољопривреда већ дужи низ година остварује знатно спорији раст производње у односу на могућности (Delić-Jović 2019). С обзиром на то да се рурални туризам у Србији и Српској још увијек развија, рурална подручја идентификована су као мјеста потенцијалног развоја ове углавном примарне гране туризма. Током прошлог вијека развој сеоског туризма био је спорадичан и непланиран. Држава се није бавила овим сегментом снабдијевања, а интензивна индустријализација довела је до старења српског села. У руралним подручјима туризам заснован на природним ресурсима доноси користи, али не онолико колико доприноси пољопривреда (Njegovan i Pejanović 2009).

### **9.5. Квалитет као детерминанта успјешнијег туристичког развоја сеоских простора**

Фокус у развоју руралног туризма је на квалитету основних и примарних услуга. Рурална средина често користи еколошке и социокултурне вриједности као своје главне атрибуте, због своје доступности и очекивања туриста. Многи атрибути су опипљиви и могу се оцијенити, док су многи нематеријални и веома су субјективни. У раду се процјењује квалитет примарних туристичких услуга доступних туристима, како би се разумио значај квалитетне услуге у повећању туристичког промета и привлачењу туриста (Гајић 2009).

Много је разлога за важност откривања степена квалитета услуге, прије свега због потребе да се, у најкраћем могућем року, изврше промјене и побољшања, чиме се рурални производ ставља у бољи положај на туристичком тржишту (Okech et al. 2012). Свака дестинација има прилику да представи разноврсну понуду ресурса, а у руралним подручјима постоји концентрација производа чији се маркетинг мора појачати, било путем нишних или масовних туристичких производа, у складу са жељеном величином тржишта.

Производ руралног туризма побољшава конкурентност нудећи различита искуства и активности, задовољавајући индивидуалне потребе и интересе посјетилаца и нудећи флексибилност у одговору на туристичке укусе и потражњу. Циљ је да се формира модел који би убрзао развој сеоског туризма, у циљу постизања квалитетнијих смјештајних и угоститељских објеката у руралним дијеловима Србије и Српске. Потребно је пронаћи начин за постизање високог квалитета, како би Србија достигла европске стандарде квалитета и приступила Европској асоцијацији сеоских земаља, с обзиром на

то да ово удружење годишње генерише 13 милијарди евра од руралних залиха, а продајом сувенира до 17 милијарди евра (Petrović et al. 2018).

Теоретичар Roberts (2003) наглашава да не постоји општа дефиниција квалитета и да су се различите дефиниције користиле у различитим контекстима у којима је квалитет примијећен. Квалитет производа је сложен скуп карактеристика које одређују степен погодности за своју намјену. Квалитет је саставни дио својстава производа. Квалитет производа је мјера његове корисности, односно његове погодности да удовољи захтјевима потрошача (Roberts and Hall 2001). Без обзира на који начин је дефинисан квалитет, једно што је сигурно за потрошача је само квалитет који је у складу са његовим очекивањима. Међутим, за саме туристе задовољство које настаје боравком на одредишту не зависи само од искуства са одређеним туристичким услугама, већ и од општијих фактора, као што су гостољубивост, сигурност, санитарни и здравствени услови, саобраћај и служба за кориснике.

Велики број елемената утиче на то како туристи прихватају дестинацију на нивоу свог задовољства, што резултира жељом туриста да понове посјете и препоруче дестинацију даљим потенцијалним посјетиоцима. С тим у вези, створене су одређене „теме квалитета“, које се морају узети у обзир приликом процјене квалитета руралне дестинације. Квалитет дестинације обухвата одрживост локалне заједнице, подршку локалној заједници, маркетинг и промоцију, квалитет добродошлице и сигурност (Sarigöllü and Huang 2005).

Квалитет туристичког производа чине: квалитет ваздуха, воде и локалног окружења, комуникација која претходи доласку, приступачност, превоз, активности, информације, смјештај, храна и пиће. Рурални туризам и његов развој не могу се третирати одвојено од активности заједнице. Предуслови за успостављање развоја руралног туризма су управљање предузећем и сарадња, повезивање пословног умрежавања, партнерства и регионалних институција (Park and Yoon 2009). Развој и реализација сеоског туризма мора се одвијати кроз сарадњу, не само на нивоу локалних заједница него и кроз регионалну сарадњу и интеграцију у шире међународне програме. Веза са националним и међународним удружењима, чија је активност повезана не само са развојем сеоског туризма већ и са интегралним и одрживим развојем у цјелини, поред олакшавања размјене информација и искустава и усвајања методологија, доприноси ефикасном маркетингу (Aref and Gill 2009).

Квалитет услуга је главни показатељ постигнутог нивоа развоја сваког облика туристичког кретања. У посљедње три деценије, квалитетом услуга бавили су се научници, привредници и други истраживачи, због чињенице да има велики утицај на задовољство и лојалност купаца, цијене, пословни успјех и профитабилност. С обзиром на то да не постоји јединствена и

општеприхваћена дефиниција појма квалитета, може се рећи да је квалитет мјера корисности одређеног производа чији се квалитет истражује. Да би опстао на туристичком тржишту, рурални производ мора да обезбиди адекватан и потребан квалитет (Pesonen and Tuohino 2013). Због све израженије конкуренције, мора се истаћи да за опстанак и даљи развој, или улазак у игру борбе са конкурентима, најбитније јесте остварити прихватљив квалитет за самог потрошача – квалитет који остварује или чак надмашује његова очекивања. Купац је тај који поставља параметре квалитета и који даје коначну оцјену да ли су његови захтјеви и очекивања у потпуности и адекватно испуњени. Рад је заправо приказ општег стања руралне туристичке развијености на простору Србије и Српске, са посебним освртом на остварени квалитет, као главни показатељ тренутног стања и могућности развоја у наредном периоду.

Значај истраживања која су представљена у раду огледа се у сагледавању реалног стања туристичких услуга у руралним срединама држава. Подаци до којих се дошло у истраживању говоре о не баш најбољој позицији на туристичком тржишту, без обзира на све ресурсне вриједности и основу коју државе посједују. Очекивања туриста су свакако изнад добијених вриједности услуга. Истраживање може да допринесе детектовању кључних проблема у руралном туристичком пословању државе. На основу добијених резултата могу се извршити много опсежнија истраживања, са много јачим истраживачким и друштвеним значајем. Сви учесници у развоју руралног туристичког производа могу да сагледају тренутно стање на овом простору, те донесу корективне мјере за боље пласирање датог производа на домаће и свјетско туристичко тржиште (Свијановић and Гајић 2019а). Истраживање је показало да потрошачи много пажње обраћају на друштвене мреже, те је и њихов став по питању одабира услуге диктиран, у једној мјери, од стране утицајних мрежа као најјаче маркетиншке активности (Свијановић and Гајић 2019б).

## **9.6. Достигнути степен квалитета руралне туристичке услуге у Републици Србији и Републици Српској**

У истраживању сеоских домаћинстава Србије и Српске, у мјесецу септембру 2019. године, учествовала су укупно 234 испитаника (64,8% мушкараца и 35,2% жена). У погледу старосне структуре, највећи проценат учесника био је средњих година (35–40 година) и са највишим средњим нивоом образовања (40,2%). Категоричке варијабле представљене су релативном учесталošћу (%). Централну тенденцију нумеричких карактеристика представља аритметичка средина ( $m$ ), а расијање стандардном девијацијом ( $sd$ ). Расподјела

фреквенције нумеричких карактеристика испитивана је индикаторима искривљености и издужености. С обзиром на то да су све промјенљиве биле нормално дистрибуиране, коришћене су методе параметарске статистике. Тест парова (Т) коришћен је за испитивање разлика, са такође приказаним Пирсоновим коефицијентом корелације (r). Изабрани ниво значајности је  $p \leq 0,05$ . Резултати су представљени у табелама.

У Таб. 9.9. наведена су сва питања или оцјене за парове важности и задовољства. Идентификовано је седам категорија: лична одговорност, помоћне понуде, односи са туристима, основни захтјеви, материјални елементи, сигурност и емпатија.

Таб. 9.10. даје увид у резултате анкете, гдје се примјећују просјечне оцјене и стандардна одступања за дате промјенљиве важности или очекивања. Може се приметијети да су туристи имали велика очекивања од пружених услуга. У категорији личне одговорности највећу вриједност аритметичке средине носи промјенљива *Домаћин се без одлагања састаје са својим гостима*,  $m = 4,76$  ( $sd = 0,435$ ). Ајтем *Домаћин спреман да приступи проблему* носи врло добру просјечну оцјену,  $m = 4,62$  ( $sd = 0,569$ ). Најнижу вриједност аритметичке средине носи ајтем *Домаћин који увијек дочекује госте*,  $m = 3,66$  ( $sd = 1,136$ ). У категорији пратеће понуде најбоље оцијењена димензија је *Домаћин преузима улогу туристичког водича*, са просјечном оцјеном  $m = 4,74$  ( $sd = 0,590$ ). Најнижа вриједност аритметичке средине је питање да ли *Домаћин нуди традиционалне домаће производе*,  $m = 4,26$  ( $sd = 1,091$ ). Међутим, треба напоменути да су све просјечне оцјене врло добре, изнад четири. У категорији туристичких односа све ставке имају просјечну оцјену изнад четири. Домаћини постижу највишу просјечну оцјену у категоријама *Домаћини су љубазни*,  $m = 4,88$  ( $sd = 0,325$ ), *Домаћини дају добре савјете и предлоге*,  $m = 4,88$  ( $sd = 0,325$ ). Ајтеми у категорији основних захтјева имају врло добре оцјене. *Домаћини носе традиционалну одјећу*, категорија материјалних елемената, носи најнижу средњу вриједност аритметичке средине,  $m = 3,35$  ( $sd = 1,496$ ). Најбољу оцјену има варијабла *Спољашњост је рустичног изгледа*,  $m = 4,44$ . Што се тиче категорије сигурности, претпоставка је да је сигурност на нивоу и да домаћини брину о томе. Хигијена је оцијењена просјечном оцјеном изнад четири. *Домаћини узимају у обзир жеље гостију*,  $m = 4,77$  ( $sd = 0,862$ ). Оцјена знања страног језика,  $m = 4,54$ , има најнижу вриједност аритметичке средине.

Таб. 9.9. Анализа ставки парова важности и задовољства (ауторско истраживање)

Table 9.9. Analysis of items of importance and satisfaction pairs (author's research)

Лична одговорност	Домаћин је спреман да испуни све захтјеве Домаћин се одлично сналази и зна свој посао Домаћин увијек поздравља госте Домаћин се бави очекивањима гостију Домаћин је спреман да приступи проблему Домаћин се без одлагања састаје са гостима Стално присуство у домаћинству за помоћ
Пратећа понуда	Домаћин обезбјеђује квалитетне оброке Домаћин преузима улогу туристичког водича Домаћин нуди традиционалне домаће производе Домаћин укључује туристе и у активности и у домаћи посао
Однос према туристима	Чланови домаћинства познају традицију и обичаје Домаћини израђују сувенире, радионице Домаћини дају добре савјете и предлоге Домаћини пружају информације о храни Домаћини се односе љубазно према туристима Домаћини су веома љубазни
Основни захтјеви	Рурални намјештај је очуван Сеоски простор је удобан Заједничка подручја су очувана Маркетинг је кредибилан Цијена је у складу са квалитетом
Материјални елементи	Сеоска унутрашњост је пријатна Спољашњост је рустикална Домаћин носи традиционалну одјећу Собе су чисте Домаћинство је чисто Додатни простор је чист
Сигурност	Обезбијеђена је сигурност Домаћини брину о сигурности Сваки дио домаћинства је обиљежен Прилаз је обиљежен
Емпатија	Мјештани знају страни језик Домаћини се труде да их гости разумију Домаћини узимају у обзир жеље гостију Домаћин свима пружа индивидуалну помоћ



Таб. 9.10. Анализа важности предмета (ауторско истраживање)  
 Table 9.10. Course importance analysis (author`s research)

Варијабле	m	sd
Домаћин је спреман да испуни све захтјеве	3,68	1,238
Домаћин се одлично сналази и зна свој посао	4,30	0,843
Домаћин увијек дочекује госте	3,66	1,344
Домаћин се бави очекивањима гостију	3,76	1,136
Домаћин је спреман да приступи проблему	4,62	0,569
Домаћин се без одлагања састаје са својим гостима	4,76	0,435
Стално присуство у домаћинству за помоћ	4,61	0,704
Домаћин обезбјеђује квалитетне оброке	4,66	0,695
Домаћин преузима улогу туристичког водича	4,74	0,590
Домаћин нуди локалне традиционалне производе	4,26	1,091
Домаћин укључује туристе и у активности и у домаћи посао	4,65	0,659
Чланови домаћинства познају традицију и обичаје	4,50	0,760
Домаћини израђују сувенире, радионице	4,72	0,576
Домаћини дају добре савјете и предлоге	4,88	0,325
Домаћини пружају информације о храни	4,62	0,679
Домаћини се односе љубазно према туристима	4,88	0,325
Домаћини су веома љубазни	4,21	1,259
Намјештај је очуван	4,12	1,229
Простор је удобан	4,39	1,031
Заједничке површине су очуване	4,39	0,993
Маркетинг је вјеродостојан	4,43	0,970
Цијена је у складу са квалитетом	4,40	0,989
Рурални ентеријер је пријатан	4,44	0,971
Спољашњост је рустична	4,44	0,971
Домаћини носе традиционалну одјећу	3,35	1,496
Собе су чисте	4,08	1,473
Домаћинство је чисто	4,79	0,533
Додатни простор је чист	4,52	0,885
Обезбијеђена је сигурност	3,47	1,621
Домаћини брину о сигурности	4,63	0,677
Сваки дио домаћинства је обиљежен	2,70	1,622
Прилаз је обиљежен	2,71	1,600
Мјештани знају страни језик	4,54	0,759
Домаћини улажу све напоре да их гости разумију	4,69	0,593
Домаћини узимају у обзир жеље гостију	4,77	0,862
Домаћин свима пружа индивидуалну помоћ	4,84	0,478

m – аритметичка средина (arithmetic mean); sd – стандардна девијација (standard deviation)

Таб. 9.11. Анализа предмета за задовољство (ауторско истраживање)

Table 9.11. *Item analysis for satisfaction (author`s research)*

Варијабле	m	sd
Домаћин је спреман да испуни све захтјеве	2,12	1,392
Домаћин се одлично сналази и зна свој посао	2,85	1,437
Домаћин увијек дочекује госте	3,21	1,692
Домаћин се бави очекивањима гостију	3,81	1,693
Домаћин је спреман да приступи проблему	3,59	1,719
Домаћин се без одлагања састаје са својим гостима	3,72	1,662
Стално присуство у домаћинству за помоћ	3,55	1,770
Домаћин обезбјеђује квалитетне оброке	3,16	1,779
Домаћин преузима улогу туристичког водича	2,75	1,714
Домаћин нуди локалне традиционалне производе	2,98	1,644
Домаћин укључује туристе и у активности и у домаћи посао	2,68	1,533
Чланови домаћинства познају традицију и обичаје	4,10	1,482
Домаћини израђују сувенире, радионице	3,99	0,881
Домаћини дају добре савјете и предлоге	3,46	1,682
Домаћини пружају информације о храни	3,57	1,576
Домаћини се односе љубазно према туристима	4,01	1,361
Домаћини су веома љубазни	3,92	1,404
Намјештај је очуван	3,11	0,761
Простор је удобан	3,11	0,968
Заједничке површине су очуване	4,43	1,196
Маркетинг је вјеродостојан	3,93	1,294
Цијена је у складу са квалитетом	3,80	1,092
Рурални ентеријер је пријатан	3,38	1,252
Спољашњост је рустична	3,72	1,338
Домаћини носе традиционалну одјећу	3,70	1,178
Собе су чисте	4,00	0,965
Домаћинство је чисто	3,79	1,238
Додатни простор је чист	3,47	1,139
Обезбијеђена је сигурност	3,79	1,310
Домаћини брину о сигурности	3,29	1,177
Сваки дио домаћинства је обиљежен	3,32	1,079
Прилаз је обиљежен	3,19	1,145
Мјештани знају страни језик	3,41	1,166
Домаћини улажу све напоре да их гости разумију	3,49	1,285
Домаћини узимају у обзир жеље гостију	3,49	1,081
Домаћин свима пружа индивидуалну помоћ	3,22	1,154

m – аритметичка средина (arithmetic mean); sd – стандардна девијација (standard deviation)

Таб. 9.11. даје резултате за ставке повезане са задовољством након коришћења одговарајућих услуга. Примјећује се да су просјечне оцјене много ниже од очекиваних, приказаних у горњој табели. У категорији личне одговорности, највећу вриједност аритметичке средине носи домаћин. *Домаћин се бави очекивањима гостију*,  $m = 3,81$  ( $sd = 1,693$ ). *Домаћин је спреман да испуни све захтјеве* носи вриједност  $2,12$  ( $sd = 1,392$ ). У пратећој понуди најбоље оцијењена ставка је да *Домаћин пружа квалитетан оброк*,  $m = 3,16$  ( $sd = 1,779$ ). Најнижа оцјена у истој категорији носи питање да ли *Домаћин укључује туристе у дјелатност и домаће послове*,  $m = 2,68$  ( $sd = 1,533$ ). Варијабла *Чланови домаћинства познају традицију и обичаје* има оцјену  $4,10$ , док је најнижа оцјена за варијаблу *Домаћин даје добре савјете и предлоге*,  $m = 3,46$ . Варијабла *Собе су чисте* оцијењена је са  $m = 4,00$  ( $sd = 0,965$ ). Најнижа вриједност додијељена је варијабли *Рурални ентеријер је пријатан*,  $m = 3,38$  ( $sd = 1,252$ ). Туристи су изјавили да су собе чисте и оцијењене врло добро. Ајтем *Обезбијеђена је сигурност* оцијењен је веома високо,  $m = 3,79$  ( $sd = 1,310$ ). Најнижа оцјена додијељена је димензији која описује простор домаћинства,  $m = 3,19$  ( $sd = 1,145$ ). Из категорије емпатије највишу оцјену домаћини добијају за разумијевање туриста ( $m = 4,49$ ), али најнижу за познавање страних језика ( $m = 3,41$ ).

Таб. 9.12. даје увид у корелациону анализу димензија значаја и задовољства.

Таб. 9.12. Корелације упарених узорака (ауторско истраживање)

Table 9.12. Correlations of paired samples (author's research)

Парови важност–задовољство	$r$	Значајност ( $p$ вриједност)
Пар 1 Лична одговорност	-0,127	0,053
Пар 2 Пратећа понуда	0,109	0,097
Пар 3 Односи са туристима	0,189	0,004
Пар 4 Основни захтјеви	0,329	0,000
Пар 5 Материјални елементи	0,085	0,193
Пар 6 Сигурност	0,160	0,014
Пар 7 Емпатија	0,138	0,035

$r$  – Пирсонов коефицијент корелације (Pearson correlation coefficient),  $P$  вриједност – вјероватноћа (probability)

Корелација између важности и задовољства личном одговорношћу је слаба и негативна ( $r = -0,127$ ;  $p = 0,053$ ). Очекиване вриједности важности и задовољства крећу се у супротном смјеру, али постоји статистички значајна корелација.

Корелација између важности и задовољства пратеће понуде је позитивна ( $r = 0,109$ ). Димензија важности односа са туристима лоше корелира са димензијом задовољства односом са туристима, постоји статистички значајна разлика ( $r = 0,189$ ;  $p = 0,004$ ). Уочена је статистички значајна разлика у димензији важности која испуњава основне захтјеве ( $r = 0,329$ ;  $p = 0,00$ ). Корелација је позитивна и средње јака. Анализа корелације важности петог пара – задовољство материјалним елементима, показује да не постоји статистички значајна разлика, корелација је слабо позитивна. Корелација између важности сигурности и димензије задовољства сигурношћу показује статистички значајну разлику, али слабу позитивну корелацију ( $r = 0,160$ ). Корелација посљедњег пара је слабо позитивна и указује да не постоји статистички значајна разлика између пара важности и задовољства емпатијом.

У Таб. 9.13. приказане су аритметичке вриједности за димензије важности и задовољства и разлике између задатих димензија.

Таб. 9.13.  $t$  – тест статистичке значајности разлике аритметичке средине важности и задовољства (ауторско истраживање)

*Table 9.13.  $t$  – test of statistical significance of the difference between the arithmetic mean of importance and satisfaction (author`s research)*

	mi	sd	ms	sd	ms – mi	t(234)	df	p	L95%	U95%
Лична одговорност	4,20	0,381	3,26	1,011	-0,933	12,694	233	0,000	0,788	1,078
Пратећа понуда	4,58	0,453	2,89	1,254	-1,687	20,062	233	0,000	1,521	1,853
Односи са туристима	4,63	0,301	3,84	0,845	-0,792	14,390	233	0,000	0,683	0,900
Основни захтјеви	4,34	0,857	3,67	0,724	-0,670	11,111	233	0,000	0,551	0,789
Материјални елементи	4,27	0,746	3,68	0,578	-0,596	10,089	233	0,000	0,479	0,712
Сигурност	3,38	1,016	3,40	0,652	0,023	-0,308	233	0,759	-0,166	0,121
Емпатија	4,71	0,373	3,40	0,810	-1,309	23,727	233	0,000	1,200	1,417

mi – аритметичка вриједност пара важности (the arithmetic value of the importance pair);  
ms – аритметичка вриједност пара задовољства (the arithmetic value of the satisfaction pair);  
ms – mi – разлика задовољства и важности (the difference between pleasure and importance);  
t (234) –  $t$  вриједност степена слободе 233 (value of degree of freedom 233);  
p – статистичка значајност (statistical significance); CI – интервал поузданости (confidence interval) (L (lower), U (upper)).

Важност димензије личне одговорности оцијењена је врло добро,  $m = 4,20$ , док је димензија задовољства оцијењена  $m = 3,26$ . Разлика у резултату од  $-0,933$  била је статистички значајна и потврђена интервалом поузданости од 95% ( $t = 234$ ; CI (L = 0,788, U = 1,078)). Пратећа понуда има аритметичку средину важности  $m = 4,58$ , док је задовољство  $m = 2,89$ . Постојала је статистички значајна разлика у резултатима од  $-1,687$  ( $p = 0,00$ ;  $t = 234$ ; CI (L = 1,521, U = 1,852)). Разлика између парова варијабле односа према туристима износи  $-0,792$ . Показала се статистички значајном, са интервалом поузданости од 95%. Значајна је димензија основних захтјева и носи просјечну оцјену  $m = 4,34$  ( $sd = 0,857$ ), док је задовољство  $m = 3,67$  ( $SD = 0,724$ ; CI = 95%, L = 0,551, U = 0,789;  $t = 234$ ). Супскала сигурности и задовољства није се показала статистички значајном ( $p = 0,759$ ), док је супскала емпатије у обје категорије имала статистички значајну разлику, са интервалом поузданости од 95%.

Генерални закључак јесте да понуда у сеоским домаћинствима није на очекиваном нивоу. Међутим, ако се сагледају резултати не може се говорити о потпуном застоју и лошем стању туристичке дјелатности. Наиме, ова дјелатност много обећава када су у питању руралне средине. Србија још увијек спада у оне државе које су недовољно искоришћене, тачније недовољно презентоване на домаћем и свјетском туристичком тржишту.

## **9.7. ЗАКЉУЧАК**

Одређивање руралног подручја или руралних средина отежано је због тога што се у различитим земљама другачије одређује, односно дефинише. Рурално подручје одређују три главна чиниоца: густина насељености, начин коришћења земљишта и идентитет заједнице. Типична рурална подручја су мале густине насељености и мале величине насеља. Осим тога, највећи дио расположивог земљишта користи се у пољопривреди и шумарству, док изграђени простор заузима мање површине. На основу истакнутих обиљежја, рурално подручје могло би се дефинисати као средина са малом концентрацијом становништва, коме је основно занимање пољопривреда, а карактеришу га посебан начин живота, рада, обичаја и сеоског идентитета. Рурални туризам може да представи заједнички назив за све посебне облике туризма у руралним подручјима. Неразвијена рурална подручја Републике Србије и Републике Српске, са заосталим друштвеноекономским развојем у односу на урбане средине, представљају велики проблем, не само локалној заједници него цјелокупној држави, с једне стране, а евидентно располажу значајним ресурсима (посебно природним), са друге стране. Стављањем тих ресурса у функцију развоја руралних подручја долази се до заустављања

депопулације, већег и бржег запошљавања радно способног становништва, повећања прихода, што води ка уравнотеженом развоју ових подручја са урбаним подручјима. Уколико се жели смањити притисак и прилив становништва на урбаним подручјима неопходно је искористити стратешке предности сваког руралног подручја на најбољи могући начин и те привредне и непривредне активности интегрисати у привреду локалне заједнице и државе у цјелини. Рурална подручја која су утврдила своје компаративне стратешке предности, те ако се појавио добар домаћин, предузимљив, mudar, храбар и човјек са визијом, могу имати озбиљан диверзификовани развој руралних економија тог подручја.

Држава треба да доноси системске законе, ствара привредни амбијент (доношење стимулативних закона), гради инфраструктуру и доноси адекватне пуке економске и аграрне политике, које ће бити у функцији развоја диверзификоване руралне економије одређених руралних подручја. Факултети, институти, привредне коморе, задруге, локална самоуправа, рурална подручја, удружења, привредни субјекти, пољопривредна газдинства и др. треба да анализирају постојеће стање и одређене стратешке правце развоја (мисија, визија, стратешки циљеви, приоритетни циљеви и мјере), те одреде ко, како и на који начин то треба да реализује. Депопулација настаје, прије свега, због економских фактора, односно због незапослености радно способног становништва у руралним подручјима.

Диверзификација руралне привреде основни је разлог и основни услов демографске стабилизације ових подручја, која чини фундамент одрживости свих компоненти развоја (друштва, привреде и околине). Суштина развојног процеса је у томе да се сними постојеће стање (посебно да се утврде сви реални ресурси за развој), утврде упоредне предности посматраног руралног подручја у односу на сусједна подручја и, сходно томе, да се дефинише развојни пут, који доноси квалитетније услове рада и квалитетан живот свих становника на том подручју.

Рурални туризам идентификован је као кључни сектор који може да покрене процес диверзификације руралних економија и пружи подршку Србији и Српској у испуњавању њихових миленијумских циљева развоја. Туризам, као веома динамична услужна дјелатност, посљедњих деценија постаје показатељ цјелокупне привредне развијености, стандарда и развоја културе сваке земље. Значај туризма као генератора привредног и друштвеног развоја, те његови мултипликаторски ефекти, много користе повећању основних и допунских послова, посебно у руралним подручјима.

Развојем туризма и укључивањем осталих компатибилних дјелатности, које имају своје мјесто у укупном развоју туризма, обезбјеђују се развој свих

привредних и ванпривредних дјелатности и дугорочна економска стабилност. За земље у транзицији сви облици руралног туризма представљају шансу за запошљавање незапослених, а и великог броја отпуштених радника из индустрије и осталих дјелатности. Радници који су остали без посла врше притисак на рурална подручја и своју шансу траже у пољопривредној производњи, туризму, трговини, занатству и другим дјелатностима, које у тој средини имају компаративну предност у односу на друге средине. Да би успјели у свом новом ангажовању, своју активност морају заснивати на савременим тржишним активностима, односно пружати производе и услуге које тражи тржиште.

Рурални туризам, као значајан сегмент мултифункционалне пољопривреде, због мултипликативног ефекта туризма, иницира најбржу диверзификацију руралних економија, посебно кроз истицање производње пољопривредно-прехранбених производа, у функцији квалитетне исхране туриста у прелијепим предјелима руралних подручја Србије и Српске. Осим тога, рурални туризам обезбјеђује значајне приходе пољопривредним газдинствима руралних подручја, не само кроз исхрану туриста него и кроз пласман пољопривредно-прехранбених производа на газдинству, као и производа домаће радности. Такође, рурални туризам покреће и ставља у функцију до тада неискоришћене капацитете, празне или полупразне собе стамбеног дијела газдинства, односно домаћинства, као и дио економског сегмента газдинства, односно економског дворишта, у којем се узгајају домаће животиње.

Република Србија и Република Српска имају дефицит укупне спољнотрговинске размјене. Спољнотрговинска размјена пољопривредних и прехранбених производа Србије има значајну улогу у смањењу укупног дефицита спољнотрговинских размјена. Ако се анализира увоз пољопривредно-прехранбених производа може се видјети да Србија мање увози него што извози, с обзиром на то да је покривеност увоза извозом већа од 76,8% у 2008. до 94,2% у 2009. години. Посматрајући структуру увоза, може се утврдити да се 62–65% увози примарних пољопривредних производа, око 30% прерађених и 5–8% рибе и рибљих производа. За малу и сиромашну земљу као што је Србија добро је да је увоз мањи, али никако није добро да се увозе пољопривредно-прехранбени производи које Србија може да произведе. У посљедњих осам година, учешће ових производа у укупном увозу, нажалост, расте и креће се од најнижег учешћа 4,6% у 2008. до 8,4% у 2014. години, када је било и највеће учешће у укупном увозу. У анализираном периоду (2008–2015) учешће пољопривредно-прехранбених производа у укупном извозу кретао се од најнижих 18% у 2008. години, до 23,2% у 2009. години. Међутим, структура извоза пољопривредно-прехранбених производа

није задовољавајућа, јер се најчешће извозе примарни пољопривредни производи (свјежа или смрзнута малина, купина, јагода, шљива, вишња, трешња, бресква, јабука и меркантилни кукуруз), и чини око 75%. У анализираном периоду занемарљиво је мали извоз прехранбених производа са вишом фазом обраде (осим шећера и улице). Босна и Херцеговина, односно Република Српска, има већи увоз од извоза пољопривредно-прехранбених производа.

С обзиром на то да велики број породичних пољопривредних газдинстава није у стању да обезбиједи „6К“ (квалитет, квантитет, континуитет, контролу, конкурентност и капитал), нажалост, већина њих пропадају и/или постају социјални случајеви, стара газдинства се гасе, а млађи носиоци газдинстава принуђени су да раде друге додатне послове или напуштају рурална подручја и одлазе у урбана подручја, односно градове, у потрази за послом. Неки пољопривредни произвођачи који су радили на сопственом имању постају најамни радници код других, обично већих пољопривредних газдинстава (правних лица и/или предузетника), или траже запослење у другим дјелатностима (Свијановић et al. 2009). Производња аутохтоних производа који се, по правилу, производе на малим породичним пољопривредним газдинствима у руралним подручјима Републике Србије и Републике Српске, још је веома значајна. Нажалост, она се не извози, а не може се продати на домаћем тржишту. Осим што је ова производња уситњена, рурална подручја немају развијену укупну инфраструктуру (саобраћајнице, телефоне, интернет и др.), како би евентуално могла да пласирају своје пољопривредно-прехранбене производе у најближим урбаним подручјима. Произвођачима је неисплативо паковати и транспортовати мале количине на циљно тржиште, немају могућности увођења стандарда у своју производњу пољопривредно-прехранбених производа, нису удружени, немају задругу или други облик интересног повезивања, немају маркетиншки план производње и пласмана својих пољопривредно-прехранбених производа, итд. Све су то проблеми који отежавају свакако тежак положај породичних пољопривредних газдинстава у руралним подручјима Србије и Српске. Управо, туристи би купили пољопривредно-прехранбене производе на овим малим пољопривредним газдинствима.

Посебно мјесто у свијету заузима развој свих облика руралног туризма у руралним подручјима, прије свега због веома стресног живота људи у урбаним насељима, посебно у великим градовима. Има много мотива због којих туристи долазе у рурална подручја. То су: упознавање и/или учествовање у пољопривредним радовима, уживање у здравој природи, упознавање са етно-садржајима тог руралног подручја, уживање у традиционалној храни, самониклом љековитом биљу, шумским плодовима и/или печуркама,



уживање у вину, ракији или другим пољопривредно-прехранбеним производима и/или справљању истих, посјете салашима и уживање у заједничком спремању домаћих традиционалних јела, учествовање у манифестацијама – чувеним „ијадама“, упознавање руралних подручја и њихових обичаја, посебно културноисторијског наслеђа, упознавање дјецe са руралним подручјима, начином живота и рада, лов и риболов у специфичним условима датог руралног подручја и др.

Изузетне природне љепоте Србије и Српске, са необичним и атрактивним рељефом, разноврсном и богатом флором и фауном, повољним климатским и хидролошким условима, богатом културном баштином и народном традицијом, пружају бројне развојне могућности, посебно у области туризма. Нажалост, и даље се настављају неповољна миграциона кретања. Села, односно рурална подручја старе и одумиру, земљиште зараста у коров, шипражје, па чак и шуме. Веома су лоши инфраструктурни и други услови живота становништва на селу. Развој руралног туризма, уз неизбјежну пољопривредно-прехранбену производњу и остале дјелатности које се могу несметано развијати, промјена свијести о очувању и унапређивању животне средине, могло би да буде једно од рјешења, која би помирила садашње супротности и, уз адекватне и мудро осмишљене селективне економске, аграрне, инфраструктурне, организационе и образовне подстицајне мјере, омогућило би вишеструке позитивне ефекте. Рурални туризам ревитализује постојеће, традиционалне објекте, културну баштину, којима се даје нова, осавремењена привредна, тј. туристичка намјена. Темељ развоја руралног туризма су сеоска туристичка домаћинства. Посљедњих година свједоци смо већег интереса држава, локалне самоуправе, појединих институција и предузетника у руралном простору, за развој неких нових, досад непознатих облика туристичких понуда на руралном простору, чиме се стварају предуслови за развој и брендирање руралних дестинација. Рурални туризам дефинисан је у смислу доживљавања руралних активности и руралног смјештаја. Такође, треба размотрити синергију, односно корелацију између руралних активности и других типологија туристичких производа. Најрелевантније врсте туристичких типологија вредноване су у контексту њихове корелације и потенцијала за подршку или унапређење руралног туризма.

## Литература

- Ambrosio-Albalá M, Bastiaensen J (2010) The new territorial paradigm of rural development: Theoretical foundations from systems and institutional theories. Institute of Development Policy and Management, Antwerp, Belgium
- Aref F, Gill SS (2009) Rural tourism development through rural cooperatives. *Nature and Science* 7(10):68–73
- Bogdanov N (2007) Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije, UNDP, Beograd
- Bramwell B, Lane B (1994) Rural tourism and sustainable rural development. Channel View Publications, London
- Blešić I, Pivac T, Besermenji S, Ivkov-Džigurski, Košić K (2014) Residents' attitudes and perception towards tourism development: A case study of rural tourism in Dragacevo, Serbia. *Eastern European Countryside* 20(1):151–166
- Bansal H, Eiselt H (2004) Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management* 25(3):387–396.
- Bićanin J, Cvijanović D, Sekulić D (2018) Razvoj ruralnog turizma kao faktor razvoja teritorije opštine Trstenik. Peta međunarodna konferencija „Uloga visokoškolskih ustanova u savremenom poslovnom ambijentu”, 8–10. novembra 2018, Brčko, Bosna i Hercegovina, Zbornik radova, str. 10–15
- Vojnović B, Cvijanović D, Stefanović V (2012) Razvojni aspekti turističke delatnosti. Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd
- Vujović S, Cvijanović D, Štetić S (2012) Destinacijski koncept razvoja turizma. Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd
- Гајић Т (2009) Карактеристике развоја и утицаја туризма на укупну привреду Војводине. *Економика пољопривреде* 56(2):303–317
- Gajić T, Penić M, Vujko A, Petrović M.D (2018) Development perspectives of rural tourism policy – comparative study of rural tourism competitiveness based on perceptions of tourism workers in Slovenia and Serbia. *Eastern European Countryside* 24(1):144–154
- Gajić T, Radovanović M, Tretiakova T, Syromiatnikova J (2020) Creating brand confidence to gastronomic consumers through social networks – A report from Novi Sad. *Journal of Place Management and Development* 14(1):32–42
- Golubović Z (2006) Pouke i dileme minulog veka. Filip Višnjić, Beograd
- GŽŽ (2005) Razvoj ruralnog turizma u Zagrebačkoj županiji. *Glasnik Zagrebačke županije broj 9*, str. 9
- Delić-Jović M (2019) Upravljanje ruralnim razvojem. Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka
- Đurić K, Njegovan Z (2015) Mechanisms of support for the young rural population in the European Union. *Economics of Agriculture* 62:1003–1004

- Elder S, De Haas H, Principi M, Schewel K (2015) Youth and rural development: Evidence from 25 school-to-work transitions survey. International Labour Office, Geneva
- Ezeudui IO, Rid W (2011) Rural tourism offer and local community participation in the Gambia. *TOURISMOS* 6(2):187–211
- Jing X (2006) Rural tourism and sustainable community development. International Forum on Rural Tourism, September 4-6, 2006, China, Final Report World Tourism Organization
- Josiam B, Mattson M, Sullivan P (2004) The historaunt: heritage tourism at Mickey's dining car. *Tourism Management* 25(4):453–461
- Јовичић Ж (2002) Туризам Србије. НИП Туристичка штампа, Београд
- Katić B, Cvijanović D, Pejanović R (2011) The agriculture as a real assumption of regional and rural development in Serbia. *Rural areas and development* 8, Institute of Agricultural and Food Economics – National Research Institute, Warsaw
- Kozak M (2002) Comparative analysis of tourism motivations by nationality and destination. *Tourism Management* 23(3):221–232
- Lane B, Kastenholz E (2015) Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism* 23(8-9):1133–1156
- Lane B (1994) What is rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 2(1–2):7–21
- Molera L, Albaladejo IP (2007) Rural tourism demand by type of accommodation. *Tourism Management* 28(3):757–767
- Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији (2011). Доступно на: <https://futurehospitalityleaders.files.wordpress.com/2012/11/master-plan-odrzivog-razvoja-ruralnog-turizma-u-srbiji.pdf>. Приступљено: 11.07.2021.
- Njegovan Z, Pejanović R (2009) Ruralna regionalizacija AP Vojvodine: novi teorijsko metodološki pristupi upravljanju ruralnim razvojem. Poljoprivredni fakultet, Novi Sad
- Petrović MD, Vujko A, Gajić T, Vuković DB, Radovanović M, Jovanović JM, Vuković N (2018) Tourism as an approach to sustainable rural development in post-socialist countries: A comparative study of Serbia and Slovenia. *Sustainability* 10(1):54–64
- Okech R, Haghiri M, George BP (2012) A sustainable development alternative: an analysis with special reference to Luanda, Kenya. *Sustainability* 6(3):36–54
- Park DB, Yoon YS (2009) Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management* 30(1):99–108
- Pasinović M (2006) Menadžment prirodnih i kulturnih resursa. Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu, Bar
- Pejanović R, Radović G (2012) Rural tourism as a factor of rural economy diversification in the Republic of Serbia. International Scientific Conference „Sustainable agriculture and rural development in terms of the Republic of Serbia strategic goals implementation within Danube region - preservation of rural values”, December 6–8, 2012, Tara, Serbia, Thematic Proceedings, pp 1–17

- Pesonen JA, Tuohino A (2013) Activity-based market segmentation of rural well-being tourists: Comparing online information search. *Journal of Vacation Marketing* 23(2):226–237
- Radović G, Pejanović R, Njegovan Z (2011) Ruralni turizam – faktor razvoja multifunkcionalne poljoprivrede u Republici Srbiji. Naučni skup „Savremeni trendovi u evropskoj ekonomiji: implikacije za Srbiju”, Novi Sad, 27. oktobar 2011, Zbornik apstrakata, p 36
- Roberts L, Hall D (2003) *Rural tourism and recreation: Principles to practise*. CABI Publishing, Oxon
- Roberts L, Hall D (2001) A sideways look at tourism demand. *Rural tourism and recreation: principles to practice*. CABI Publishing, New York, pp 128–146
- Sarigöllü E, Huang R (2005) Benefits segmentation of visitors to Latin America. *Journal of Travel Research* 43(3):277–293
- Song DY (2005) Why do people visit the countryside? Push & pull factors. *Journal of Green Tourism* 12(2):117–144
- Статистички годишњак Републике Србије 2009-2019. Републички завод за статистику, Београд
- Статистички годишњак Републике Српске 2009-2019. Републички завод за статистику Републике Српске, Бања Лука
- Тодоровић М, Штетић С (2009) Рурални туризам. Географски факултет, Београд
- Торлак Н (2014) Медији као промотери туризма у Србији. *ХиТ менаџмент* 3(1):54–59.
- UNWTO (2004) *Rural tourism in Europe: Experiences and perspectives*. World Tourism Organization.
- Urošević S, Cvijanović D (2017) Prirodni resursi i kulturna baština kao razvojni potencijali turizma u istočnoj Srbiji. 7. Međunarodni simpozijum o upravljanju prirodnim resursima, 31. maj 2017, Zaječar, Srbija, Zbornik radova, str. 10–23
- FAOSTAT. Crops and livestock products. Доступно на: <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL>. Приступљено: 05.07.2020.
- Hall D, Roberts L, Mitchell M (2003) *New directions in rural tourism: Local impacts, global trends*. Ashgate Publishing, Hants
- Cvejić S, Babović M, Petrović M, Bogdanov N, Vuković O (2010) *Socijalna isključenost u ruralnim oblastima Srbije*. UNDP, Beograd
- Cvijanović D, Katić B, Kljajić N (2009) Rural development in Serbia – regional dissimilarities and problems. Institute of Agricultural and Food Economics National Research Institute, Warsaw
- Cvijanović D, Vuković P (2010) Agritourism in Serbia as a chance for food export. International Conference „Food and Rural economy competitiveness under the global crisis”, September 23–25, Bucharest, Romania, Editon II, pp 433–438
- Цвијановић Д (2014) Туристичко тржиште у дунавском региону. Институт за економику пољопривреде, Београд

- Цвијановић Д, Субић Ј, Параушић В (2014) Пољопривредна газдинства према економској величини и типу производње у Републици Србији. Републички завод за статистику, Београд
- Cvijanovic D, Radovic G, Cvijanovic G (2016a) Resources and the rural tourism development in the Republic of Serbia. *Horizons Series A* 10(20):41–51
- Цвијановић Д, Михаиловић Б, Вукотић С (2016б) Маркетинг и консалтинг у функцији развоја туризма Србије. Институт за економику пољопривреде, Београд
- Cvijanović D, Ružić P (2017) Ruralni turizam. Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka Banja
- Cvijanovic D, Vujko A, Gajic T (2018a) Traditional food as a condition for the development of rural tourism. *Knowledge* 22(1):19–24
- Cvijanović D, Simić N, Vukotić S (2018б) Creating a state brand: a brand and branding Serbia. *Ekonomika* 64(2):43–54
- Cvijanović D, Vukotić V, Maksimović G (2019) Promotion of rural tourism in Serbia: regional aspects and market developments. XV International May Conference on Strategic Management „IMCSM19”, May 24–26, 2019, Bor, Serbia, 15(2):80–90
- Cvijanović D, Gajić, T (2019a) Planning marketing communication instruments as a prioritor of effectiveness for touirsm (touist) destinations. 4nd International Scientific Conference „Tourism in function of development of the Republic of Serbia – Tourism as a generator of employment”, May 30 – June 1, 2019, Vrnjačka Banja, Serbia, Thematic Proceedings II, pp 82–99
- Cvijanović D, Gajić T (2019б) Assessment of quality of services in rural regions of Vojvodina. „Sustainable agriculture and rural development in terms of the Republic of Serbia strategic goals realization within the Danube region – Sustainability and multifunctionality”, Thematic Proceedings, pp 226–243
- Čikić J, Petrović M (2017) Environmental sustainability in rural tourism. „Sustainable Agriculture and Rural Development of the Republic of Serbia strategic goals realization within the Danube region – development and application of clean technologies in agriculture“, Thematic Proceedings, pp 529–547

## **The developmental role of tourism in rural areas**

Drago Cvijanović, Tamara Gajić

### **Summary**

Rural areas in the Republic of Serbia occupy about 85% of the territory, where about 55% of the total population lives, while in the Republic of Srpska rural areas occupy about 95% of the territory and about 83% of its population lives in them. Rural tourism is a common name for various activities and forms of tourism that occur outside cities, ie urban areas and those areas where mass tourism has developed. It is conditioned by the tourist attractions that are located in these rural areas. The importance of rural tourism is reflected, above all, in the very important interaction of agricultural production, traditional agri-food products, presentation of traditions, traditional gastronomy and tourist services, and the use of already existing resources. Considering that the statistics of rural development capacity in Serbia and Republic of Srpska are based on estimates, it is assumed that a significant part of overnight stays, which are realized in spa and mountain areas, can also be treated as realized overnight stays in the field of rural tourist offer. Observing the general state of rural development in the Republic of Serbia and the Republic of Srpska, it can be noticed that there are a number of limiting factors that condition the unenviable position of the rural tourist product on the tourist market. Some of them are as follows: low level of achieved quality of services provided, insufficient knowledge of new approaches to rural economy development in both competitive domestic and foreign tourism markets, lack of adequate institutional framework to ensure the coordinating role of the state and greater involvement of local authorities. in integrated rural development, poorly developed infrastructure, inadequate diversification of activities, dominance of sectoral policies. Respecting the census of agriculture and the statistical definition of agricultural holdings, the importance of a rural tourist household, ie a household located in a rural area and engaged in tourism, or as a more appropriate name for a tourist family farm must be mentioned. In addition to tourism in rural tourist households, in rural areas we encounter many special forms of tourism. Tourism in rural areas equally includes the activities of tourists (multi-day visitors) and excursionists (one-day visitors). Rural tourist households are generally considered to be basic rural tourism. However, for the development of rural tourism, not only rural tourist households are sufficient, but also other facilities on the rural tourist household itself and in the rural area. Other catering infrastructure is also needed: rooms and canopies for

serving food, rooms for wine tasting, brandy, fruit and vegetable products, arranged approaches to the rural tourist household and parking lot, arranged tourist attractions (real, tourist available), restaurants, defined wine and brandy roads, marked bicycle and hiking trails, pilgrimage routes, receptive tourist agencies, ie designed and organized rural tourist destinations are needed, with all possible feasible contents of the tourist rural product. The quality of the rural tourist offer is affirmed as an important factor only in the new age, after it has been in the background for a long time, ie in the shadow of quantitative values. For each destination or company, it is important to be competitive in order to successfully sell their products on the market, and enable loyal tourists. In order for the quality to achieve its true level of development, certain specific circumstances should be determined, and that, along with modern technological development, is a very intensified competitive competition, especially pronounced on the global market.

*Key words:* Development, rural tourism, Republic of Serbia, Republic of Srpska

