



UNIVERZITET U NOVOM SADU  
POLJOPRIVREDNI FAKULTET  
DEPARTMAN ZA EKONOMIKU POLJOPRIVREDE I  
SIOCIOLOGIJU SELA

**MODALITETI FINANSIRANJA  
RURALNOG TURIZMA U  
REPUBLICI SRBIJI**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Mentor: Prof. dr Zoran M. Njegovan

Kandidat: Mr Gordana Đ. Radović

Novi Sad, 2015. godina

Obrazac 5a

UNIVERZITET U NOVOM SADU  
POLJOPRIVREDNI FAKULTET

## KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

Redni broj: RBR	
Identifikacioni broj: IBR	
Tip dokumentacije: TD	Monografska dokumentacija
Tip zapisa: TZ	Tekstualni štampani materijal
Vrsta rada (dipl., mag., dokt.): VR	Doktorska disertacija
Ime i prezime autora: AU	Mr Gordana Đ. Radović
Mentor (titula, ime, prezime, zvanje): MN	Prof.dr Zoran M. Njegovan, redovni profesor
Naslov rada: NR	Modaliteti finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji
Jezik publikacije: JP	Srpski
Jezik izvoda: JI	Srpski / Engleski
Zemlja publikovanja: ZP	Republika Srbija
Uže geografsko područje: UGP	AP Vojvodina
Godina: GO	2015. godina
Izdavač: IZ	Autorski reprint
Mesto i adresa: MA	Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela Trg Dositeja Obradovića 8, 21000 Novi Sad
Fizički opis rada: FO	(broj poglavlja 10/ stranica 238 /tabela 81/grafikona 39/ slika 79 / referenci 241/priloga 1)
Naučna oblast: NO	Ekonomija
Naučna disciplina: ND	Agroekonomija

Predmetna odrednica, ključne reči: PO	Finansiranje, ruralni turizam, Republika Srbija
UDK	
Čuva se: ČU	Biblioteka Poljoprivrednog fakulteta Univerzitet u Novom Sadu
Važna napomena: VN	
Izvod: IZ	<p>Predmet istraživanja u ovoj doktorskoj disertaciji je definisanje mogućih modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji sa aspekta razvoja turističke ponude. Ruralni turizam je počeo da se razvija u Republici Srbiji 70-tih godina XX veka. Njegova današnja razvijenost ne može se meriti sa razvijenošću ovog vida turizma u evropskim državama sa sličnom dužinom razvojnog perioda. Razlog tome su različiti i brojni faktori kako na strani turističke ponude, tako i na strani tražnje. To su, pre svega, politički, ekonomski, socijalni, pravno-regulativni, institucionalni i organizaciono-upravljajući faktori.</p> <p>U okviru svih navedenih faktora može se prepoznati zajednička spona a to su finansije, odnosno nepostojanje modela finansiranja, kako na strani ponude, tako i na strani turističke tražnje. U cilju razvoja ruralnog turizma potrebno je definisati modalitete finansiranja ruralne turističke ponude u svim segmentima, a što je i tema ove disertacije. Svakako da je u cilju razvoja ruralnog turizma potrebno i definisati modalitete finansiranja ruralne turističke tražnje, ali ova problematika zahteva posebnu i detaljnu analizu i istraživanje.</p> <p>Finansiranje ruralne turističke ponude je kompleksno jer je usko vezano za finansiranje poljoprivrede. Finansiranje poljoprivrede je, stalno prisutan, a nerešen problem domaće privrede i ekonomske, odnosno agrarne politike. Neophodno je da se paralelno rešavaju problemi finansiranja ruralnog turizma i poljoprivrede s obzirom na to da su ove delatnosti uzročno-posledično povezane. Nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede uzrokuje da ruralno stanovništvo ne može samostalno da razvija turističku delatnost kroz koju bi moglo da realizuju dodatne prihodi i poboljša životni standard. Razvoj ruralnog turizma može da bude zamajac razvoja poljoprivrede, odnosno privrednog razvoja ruralnih područja i poboljšanja nepovoljne demografske situacije u njima. Navedeno je posebno značajno za Republike Srbiju, gde je u procesu odumiranja svako četvrto selo. Razvoj ruralnog turizma omogućio bi pozitivne ekonomske efekte na nivou poljoprivrednih gazdinstava, lokalno-ekonomskih zajednica, kao i na nivou države.</p> <p>Finansijski resursi su jedno od najvećih ograničenja razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, što afirmiše temu ove disertacije, odnosno potrebu istraživanja u okviru nje. Finansijski resursi predstavljaju razvojno ograničenje posmatrano sa aspekta: nedovoljnosti - u kvantitativnom pogledu i nedostupnosti kvalitetnih finansijskih resursa.</p> <p>Primarni cilj istraživanja je da se predstave dosadašnji i aktuelni, te definišu potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude, u Republici Srbiji. Potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma obuhvataju:(1) finansiranje turističke</p>

	<p>ponude (u užem smislu) u početnoj fazi organizovanog razvoja;(2) finansiranje turističke ponude (u užem smislu) u razvijenoj fazi;(3) finansiranje razvoja turističkih sadržaja;(4) finansiranje razvoja ruralne infrastrukture;(5) finansiranje razvoja kadrova u ruralnom turizmu;(6) finansiranje razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda;(7) finansiranje razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda. Sekundarni cilj istraživanja je da se analiziraju faktori koji mogu da imaju uticaja na mogućnost samofinansiranja pružaoca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.</p> <p>U disertaciji se analiziraju iskustva u razvoju i finansiranju ruralnog turizma u Evropskoj uniji, odnosno u Sloveniji, Hrvatskoj, Mađarskoj, Austriji i Rumuniji. Njihovom sintezom dolazi se do zaključaka - predloga relevantnih za finansiranje, ali i redefinisane domaće ruralne turističke ponude, što bi se posredno odrazilo na poboljšanje ekonomskog položaja ruralnog turizma u Republici Srbiji, a time i na potencijal samofinansiranja ove delatnosti.</p>
Datum prihvatanja teme od strane Senata: DP	27.10.2011.godine
Datum odbrane: DO	
Članovi komisije: (ime i prezime / titula / zvanje / naziv organizacije / status) KO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prof.dr Radovan Pejanović, predsednik _____ Redovni profesor, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad</li> <li>2. Prof.dr Zoran Njegovan, mentor _____ Redovni profesor, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad</li> <li>3. Prof. dr Kristina Košić, član _____ Vanredni profesor, Prirodni matematički fakultet, Novi Sad</li> </ol>

**University of Novi Sad**  
**Faculty of Agriculture**

### KEY WORDS DOCUMENTATION

Accession number: ANO	
Identification number: INO	
Document type: DT	Monograph documentation
Type of record: TR	Textual printed material
Contents code: CC	PhD thesis
Author: AU	Mr Gordana Đ. Radović
Mentor: MN	Prof. dr Zoran M. Njegovan, Full Professor
Title: TI	Funding of rural tourism in the Republic of Serbia
Language of text: LT	Serbian
Language of abstract: LA	English/ Serbian
Country of publication: CP	Republic of Serbia
Locality of publication: LP	AP Vojvodina
Publication year: PY	2015.
Publisher: PU	Author' s reprint
Publication place: PP	Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics and Rural Sociology Trg Dositeja Obradovića 8, 21000 Novi Sad
Physical description: PD	
Scientific field SF	Economy
Scientific discipline SD	Agroeconomy

Subject, Key words SKW	Funding, rural tourism, Republic of Serbia
UC	
Holding data: HD	Library of the Faculty of Agriculture University of Novi Sad
Note: N	
Abstract: AB	<p>The topic of the research presented in this doctoral thesis is defining the potential modalities of financing the rural tourism in the Republic of Serbia with respect to the development of the tourism offer. Rural tourism began to develop in the Republic of Serbia during the 70s of the 20th century. Its state-of-the-art development cannot be compared to the one existing in other European countries with the similar length of the developmental period. The reasons for this are numerous various factors, both in favour of the tourism offer and the tourism demand. These are primarily political, economic, social, legal and regulatory, institutional, as well as organizational and management factors.</p> <p>A common link can be identified in all of the above factors such as finances, actually the lack of financing models, both with regards to tourism offer and the tourism demand. In order to develop rural tourism, it is necessary to define the financing modalities of the rural tourism offer in all its paradigms, which is the topic of this thesis. Certainly, it is essential to define the financing modalities of the rural tourism demand if the goal is rural tourism development, however, this topic requires a tailor-made and detailed analysis and research.</p> <p>Financing of the rural tourism offer is complex because it is closely related to financing of agriculture in general. The issue of financing agriculture has been omnipresent and yet an unresolved problem of the local economy and agricultural policy. It is mandatory to simultaneously work on solving the issues of financing both the rural tourism and agriculture, taking into account that they show causal relationship. Discouraging economic and financial position of agriculture causes the inability of the rural population to independently develop the tourist activity aimed at generating additional income and improving the living standards. The development of rural tourism can be a driving force of agricultural development, i.e. of the economic development of the rural areas and improvement of unfavourable demographic situation thereof. This is especially important for the Republic of Serbia, where every fourth village is dying out. Rural tourism development would provide positive economic effects on the level of agricultural holdings, local economic communities, as well as on the level of state.</p> <p>Financial resources persist to be one of the biggest limitations of rural tourism development in the Republic of Serbia, which puts forward and supports the topic of this doctoral thesis and the need for the proposed research. Financial resources remain to be the developmental constraint in terms of insufficiency and the unavailability of solid financial resources.</p>

	<p>The primary goal of this research is to present the former and current, as well as to define the potential modalities of financing the rural tourism and rural tourism offer in the Republic of Serbia. Plausible rural tourism funding modalities include: (1) financing of tourism offer (in the narrow sense) in the initial stage of structured development; (2) financing of tourism offer (in the narrow sense) in the developed stage; (3) financing the development of tourist facilities; (4) financing the development of rural infrastructure; (5) financing the development of human resources in rural tourism; (6) investing in the development of the rural tourism product promotion; (7) investing in the development of the rural tourism product sales channels. Secondary goal of this research is to analyze the factors that may have an impact on self-financing of the service providers in rural tourism in the Republic of Serbia.</p> <p>The dissertation analyzes various experiences related to the development and financing of rural tourism in the European Union, Slovenia, Croatia, Hungary, Austria and Romania. Synthesizing all of them leads to relevant conclusions and proposals related to funding, but also to redesigning the domestic rural tourism offer, which could indirectly influence improvement of the economic status of rural tourism in Serbia, and consequently the potential to self-finance this activity.</p>
Accepted on Senate on: AS	27.10.2011.
Defended: DE	
Thesis Defend Board: DB	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PhD Radovan Pejanović, president _____ Full Prof., Faculty of agriculture, Novi Sad</li> <li>2. PhD Zoran Njegovan, mentor _____ Full Prof., Faculty of Agriculture, Novi Sad</li> <li>3. PhD Kristina Košić, member _____ Associate Prof., Faculty of Science, Novi Sad</li> </ol>

**SADRŽAJ**

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA.....	2
KEY WORDS DOCUMENTATION.....	5
SPISAK TABELA.....	12
SPISAK GRAFIKONA .....	15
SPISAK SLIKA .....	16
SPISAK SKRAĆENICA.....	17
<b>UVOD.....</b>	<b>19</b>
<b>DEO I - METODOLOŠKI PRISTUP</b>	
<b>1. METODOLOŠKI PRISTUP.....</b>	<b>23</b>
1.1. Značaj i aktuelnost teme.....	23
1.2. Predmet i cilj istraživanja.....	24
1.3. Pregled literature.....	24
1.4. Metode istraživanja i izvori podataka.....	28
1.5. Polazne hipoteze rada.....	29
1.6. Zadaci istraživanja.....	30
<b>DEO II - TEORIJSKI OKVIR</b>	
<b>2. POJAM I EKONOMSKI ZNAČAJ RURALNOG TURIZMA .....</b>	<b>31</b>
2.1 Pojam ruralnog turizma.....	31
2.2. Istorijski razvoj ruralnog turizma.....	32
2.3. Karakteristike ruralnog turizma.....	33
2.4. Ekonomski značaj ruralnog turizma.....	33
2.4.1. Ekonomske funkcije ruralnog turizma.....	35
2.4.2. Karakteristike ruralne turističke ponude i tražnje.....	36
2.5. Razvijenost ruralnog turizma.....	37
2.5.1. Faktori razvoja ruralnog turizma.....	38
2.6. Oblici ruralnog turizma.....	39
<b>3. FINANSIRANJE POLJOPRIVREDE I RURALNOG TURIZMA.....</b>	<b>42</b>
3.1. Ekonomski značaj povezanosti poljoprivrede i ruralnog turizma.....	42
3.1.2. Pojam i ekonomski značaj multifunkcionalne poljoprivrede.....	45
3.2. Značaj finansiranja poljoprivrede i ruralnog turizma.....	46
3.2.1. Značaj finansiranja poljoprivrede.....	47
3.2.2. Značaj finansiranja ruralnog turizma.....	49
3.3. Mogući modaliteti finansiranja ruralnog turizma.....	50
<b>DEO III REPUBLIKA SRBIJA - ISKUSTVA I AKTUELNO STANJE</b>	
<b>4. POVEZANOST FINANSIRANJA POLJOPRIVREDE I RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI .....</b>	<b>60</b>
4.1. Društveno-ekonomske specifičnosti poljoprivrede značajne za razvoj i finansiranje ruralnog turizma .....	60
4.2. Pregled dosadašnjih modaliteta finansiranja poljoprivrede.....	62
4.2.1. Finansiranje poljoprivrede u predtranzicionom periodu.....	62
4.2.2. Finansiranje poljoprivrede u tranzicionom periodu.....	62



<b>5. RESURSI, RAZVOJ I RAZVIJENOST RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI..</b>	<b>65</b>
5.1. Resursi ruralnog turizma .....	65
5.1.1. Prirodni resursi.....	65
5.1.2. Ljudski.....	66
5.1.3. Društveni resursi.....	66
5.1.4. Fizički resursi.....	67
5.1.5. Finansijski resursi.....	67
5.2. Istorijski razvoj ruralnog turizma .....	67
5.3. Normativni, strateški i regulativni okvir finansiranja ruralnog turizma .....	68
5.4. Aktuelna razvijenost ruralnog turizma .....	70
<b>DEO IV - REZULTATI ISTRAŽIVANJA</b>	
<b>6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA .....</b>	<b>74</b>
6.1. Deskriptivna statistička analiza .....	74
6.1.1. Formiranje uzorka.....	75
6.1.2. Anketni upitnik.....	77
6.1.3. Rezultati deskriptivne statističke analize anketnog istraživanja.....	78
6.1.3.1. Rezultati deskriptivne statističke analize anketnog istraživanja po okruzima.....	80
6.2. Metod statističke analize .....	96
6.2.1. Primenjene metode statističke analize .....	96
6.1.2.1. $\chi^2$ ( <i>Hi</i> - kvadrat) test .....	96
6.1.2.2. Rezultati statističke analize.....	97
6.3. Rezime rezultata istraživanja.....	116
<b>7. MODALITETI FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI.....</b>	<b>118</b>
7.1. Samofinansiranje.....	118
7.1.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	121
7.2. Finansiranje uz podršku države.....	121
7.2.1. Subvencije Ministarstva poljoprivrede Republike Srbije.....	121
7.2.1.1. Primeri dobre prakse. (rezultati istraživanja).....	124
7.2.2. Subvencije Ministarstva privrede Republike Srbije.....	126
7.2.2.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	127
7.2.3. Krediti Ministarstva privrede i Fonda za razvoj Republike Srbije.....	128
7.2.3.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	129
7.2.4. Subvencije Sekretarijata za poljoprivredu APV.....	129
7.2.4.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	130
7.2.5. Subvencije Sekretarijata za privredu APV.....	131
7.2.5.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	132
7.3. Finansiranje iz inostranih donacija.....	132
7.3.1. Donacije Fonda za dostizanje Milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije.....	133
7.3.1.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	135
7.3.2. Donacija Globalnog fonda za zaštitu životne sredine .....	136
7.3.2.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	138
7.3.3. Donacija Švedske u cilju ekonomskog osnaživanja žena kroz razvoj ruralnog turizma.....	138
7.3.3.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	139
7.3.4. Donacije Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID).....	140
7.3.4.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	140
7.4. Finansiranje iz kredita poslovnih banaka.....	141
7.4.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	141

7.5. Finansiranje iz IPA prekograničnih projekata.....	141
7. 5.1. Prekogranična saradnja Republike Hrvatske i Republike Srbije u funkciji finansiranja ruralnog turizma.....	141

<b>8. AKTUELNI OBLICI RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI I MODALITETI FINANSIRANJA .....</b>	<b>143</b>
8.1 Agroturizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja).....	143
8.1.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	143
8.2 Salašarski turizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja).....	146
8.2.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja).....	147
8.3. Manifestacioni turizam - značaj za finansiranje ruralnog turizma.....	149
8.3.1. Etnografske i gastronomske manifestacije u funkciji razvoja ruralnog turizma.....	149
8.3.2. Potencijalni značaj manifestacija za finansiranje ruralnog turizma.....	150
8.4. Vinski turizam - značaj za finansiranje ruralnog turizma.....	150
8.4.1. Vinski putevi u Republici Srbiji.....	150
8.4.2. Potencijalni značaj vinskih puteva za finansiranje ruralnog turizma.....	151
8.5. Eko-ruralni turizam- aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja).....	151
8.5.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	152
8.6. Drugi oblici ruralnog turizma - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja).....	154
8.6.1. Agro-ornitološki turizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja).....	154
8.6.1.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	154
8.6.2. Bio-agroturizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja).....	155
8.6.2.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	156
8.6.3. Pčelarski turizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja).....	156
8.6.3.1. Primer dobre prakse (rezultati istraživanja).....	156

## DEO V - INOSTRANA ISKUSTVA

<b>9. RAZVIJENOST I MODALITETI FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA U EVROPSKOJ UNIJI .....</b>	<b>157</b>
9.1. Razvijenost ruralnog turizma .....	157
9.2. Modaliteti finansiranja ruralnog turizma u Evropskoj uniji.....	159
9.2.1. Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EAFRD).....	161
9.3. Organizacije ruralnog turizma .....	163
9.4. Razvijenost i modaliteti finansiranja ruralnog turizma u pojedinim državama EU.....	164
9.4.1. Republika Slovenija.....	164
9.4.1.1. Razvoj ruralnog turizma.....	164
9.4.1.2. Aktuelna razvijenost ruralnog turizma.....	166
9.4.1.3. Finansiranje ruralnog turizma.....	168
9.4.1.4. Primeri dobre prakse.....	169
9.4.2. Republika Hrvatska.....	170
9.4.2.1. Finansiranje ruralnog turizma .....	171
9.4.3. Republika Mađarska.....	173
9.4.3.1. Finansiranje ruralnog turizma .....	174
9.4.4. Republika Austrija .....	176
9.4.4.1. Finansiranje ruralnog turizma .....	177
9.4.5. Republika Rumunija.....	178
9.4.5.1. Finansiranje ruralnog turizma .....	179
9.5. Relevantna iskustva za Republiku Srbiju.....	181
9.5.1. Iskustva vezana za finansiranje ruralnog turizma.....	181
9.5.2. Redefinisanje ruralne turističke ponude i upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma .....	182

## DEO VI - REPUBLIKA SRBIJA - POTENCIJALNI KONCEPT FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA

<b>10. POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI .....</b>	<b>186</b>
10.1. Modaliteti finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u početnoj fazi organizovanog razvoja.....	187
10.1.1. Modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme.....	187
10.1.2. Modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja .....	190
10.2. Modaliteti finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u razvijenoj fazi.....	191
10.2.1. Modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme.....	191
10.2.2. Modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja .....	192
10.3. Modaliteti finansiranja razvoja turističkih sadržaja.....	192
10.4. Modaliteti finansiranja razvoja ruralne infrastrukture.....	194
10.4.1. Modaliteti finansiranja razvoja saobraćajne infrastrukture.....	194
10.4.2. Modaliteti finansiranja razvoja komunalne infrastrukture.....	195
10.4.3. Modaliteti finansiranja razvoja turističke signalizacije.....	196
10.5. Modaliteti finansiranja razvoja kadrova u ruralnom turizmu .....	197
10.5.1. Modaliteti finansiranja edukacije kadrova.....	197
10.5.2. Modaliteti finansiranja razvoja lidera.....	198
10.6. Modaliteti finansiranja razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda.....	199
10.7. Modaliteti finansiranja razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda.....	201
<b>11. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>203</b>
<b>12. LITERATURA .....</b>	<b>215</b>
<b>13. PRILOG.....</b>	<b>233</b>
<b>BIOGRAFIJA .....</b>	<b>238</b>

## SPISAK TABELA

Tabela 1	Definicije ruralnog turizma.....	31
Tabela 2	Pregled teorijskih stavova o ekonomskom značaju ruralnog turizma.....	34
Tabela 3	Negativni ekonomski efekti ruralnog turizma.....	35
Tabela 4	Ekonomske funkcije ruralnog turizma.....	36
Tabela 5	Karakteristike ruralne turističke ponude i tražnje.....	37
Tabela 6	Oblici ruralnog turizma.....	40
Tabela 7	Prikaz teorijskih stavova o povezanosti poljoprivrede i turizma.....	43
Tabela 8	Uporedni prikaz ekonomskih pokazatelja poljoprivrede i turizma u Velikoj Britaniji.....	44
Tabela 9	Definicije multifunkcionalne poljoprivrede.....	46
Tabela 10	Vrste smeštajnih objekata u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.....	71
Tabela 11	Broj smeštajnih objekata po opštinama.....	72
Tabela 12	Raspored anketiranih subjekata po okruzima.....	75
Tabela 13	Vrste anketiranih subjekata-razvrstanih po okruzima.....	76
Tabela 14	Dužina iskustva u ruralnom turizmu.....	78
Tabela 15	Članstvo u udruženjima.....	79
Tabela 16	Učešće kategorisanih u ukupnom broju anketiranih subjekata.....	79
Tabela 17	Povezanost turizma i poljoprivrede.....	79
Tabela 18	Vrste usluga koje anketirani subjekti pružaju turistima.....	80
Tabela 19	Broj realizovanih noćenja u prethodnoj godini.....	81
Tabela 20	Dužina turističke sezone.....	82
Tabela 21	Iznos uloženi sredstava u razvoj ruralnog turizma u dosadašnjem periodu .....	82
Tabela 22	Modaliteti finansiranja aktuelnih investicija.....	85
Tabela 23	Potencijalni modaliteti finansiranja investicija na nivou lokalno-ekonomskih zajednica.....	86
Tabela 24	Rezultati statističke obrade podataka o povezanosti turizma i poljoprivrede po okruzima .....	93
Tabela 25	Ukrštanje modaliteta finansiranja i godina bavljenja ruralnim turizmom.....	97
Tabela 26	Ukrštanje modaliteta finansiranja i članstva u udruženjima.....	98
Tabela 27	Ukrštanje modaliteta načina finansiranja i zadovoljstva ostvarenim prihodom.....	99
Tabela 28	Ukrštanje modaliteta finansiranja i planiranja investicija.....	100
Tabela 29	Ukrštanje modaliteta finansiranja i ocene poslovanja.....	101
Tabela 30	Ukrštanje modaliteta finansiranja i ocene pokrivenosti troškova cenama usluga.....	102
Tabela 31	Ukrštanje ostvarenog prihoda i visine uloženi sredstava.....	103
Tabela 32	Ukrštanje ostvarenih prihoda i godina bavljenja ruralnim turizmom.....	104
Tabela 33	Ukrštanje ostvarenih prihoda i pružanja usluga ishrane.....	105
Tabela 34	Ukrštanje ostvarenih prihoda i strukture gostiju.....	106
Tabela 35	Ukrštanje ostvarenih prihoda i problema loše infrastrukture.....	107
Tabela 36	Ukrštanje ostvarenih prihoda i strukture radne snage.....	108
Tabela 37	Ukrštanje ostvarenih prihoda i ocene pokrivenosti troškova poslovanja cenama usluga.....	109
Tabela 38	Ukrštanje ostvarenih prihoda i promocije preko prijatelja.....	110
Tabela 39	Ukrštanje ostvarenih prihoda i promocije preko lokalnih turističkih organizacija.....	110
Tabela 40	Ukrštanje ostvarenih prihoda i pomocije preko sopstvenog internet sajta.....	111
Tabela 41	Ukrštanje ostvarenih prihoda i delatnosti.....	112
Tabela 42	Ukrštanje ostvarenih prihoda i agencijskih troškova.....	113
Tabela 43	Ukrštanje broja ležaja i pružanja usluga punog pansiona.....	114
Tabela 44	Ukrštanje broja ležaja i zadovoljstva ostvarenim prihodom.....	115
Tabela 45	Subvencije Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije za razvoj ruralnog turizma.....	122
Tabela 46	Vrste podsticaja za razvoj ruralnog turizma i maksimalni iznosi po korisniku.....	123

Tabela 47	Subvencije Ministarstva privrede Republike Srbije za razvoj ruralnog turizma.....	126
Tabela 48	Krediti Ministarstva privrede i Fonda za razvoj Republike Srbije za razvoj ruralnog turizma.....	128
Tabela 49	Subvencije Sekretarijata za poljoprivredu APV za razvoj ruralnog turizma.....	130
Tabela 50	Subvencije Sekretarijata za privredu APV za razvoj ruralnog turizma.....	131
Tabela 51	Pregled projekata finansiranih donacijom Fonda za dostizanje Milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije.....	133
Tabela 52	Pregled projekata koji su finansirani s ciljem proizvodnje prehrambenih i neprehrambenih proizvoda i aktivnosti za potrebe turističkog tržišta.....	134
Tabela 53	Pregled projekata koji su finansirani s ciljem podrške razvoju ekološki održivog turizma.....	135
Tabela 54	Pregled dodeljenih bespovratnih sredstava u okviru „Star projekta“ u cilju razvoja ruralnog turizma.....	137
Tabela 55	Učešće subvencija za razvoj salaškarskog turizma u sredstvima za ruralni razvoj budžeta APV.....	146
Tabela 56	Turistički kapaciteti i cene u ruralnom turizmu u evropskim državama .....	158
Tabela 57	Budžet EU za ruralni razvoj u periodu 2007–2013.godina i 2014–2020. godina.....	160
Tabela 58	Prikaz projekata razvoja ruralnog turizma finansiranih iz EAFRD-a.....	162
Tabela 59	Delatnosti na porodičnim farmama u Republici Sloveniji.....	165
Tabela 60	Cene usluga u ruralnom turizmu u Republici Sloveniji.....	167
Tabela 61	Podsticaji iz budžeta Ministarstva poljoprivrede Republike Slovenije za razvoj nepoljoprivrednih delatnosti .....	168
Tabela 62	Sredstva za finansiranje poljoprivrede i ruralnog razvoja u Republici Sloveniji u periodu 2007.-2013.godina.....	169
Tabela 63	Prikaz projekata razvoja ruralnog turizma u Republici Mađarskoj finansiranih iz EAFRD-a.....	175
Tabela 64	Ekonomski pokazatelji ruralnog turizma Austrije.....	177
Tabela 65	Prikaz projekata razvoja ruralnog turizma u Austriji finansiranih iz EAFRD-a.....	178
Tabela 66	Finansiranje nepoljoprivrednih delatnosti u Republici Rumuniji u periodu 2002–2006. godina.....	179
Tabela 67	Rast broja smeštajnih kapaciteta u ruralnom turizmu u Republici Rumuniji u periodu 2003.-2007. godina.....	179
Tabela 68	Modaliteti finansiranja smeštajnih objekata u ruralnom turizmu u Republici Rumuniji u periodu 2003–2007. godina.....	180
Tabela 69	Prikaz projekta razvoja ruralnog turizma u Republici Rumuniji finansiranog iz EAFRD-a.....	180
Tabela 70	Potencijalni modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme u početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.....	188
Tabela 71	Potencijalni modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja u početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.....	190
Tabela 72	Potencijalni modaliteti finansiranja izgradnje ili rekonstrukcije smeštajnih kapaciteta i prateće opreme u razvijenoj fazi ruralnog turizma u Republici Srbiji.....	191
Tabela 73	Potencijalni modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja u razvijenoj fazi ruralnog turizma u Republici Srbiji.....	192
Tabela 74	Potencijalni modaliteti finansiranja razvoja turističkih sadržaja u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.....	193
Tabela 75	Potencijalni modaliteti finansiranja saobraćajne infrastrukture u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.....	195
Tabela 76	Potencijalni modaliteti finansiranja komunalne infrastrukture u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.....	196
Tabela 77	Potencijalni modaliteti finansiranja turističke signalizacije u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.....	196

Tabela 78	Potencijalni modaliteti finansiranja edukacije kadrova u ruralnom turizmu u Republici Srbiji .....	197
Tabela 79	Potencijalni modaliteti finansiranja razvoja lidera u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.....	199
Tabela 80	Potencijalni modaliteti finansiranja promocije ruralnog turističkog proizvoda.....	200
Tabela 81	Potencijalni modaliteti finansiranja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda..	201

## SPISAK GRAFIKONA

Grafikon br.1	Dužina bavljenja pružanjem turističkih usluga.....	78
Grafikon br.2	Povezanost turizma i poljoprivrede.....	79
Grafikon br.3	Vrste usluge koje anketirani subjekti pružaju turistima.....	80
Grafikon br.4	Povezanost proizvodnje hrane i ruralnog turizma.....	80
Grafikon br.5	Broj realizovanih noćenja u ruralnom turizmu.....	81
Grafikon br.6	Struktura turista prema mestu dolaska.....	82
Grafikon br.7	Iznos uloženih finansijskih sredstava u dosadašnjem periodu.....	83
Grafikon br.8	Iskustva sa bankarskim kreditima.....	85
Grafikon br.9	Iskustva sa kreditima Fonda za razvoj Republike Srbije.....	85
Grafikon br.10	Iskustva sa subvencijama Ministarstva poljoprivrede Republike Srbije.....	86
Grafikon br.11	Visina godišnjeg prihoda .....	87
Grafikon br.12	Zadovoljstvo realizovanim godišnjim prihodom .....	87
Grafikon br.13	Zadovoljstvo strukturom realizovanog godišnjeg prihoda.....	87
Grafikon br.14	Stavovi o visini poreza na prihod .....	88
Grafikon br.15	Pokrivenost troškova prodajnim cenama turističkih usluga.....	88
Grafikon br.16	Uticao poreza i doprinosi koji se plaćaju na inpute .....	88
Grafikon br.17	Učešće troškova radne snage.....	89
Grafikon br.18	Struktura radne snage.....	89
Grafikon br.19	Broj zaposlenih radnika.....	89
Grafikon br.20	Struktura angažovanih radnika prema nivou obrazovanja.....	89
Grafikon br.21	Učešće troškova promocije u strukturi rashoda.....	90
Grafikon br.22	Učešće agencijskih troškova u strukturi rashoda.....	90
Grafikon br.23	Planiranje investicija.....	90
Grafikon br.24	Uslovi poslovanja.....	90
Grafikon br.25	Zadovoljstvo ulogom države.....	91
Grafikon br.26	Rezultati statističke obrade podataka o dužini bavljenja pružanjem turističkih usluga anketiranih subjekata po okruzima.....	92
Grafikon br.27	Rezultati statističke obrade podataka o povezanosti bavljenja ruralnim turizmom i poljoprivredom po okruzima.....	92
Grafikon br.28	Rezultati statističke obrade podataka o broju realizovanih noćenja u ruralnom turizmu po okruzima.....	94
Grafikon br.29	Rezultati statističke obrade podataka o uloženiim finansijskim sredstvima po okruzima .....	94
Grafikon br.30	Rezultati statističke obrade podataka o visini prihoda realizovanih u ruralnom turizmu - po okruzima.....	95
Grafikon br.31	Rezultati statističke obrade podataka o planiranim investicijama - po okruzima.....	95
Grafikon br.32	Rezultati statističke obrade podataka o stavovima o ulozi države u razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji - po okruzima.....	95
Grafikon br.33	Ukrštanje modaliteta finansiranja i zadovoljstva ostvarenim prihodom.....	99
Grafikon br.34	Ukrštanje modaliteta finansiranja i ocene uslova poslovanja .....	101
Grafikon br.35	Ukrštanje godina bavljenja ruralnim turizmom i ostvarenog prihoda.....	104
Grafikon br.36	Ukrštanje pružanja usluga ishrane i ostvarenog prihoda.....	105
Grafikon br.37	Ukrštanje ostvarenog prihoda i ocene pokrivenosti troškova poslovanja cenama usluga .....	109
Grafikon br.38	Ukrštanje ostvarenog prihoda i promocije preko sopstvenog internet sajta.....	111
Grafikon br.39	Ukrštanje broja ležaja i zadovoljstva ostvarenim prihodom.....	115

## SPISAK SLIKA

Slike 1, 2	Izgled dvorišta i unutrašnjost vajata u domaćinstvu Obradović u Koštunićima.	118
Slike 3, 4	Spoljni i unutrašnji izgled „Cvetne kuće“ u Vrdniku	120
Slike 5, 6	Domaćinstvo porodice Janković u Belom Polju	124
Slike 7, 8	Cvetni aranžmani i ukrasna živina u dvorištu porodice Koršoš u Skorenovcu	125
Slike 9,10,11	Sto za ručavanje u dvorištu, izgled spavaće i „čiste sobe“ u etno kući „Mali Bodrog“ u Bačkom Monoštoru	131
Slike 12,13	Etno proizvodi i zimmica u suvenirnici u Skorenovcu	132
Slike 14,15,16	Dvorište, spavaća soba i restoran u etno selu „Latkovac“	139
Slike 17,18	Slapovi reke Sopotnice i ćilim u domaćinstvu Janjušević	140
Slike 19,20	Park sa dečijim igralištem i izgled STD „Gostoljublje“ u selu Mionici	144
Slike 21,22	Dvorište sa bazenom i unutrašnjost vajata u STD „Tri hrasta“ u Klatičevu	144
Slike 23,24	Ulazna vrata i izgled saune u STD „Tri hrasta“ u Klatičevu	145
Slike 25,26	Dvorište i etno soba STD u selu Podbukovo	146
Slike 27,28,29	Etno postavka, izgled trpezarije i spavaće sobe na Dida Hornjakovom salašu	148
Slike 30,31,32	Centralni objekat, galerija i mini ergela na „Cvetnom salašu“	148
Slike 33,34,35,36	Centralni objekat, ribnjak, peć i originalni umivaonik na Majkinom salašu	149
Slike 37,38,39	Ograda pored Ludaškog jezera, etno zbirka ispred i unutar trodelne kuće na Rokinom salašu	153
Slike 40,41,42	Suvenirnica sok od zove u etno ambalaži i razboj za tkanje na Rokinom salašu	153
Slike 43,44	Pogled na Rezervat reke Uvac i stado ovaca u STD Gujančić u selu Komarani	154
Slike 45,46	Etno postavka u domaćinstvu Gujančić i Turističkoj organizaciji Nova Varoš	155
Slika 47	Segment ruralne turističke ponude Francuske	162
Slika 48	Segment ruralne turističke ponude Belgije	162
Slika 49	Segment ruralne turističke ponude Velike Britanije	162
Slike 50,51,52,53	Oznake: turističke farme s uslugom smeštaja, izletničke farme, vinotočja i turističkog kampa	166
Slike 54,55,56,57	Oznaka I kategorije kvaliteta, spoljni izgled turističke farme koja ima I kategoriju kvaliteta i njen enterijer: segment dnevnog boravka i spavaće sobe	167
Slike 58,59,60,61	Turistička signalizacija na ulazu, izgled spavaće sobe, trpezarije i spoljni izgled turističke farme „Govc - Vršnik“	169
Slike 62,63,64,65	Turistička signalizacija na ulazu, mini ergela, prostorija za dnevni odmor i segment gastronomske ponude na farmi „Lenar“	170
Slike 66,67	Turističko seljačko obiteljsko gospodarstvo na Hrvatskom primorju i prostorija za posluživanje hrane	171
Slike 68,69	Znak Nacionalne organizacije ruralnog turizma i poznati deo gastronomske ponude - „mađarski paprikaš“	173
Slike 70,71	Segmenti ruralne turističke ponude Republike Mađarske	174
Slike 72,73	Znak Nacionalne organizacije ruralnog turizma i turistička farma u Austriji	176
Slike 74,75	Segmenti ruralne turističke ponude Republike Austrije	177
Slike 76,77	Znak Nacionalne organizacije ruralnog turizma i narodne nošnje u Rumuniji	179
Slike 78,79	Segmenti ruralne turističke ponude Republike Rumunije	181



**SPISAK SKRAĆENICA**

ADA	Austrian Development Agency - Austrijska razvojna agencija
APV	Autonomna Pokrajina Vojvodina
ARS	Anketa o radnoj snazi
BDP	Bruto domaći proizvod
CAP	Common Agricultural Policy - Zajednička poljoprivredna politika
CenOrt	Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma
DPA	Druge profitabilne aktivnosti
DR	Domaća radinost
EAGF	European Agricultural Guarantee Fund - Evropski poljoprivredni garantni fond
EAFRD	European Agricultural Fund for Rural Development - Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj
EBRD	European Bank for Reconstruction and Development - Evropska banka za rekonstrukciju i razvoj
EC	European Commission - Evropska komisija
ECEAT	European Centre for Eco-Agro Tourism - Evropski centar za eko-agroturizam
ECOVAST	European Council for the Village and small Town - Evropsko veće za sela i male gradove
EIB	European Investment Bank - Evropska investiciona banka
ENRD	European Network for Rural Development - Evropska mreža za ruralni razvoj
ERDF	European Regional Development Fund - Evropski regionalni razvojni fond
ESA	Evropski sistem nacionalnih računa
ESF	European Social Fund - Evropski socijalni fond
EU	Evropska unija
EUROGITES	European Federation for Farm and Village Tourism - Evropska organizacija za ruralni turizam
FAO	Food and Agriculture Organisation - Organizacija za hranu i poljoprivredu
GEF	Global Environment Facility - Globalni fond za zaštitu životne sredine
GDP	Gross Domestic Product - Bruto domaći proizvod
HBOR	Hrvatska banka za obnovu i razvoj
HDI	Human Development Index - Indeks ljudskog razvoja
IAERT	International Association of Experts in Rural Tourism - Međunarodna organizacija eksperata ruralnog turizma
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development - Međunarodna banka za obnovu i razvoj
IFC	International Finance Corporation - Međunarodna finansijska korporacija
IPA	Instruments for Pre-accession Assistance - Instrumenti za pretpristupnu pomoć
IPA CBC	Instrument for Pre-accession Assistance Cross-border Cooperation Programme - Instrument za pretpristupnu pomoć-program prekogranične saradnje
IPARD	Instrument for Pre-Accession Assistance for Rural Development - Instrument za pretpristupnu pomoć za ruralni razvoj
ISPA	Instrument for Structural Policies for Pre-accession Assistance - Instrument za strukturalnu politiku za pretpristupnu pomoć
JPP	Javno-privatno partnerstvo
LAG	Local Action Group - Lokalne akcione grupe
LEADER	Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale - LIDER pristup
NAP	Nacionalni akcioni plan
NZS	Nacionalna služba za zapošljavanje
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development - Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj

RARIS	Regionalna agencija za razvoj istočna Srbija
RS	Republika Srbija
RZS	Republički zavod za statistiku
SAPARD	Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development - Specijalni prepristupni program za poljoprivredu i ruralni razvoj
SARD	Sustainable agricultural and rural development - Održiva poljoprivreda i ruralni razvoj
SFRJ	Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija
SPB	Specijalizovana poljoprivredna banka
STAR	Serbian Transitional Agriculture Reform - Projekat reforme poljoprivrede Srbije u tranziciji
STD	Seosko turističko domaćinstvo
UN	United Nations - Ujedinjene nacije
UNDP	United Nations Development Programme - Program Ujedinjenih nacija za razvoj
UNEP	United Nations Environmental Programme - Program Ujedinjenih nacija za zaštitu životne sredine
UNICEF	United Nations Children's Fund - Fond Ujedinjenih nacija za decu
UNJP STRD	United Nations Joint Programme „Sustainable tourism for rural development“ - Zajednički program Ujedinjenih nacija “Održivi turizam za ruralni razvoj”
USAID	United States Agency for International Development - Američka agencija za međunarodni razvoj
UNWTO	World Tourism Organisation - Svetska turistička organizacija

## UVOD

Ruralni turizam je počeo da se razvija u Republici Srbiji 70-tih godina XX veka. Njegova današnja razvijenost ne može se meriti sa razvijenošću ovog vida turizma u evropskim državama sa sličnom dužinom razvojnog perioda. Razlog tome su različiti i brojni faktori kako na strani ponude, tako i na strani turističke tražnje. To su, pre svega, politički, ekonomski, socijalni, pravno-regulativni, institucionalni i organizaciono-upravljački faktori.

Politički događaji u poslednjoj deceniji XX veka bili su nepovoljni i uzrokovali su razarajuće efekte na turističku delatnost, a posebno na ruralni turizam, koje je tek počeo da se razvija. Raspad bivše Jugoslavije, ratni sukobi u okruženju, sankcije Međunarodne zajednice, bombardovanje područja Republike Srbije ostavili su negativne posledice na prirodne, fizičke, društvene, ljudske, kao i finansijske resurse i uzrokovali su dugogodišnji zastoje u razvoju ruralne turističke ponude i tražnje. Ekonomska kriza, koja je u našim uslovima kontinuirano prisutna, uslovlila je restriktivne investicije u održavanje saobraćajne i komunalne infrastrukture, neodržavanje postojećih smeštajnih kapaciteta u ruralnim sredinama, ali i smanjena ulaganja u održavanje kulturno-istorijskih spomenika, manifestacija odnosno svih činilaca koji oblikuju ruralne turističke sadržaje. Sa druge strane pad kupovne moći uslovio je pad tražnje za ruralnim turističkim proizvodom. Ova pojava je posebno izražena na početku druge decenije XXI veka i rezultat je socio-ekonomskih faktora, odnosno „nestanka srednje klase“ koja je tradicionalno bila konzument ruralnog turističkog proizvoda. U ovakvim uslovima ne mogu se ni planirati, niti realizovati investicije u razvoj turističke signalizacije, promocije i kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda. Pravno-regulativni okvir ruralnog turizma počeo je da se formira poslednjih godina, ali još uvek nije kompatibilan sa potrebama subjekata i usmeren na ubrzaniji razvoj delatnosti. Istovremeno, razvoj ruralnog turizma usporavaju i nerešeni institucionalni i organizaciono-upravljački problemi. Reč je o nepostojanju Registra ruralnog turizma na nacionalnom nivou, kao i institucije za standardizaciju i kategorizaciju kvaliteta usluga.

U okviru svih navedenih nepovoljnih faktora može se prepoznati zajednička spona a to su finansije, odnosno nepostojanje modela finansiranja, kako na strani turističke ponude, tako i na strani tražnje. Reč je o nedostatku izvora finansiranja. Izvori finansiranja su, ako ne dovoljan, a ono svakako potreban uslov za razvoj i njihov kvantitet, kvalitet i kontinuitet su velikog značaja za dinamičniji razvoj ruralnog turizma. Zbog toga će u ovoj disertaciji poseban akcenat biti stavljen upravo na analizu finansiranja ruralnog turizma i to sa aspekta turističke ponude. Finansiranje ruralne turističke ponude je kompleksno jer je usko vezano za finansiranje poljoprivrede. Finansiranje poljoprivrede je, stalno aktuelan, a nerešen problem domaće privrede i ekonomske, odnosno agrarne politike. Nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede uzrokuje da ruralno stanovništvo ne može samostalno da razvija turističku delatnost kroz koju bi moglo da realizuju dodatne prihodi i poboljša životni standard. Stoga je, u cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno definisati modalitete finansiranja ruralne turističke ponude u svim segmentima, a što je i tema ove disertacije. Svakako da je u cilju razvoja ruralnog turizma potrebno i definisati modalitete finansiranja ruralne turističke tražnje, ali ova problematika zahteva posebnu i kompleksnu analizu i istraživanje.

U čemu je značaj razvoja ruralnog turizma i zašto ova nepoljoprivredna delatnost treba da ima prioritet u politikama ruralnog razvoja? Ruralni turizam može da realizuje brzu diverzifikaciju i razvoj ruralne privrede. Posедуje multiplikativan efekat, a koeficijent multiplikacije u ruralnom turizmu može da bude do 2,2, odnosno jedan evro koji turista

potroši može da kreira prihod do 2,2 evra za lokalnu privredu. Ukoliko ruralno domaćinstvo formira turističku ponudu koja uključuje samo četiri ležaja, može da se obezbedi dovoljan prihod za jedno zapošljavanje, odnosno godišnju zaradu jednog člana domaćinstva. (Klaus, 2007) Na osnovu navedenog jasno je da razvoj ruralnog turizma može da bude zamajac privrednog razvoja ruralnih područja i poboljšanja nepovoljne demografske situacije u njima. Navedeno je posebno značajno za Republike Srbiju, gde je u procesu odumiranja svako četvrto selo. Razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji omogućio bi pozitivne ekonomske efekte na nivou poljoprivrednih gazdinstava, lokalno-ekonomskih zajednica, kao i na nivou države.

Finansijski resursi su jedno od najvećih ograničenja razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, što afirmiše temu ove disertacije, odnosno potrebu istraživanja u okviru nje. Finansijski resursi predstavljaju razvojno ograničenje posmatrano sa aspekta: nedovoljnosti - u kvantitativnom pogledu i nedostupnosti kvalitetnih finansijskih resursa. Neophodno je da se paralelno rešavaju problemi finansiranja ruralnog turizma i poljoprivrede s obzirom na to da su ove delatnosti uzročno-posledično povezane. U tom cilju neophodno je definisanje modaliteta finansiranja najznačajnijih segmenata ruralne turističke ponude, a što je predmet analize u ovom disertaciji.

U *Prvom poglavlju disertacije* definisan je metodološki pristup, odnosno predmet i cilj istraživanja, metode, hipoteze i zadaci istraživanja, istaknut značaj i aktuelnost teme, dat pregled najznačajnijih izvora iz dostupne strane i domaće literature i predstavljeni izvori podataka. Predmet istraživanja u disertaciji je definisanje mogućih modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji sa aspekta ruralne turističke ponude. Cilj istraživanja je raščlanjen na primarni i sekundarni. Primarni cilj istraživanja je da se predstave dosadašnji i aktuelni, te definišu potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude u Republici Srbiji. Sekundarni cilj istraživanja je da se analiziraju faktori koji mogu da imaju uticaja na mogućnost samofinansiranja pružalaca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji. Pored generalne, definisano je šest posebnih i osam pojedinačnih hipoteza.

U *Drugom poglavlju disertacije* definisan je pojam i ekonomski značaj ruralnog turizma, dat pregled njegovih ekonomskih funkcija, a predstavljene su i najznačajnije karakteristike ruralne turističke ponude i tražnje. U ovom poglavlju istaknuti su faktori razvoja, dat prikaz istorijskog razvoja i aktuelne razvijenosti, kao i oblika ruralnog turizma na području Evrope.

U *Trećem poglavlju disertacije* definisan je ekonomski značaj povezanosti poljoprivrede i ruralnog turizma, data definicija i istaknut ekonomski značaj multifunkcionalne poljoprivrede, kao i značaj finansiranja poljoprivrede i ruralnog turizma. U ovom poglavlju navedeni su i mogući modaliteti finansiranja ruralnog turizma, sa teorijskog aspekta.

U *Četvrtom poglavlju disertacije* obrađena je povezanost finansiranja poljoprivrede i ruralnog turizma u Republici Srbiji. U ovom poglavlju navedene su društveno-ekonomske specifičnosti poljoprivrede značajne za razvoj i finansiranje ruralnog turizma, a dat je i pregled dosadašnjih načina finansiranja poljoprivrede u predtranzicionom i tranzicionom periodu u Republici Srbiji.

U *Petom poglavlju disertacije* predstavljeni su resursi, razvoj i razvijenost ruralnog turizma u Republici Srbiji. Republika Srbija poseduje prirodne, ljudske, društvene i fizičke resurse, ali je za njihovo aktivno stavljanje u funkciju razvoja ruralnog turizma ograničavajući faktor nedostatak finansijskih resursa. U ovom poglavlju dat je prikaz razvoja i predstavljena aktuelna razvijenost ruralnog turizma, a u okviru ovog prikaza istaknut je problem

nepostojanje zvaničnih podataka o broju subjekata koji se bave ruralnim turizmom na području Republike Srbije. Registar turizma, a okviru njega i ruralnog turizma još nije ustanovljen, iako je u Zakonu o turizmu definisano da je to obaveza Agencija za privredne registre. U ovom poglavlju predstavljen je i normativni, strateški i regulativni okvir finansiranja ruralnog turizma i istaknuti problemi u razvoju ovog vida turizma na području Republike Srbije.

U *Šestom poglavlju disertacije* predstavljeno je realizovano empirijsko istraživanje. Anketnim istraživanjem obuhvaćeni su subjekti ruralnog turizma na području: Južnobačkog, Južnobanatskog, Kolubarskog, Mačvanskog, Moravičkog, Pirotskog, Severnobačkog, Sremskog, Šumadijskog, Zapadnobačkog i Zlatiborskog okruga. U cilju formiranja uzorka korišćena je baza podataka Nacionalne asocijacije „Seoski turizam Srbije“, kao najpotpuniji pregled ruralne turističke ponude, imajući u vidu da ne postoje zvanični podaci o broju registrovanih subjekata koji se bave ruralnim turizmom na području Republike Srbije. Istraživanjem je obuhvaćeno 10,95% od ukupnog broja pružalaca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji u posmatranom periodu, u skladu sa navedenim izvorom. Uzorak je formiran metodom slučajnog uzorka. U statističkoj obradi podataka korišćene su metode deskriptivne statističke analize i statističke analize: neparametarski statistički test,  $\chi^2$  (Hi-kvadrat) test, kao i *SPPS* programski paket.

U *Sedmom poglavlju disertacije* prikazani su modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude, na području Republike Srbije u dosadašnjem i aktuelnom periodu. Aktuelni modaliteti finansiranja ruralnog turizma su: samofinansiranje, finansiranje uz podršku države, iz inostranih donacija, iz kredita poslovnih banaka i iz *IPA* prekograničnih projekata. U okviru svakog navedenog modaliteta predstavljeni su primeri dobre prakse, odnosno rezultati istraživanja.

U *Osmom poglavlju disertacije* prikazani su aktuelni oblici ruralnog turizma na području Republike Srbije i modaliteti njihovog finansiranja. U ovom poglavlju predstavljeni su aktuelni modaliteti finansiranja i primeri dobre prakse za agroturizam, salašarski, ekoruralni, agro-ornitološki, bio-agroturizam i pčelarski, kao poseban oblik ruralnog turizma, koji prema rezultatima realizovanog istraživanja postoji na području Republike Srbije. Manifestacioni i vinski turizam imaju potencijalni značaj za finansiranje ruralnog turizma, što je posebno istaknuto u ovom poglavlju disertacije.

U *Devetom poglavlju disertacije* dat je prikaz razvijenosti i modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Evropskoj uniji, a posebno u državama koje mogu da budu uporedni primeri, odnosno čija iskustva u razvoju i finansiranju ruralnog turizma je moguće implementirati u Republici Srbiji. To je, pre svega, Republika Slovenija, čiji prikaz je i najšire dat s obzirom na to da bi primer ove države mogao da budu potencijalni model razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji i to posebno sa aspekta finansijske, ali i strateške podrške države. Pored Slovenije, prikazana su i iskustva Hrvatske, Mađarske, Austrije i Rumunije. U ovom poglavlju predstavljen i Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (*EAFRD*) koji je posebno značajan za finansiranje ruralnog turizma u zemljama članicama Evropske unije, a dat je i prikaz najznačajnijih organizacija ruralnog turizma u Evropskoj uniji.

U *Desetom poglavlju disertacije* prikazani su i objašnjeni predloženi potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude u Republici Srbiji. To su: (1) modaliteti finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma; (2) modaliteti finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u razvijenoj fazi; (3) modaliteti finansiranja razvoja turističkih sadržaja; (4) modaliteti finansiranja razvoja ruralne infrastrukture; (5) modaliteti finansiranja razvoja kadrova u ruralnom turizmu; (6) modaliteti finansiranja promocije ruralnog turističkog

proizvoda; (7) modaliteti finansiranja razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda. Aktuelna faza razvoja smatra se početnom fazom organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji s obzirom na to da se ovaj vid turizma u prethodnim decenijama sporadično (*ad hoc*) razvijao u skladu sa individualnim inicijativama. Donošenjem Programa razvoja održivog ruralnog turizma u Republici Srbiji, koji je Vlada Republike Srbije usvojila u novembru 2011. godine, počinje njegov organizovani razvoj.

U *Zaključku* su eksplicitno predstavljene rezultati istraživanja. U ovom delu detaljno su obrazloženi zaključci do kojih se došlo na osnovu realizacije primarnog i sekundarnog cilja istraživanja i verifikacije postavljenih hipoteza. Predstavljene su i rezultati komparativne analize rezultata anketnog istraživanja i iskustava Slovenije, Hrvatske, Mađarske Austrije i Rumunije i rezultata realizovanog anketnog istraživanja. Njihovom sintezom formulisani su zaključci, odnosno predlozi relevantni za finansiranje, ali i redefinisane domaće ruralne turističke ponude, što bi se posredno odrazilo na poboljšanje ekonomskog položaja ruralnog turizma u Republici Srbiji, a time i na potencijal samofinansiranja ove delatnosti. Na osnovu rezultata komparativne analize definisane su i neophodne institucionalne promene u cilju definisanja koncepta upravljanja održivim razvojem ruralnog turizma u Republici Srbiji.

# 1. METODOLOŠKI PRISTUP

## 1.1. Značaj i aktuelnost teme

Afirmacija razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji ima uporište ukoliko se posmatra raspoloživost resursa, kao i mogućnost ruralnog razvoja zasnovanog na multisektorskom pristupu.

Republika Srbija poseduje komparativne prednosti za razvoj ruralnog turizma, s obzirom na to da 85% njene teritorije, prema kategorizaciji Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (*OECD*), čine ruralne oblasti. Republika Srbija ima i povoljan geografski položaj, bogato istorijsko i kulturno nasleđe, očuvanu tradicionalnu seosku arhitekturu i atraktivna etno obeležja. U ruralnim područjima se održavaju brojne etnografske i gastronomske manifestacije, a stanovništvo karakteriše tradicionalna gostoljubivost.

Finansijski resursi su jedno od najvećih ograničenja razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, što afirmiše temu ove disertacije, odnosno potrebu istraživanja u okviru nje. Finansijski resursi predstavljaju razvojno ograničenje posmatrano sa aspekta: nedovoljnosti - u kvantitativnom pogledu i nedostupnosti kvalitetnih finansijskih resursa. Neophodno je da se paralelno rešavaju problemi finansiranja ruralnog turizma i poljoprivrede s obzirom na to da su ove delatnosti uzročno-posledično povezane.

Razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji omogućio bi pozitivne ekonomske efekte na nivou poljoprivrednih gazdinstava, lokalno-ekonomskih zajednica, kao i na nivou države.

Efekti razvoja ruralnog turizma na nivou države:

- (a) realizaciju „nevidljivog izvoza“ ukoliko bi korisnici usluga bili strani turisti, što bi imalo pozitivne efekte na platni bilans;
- (b) smanjenje razlika u privrednoj razvijenosti između ruralnih i urbanih područja, kao i razlika u regionalnoj razvijenosti;
- (c) razvoj ruralne infrastrukture i stvaranje boljih uslova za život;
- (d) smanjenje migracija iz ruralnih u urbana područja;
- (e) očuvanje tradicionalne arhitekture, gastronomije, običaja, folklora i sl.
- (f) upoznavanje stranih turista sa kulturom i načinom života u Republici Srbiji, što ima društveni i politički značaj.

Efekti razvoja ruralnog turizma na nivou lokalno-ekonomskih zajednica su:

- (a) diverzifikacija i razvoj ruralnih ekonomija;
- (b) otvaranje novih radnih mesta;

Efekti razvoja ruralnog turizma na nivou poljoprivrednih gazdinstava su:

- (a) diverzifikacija delatnosti;
- (b) obezbeđenje dodatnih prihoda od nepoljoprivrednih delatnosti (turizma, plasmana proizvoda domaće radinosti, proizvoda starih zanata, suvenira, prerađenih poljoprivrednih proizvoda i sl.);
- (c) razvoj organske poljoprivredne proizvodnje i mogućnost plasmana njenih proizvoda kroz ruralni turizam;
- (d) valorizaciju rada žena u okviru domaćinstva;
- (e) radno angažovanje mladih, kao i starijih članova domaćinstva.

## 1.2. Predmet i cilj istraživanja

**Predmet istraživanja** je definisanje mogućih modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji sa aspekta razvoja turističke ponude.

Cilj istraživanja može da se raščlani sa primarni i sekundarni.

**Primarni cilj istraživanja:** da se predstave dosadašnji i aktuelni, te definišu potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude, u Republici Srbiji.

Potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma treba da obuhvate:

- (1) finansiranje turističke ponude (u užem smislu) u početnoj fazi organizovanog razvoja;
- (2) finansiranje turističke ponude (u užem smislu) u razvijenoj fazi;
- (3) finansiranje razvoja turističkih sadržaja;
- (4) finansiranje razvoja ruralne infrastrukture;
- (5) finansiranje razvoja kadrova u ruralnom turizmu;
- (6) finansiranje razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda;
- (7) finansiranje razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda.

**Sekundarni cilj istraživanja:** da se analiziraju faktori koji mogu da imaju uticaja na mogućnost samofinansiranja pružalaca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji. U tu svrhu u anketnom istraživanju su obuhvaćena i pitanja vezana za:

- (a) karakteristike subjekta ruralnog turizma;
- (b) povezanost turizma i poljoprivrede;
- (c) karakteristike turističkog prometa;
- (d) probleme koji utiču na turistički promet i načini njihovog rešavanja (finansiranja);
- (e) karakteristike realizovanog prihoda;
- (f) uticaj poreza na troškove poslovanja;
- (g) uticaj troškova radne snage;
- (h) uticaj troškova promocije i prodaje;
- (i) ocena uloge države u razvoju ruralnog turizma.

## 1.3. Pregled literature

Pregled aktuelne strane i domaće literature dat je sa aspekata značajnih za razmatranje u ovom radu.

Karakteristike ruralnog turizma sa aspekta njegovog ekonomskog značaja su: (a) uticaj na porast blagostanja, odnosno na ekonomski razvoj lokalno-ekonomske zajednice i regije; (b) uticaj na rast životnog standarda lokalnog stanovništva; (c) uticaj na socijalne promene u svakodnevnom životu lokalnog stanovništva. (Boyne, 2005)

Prema stavu Svetske turističke organizacije najveći ekonomski značaj ruralnog turizma je u tome što ova delatnost pomaže eliminaciji siromaštva („*tourism helps poverty elimination*“). Ruralni turizam se uglavnom razvija u predelima koji imaju ograničene finansijske, ali izvanredne prirodne resurse koji bi mogli da budu platforma privrednog razvoja. (Jing, 2006)

Razvoj ruralnog turizma na području Evropske unije omogućava: (a) stabilizaciju ukupnog regionalnog razvoja; (b) potpunu valorizaciju prirodnih i antropogenih vrednosti ruralnog prostora; (c) očuvanje tradicije, kulture i prepoznatljivog identiteta ruralnih zajednica; (d) optimizaciju odnosa ruralnih i urbanih celina regiona; (e) podizanje konkurentske



sposobnosti regiona kao turističke destinacije; (f) stvaranje balansa između svih privrednih aktivnosti u regionu. „U vanekonomske oblasti, turizam je faktor zaustavljanja migracija, utiče na podizanje obrazovnog i kulturnog nivoa na selu, te na urbanizaciju i politizaciju farmera.“ (Pejanović, 2013)

Prema (Mitchell, Hall, 2005) ruralni turizam je jedna od radno najintenzivnijih industrija, što predstavlja potencijalni doprinos za kreiranje novih radnih mesta i ekonomski razvoj ruralnih oblasti, a što je često i najznačajniji element u ruralnim razvojnim strategijama.

Ruralni turizam mora da ima dobru strategiju, razvoj mora da bude interdisciplinaran, odnosno da uspešno poveže sve segmente prostornog, socijalnog i ekonomskog razvoja. (Koščak, 1995)

Navedenu sistematizaciju ekonomskih koristi potrebno je dopuniti i ukazivanjem na „ekonomske štete“ koje ruralni turizam može da uzrokuje.

Prema (Roberts et al., 2005) aktuelne cene usluga u ruralnom turizmu ne sadrže plaćanje za negativne efekte ruralnog turizma na životnu sredinu, odnosno „plaćanja za održavanje prirodne sredine.“ Prema citiranom izvoru zbog razvojnih potencijala ruralnog turizma i potrebe da se sačuva ruralna sredina u cilju održivog ruralnog razvoja, neophodno je da ruralni turizam ima podršku države. Autori uvode pojam „seoski kapitala“ koji može da se definiše kao „kapaciteti koji obezbeđuju izvore za razvoj, a koji se mogu identifikovati kao: ekonomski, prirodni, ljudski, socijalni i kulturni izvori.“

Održivi razvoj ruralnog turizma predstavlja deo integralnog ruralnog razvoja, a on se definiše kao „savremeni koncept koji predstavlja kompleksan razvoj određenog ruralnog područja na osnovu raspoloživih prirodnih, materijalnih, infrastrukturnih i ljudskih resursa kojima se upravlja sa dužnom pažnjom na očuvanju ravnoteže čoveka i prirode.“ (Njegovan, Pejanović, 2009)

Prema (Kušen, 1995) ruralni turizam, a „osobito turizam na seljačkom gospodarstvu postaje sve značajniji partner u održivom razvoju i humanom uređenju ruralnih područja.“

Razvoj ruralnog turizma se „ne može posmatrati samo kao ekonomski rast, već i sa aspekta ekološkog i socijalnog razvoja.“ (George et al., 2009)

Prema (Milenković, 2005) selo koje teži da dobije i turističku funkciju potrebno je: (a) da sačuva poljoprivrednu proizvodnju, kao osnovnu delatnost; (b) da se arhitektonska rešenja smeštajnih kapaciteta uklapaju u ruralni ambijent; (c) da se očuva seoski način života kroz negovanje starih običaja i svetkovina, kao i kulture ishrane, odevanja i stanovanja; (d) da se turisti uključe, preko porodice svog domaćina, u celokupan život na selu; (e) da lokalno stanovništvo nije izolovano od turista, odnosno da nije „bezimni davalac turističkih usluga sa određenim radnim vremenom“, već da se uporedo bavi i poslovima na imanju i postupa prema turistima kao prema delu lokalnog, svakodnevnog života.

Razvoj turizma na selu sprečava narušavanje prirodnog ambijenta, utiče na očuvanje tradicionalne narodne arhitekture, etnografskih elemenata, osobenog načina života i rada, a često obezbeđuje i podsticaj za razvoj infrastrukture, koja doprinosi rastu drugih ekonomskih aktivnosti u seoskim oblastima. Prema citiranoj autorki posebna korist od razvoja ruralnog turizma može da bude „povećanje broja šansi za društvene interakcije lokalnih ljudi, koji često žive relativno izolovano u poljoprivrednim zajednicama.“ (Košić, 2012)

Prema (Brooks, 2000) turizam zasnovan na nasleđu je sastavni deo nove ekonomske strategije koja ima u fokusu razvoj i promociju kulturnih, istorijskih, geografskih i prirodnih resursa zajednica ili regiona. Prema citiranom autoru ovaj turizam predstavlja putovanje zbog prirodnih, istorijskih i kulturnih atrakcija, odnosno zbog želje za izučavanjem prošlosti, ali i

traženja odgovora kako lokalna i regionalna umetnost, prirodno okruženje i kultura utiču na sadašnjicu.

Postoje značajne veze između poljoprivrede i turizma. Ove privredne delatnosti su međusobno komplementarne i višestruko povezane, jer je poljoprivreda proizvođač, a turizam potrošač poljoprivrednih proizvoda...Turizam je faktor razvojnih tendencija ruralnih prostora, dopunska delatnost seoskom stanovništvu, tržište poljoprivrednih proizvoda, faktor razvoja poljoprivrede i „omekšivač“ depopulacijskih tokova. Prema citiranim autorkama ograničenja koja deluju na razvoj korelacije turizma i poljoprivrede mogu se podeliti u dve kategorije: (1) ograničenja koja nastaju u okviru samog poljoprivrednog domaćinstva (nepostojanje ambijentalne turističke vrednosti domaćinstva, turističke ponude, odnosno smeštajnih kapaciteta i ponude hrane definisanog geografskog porekla); (2) ograničenja zajednice (nepostojanje koncepta razvoja turizma, zakonska nedorečenost i nedostatak adekvatne promocije ruralnog turizma). (Todorović, Štetić, 2009)

Prema (Ciani, 2003) pojavom ruralnog turizma, odnosno agroturizma, i priključivanjem ovih aktivnosti već postojećim poljoprivrednim aktivnostima, poboljšava se kvalitet života na farmama.

Turizam, kao i svaka druga kategorija potrošnje, ima multiplikativnu funkciju. Jednom realizovana jedinica turističke potrošnje prolazi tokom godine kroz gotovo sve grane nacionalne ekonomije pre nego što izađe iz privrednog toka. Ovakvo dejstvo turizma pokreće niz privrednih procesa u neturističkim granama i regionima, omogućava uzastopno stvaranje dohotka i tako indirektno doprinosi uvećanju nacionalnog dohotka. Turizam je delatnost koja ima visok multiplikator. Koeficijent multiplikacije se kreće od 3,0 do 5,0 zavisno od opšte privredne i turističke razvijenosti, što predstavlja induktivnu funkciju turističke potrošnje. (Vukićević, 1981)

Prema (Milojević, 2007) efekat multiplikovanja potrošenog novca u lokalnoj zajednici, od turizma, izuzetno visok, ceni se da iznosi 2,2, što znači da jedan dinar koji potroši turista stvara 2,2 dinara na nivou lokalne privrede...Citirana autorka navodi da je urađena gruba procena, prema kojoj u zapadnoj Evropi jedan smeštajni objekat sa četiri kreveta u seoskom turizmu obezbeđuje, svojim direktnim i indirektnim efektima, prihod jednak jednom novom radnom mestu, odnosno zaposlenju. To ne znači da se stvara fizički novi posao, odnosno novo radno mesto, već se radi o prihodu koji će se raspodeliti između nekoliko „snabdevača“ usluga ili proizvoda u lokalnoj zajednici... Proizilazi da će se sa deset smeštajnih jedinica stvoriti ekvivalent otvaranju tri ili četiri nova radna mesta, odnosno da je „pravi“ efekat od turizma indirektan.

Ruralni turizam može da bude relativno „osetljiv“ elemenat ruralnog razvoja s obzirom na to da: (a) investicije, otvaranje novih preduzeća i zapošljavanje mogu da budu ograničeni zbog malog turističkog prometa; (b) ruralni turizam zahteva mnogo veština da bi bio uspešan, ovim vidom turizma se bave ruralni preduzetnici, koji često nemaju specifične kvalifikacije potrebne za turizam; (c) ruralni turizam uključuje mnogo mikro preduzeća; (d) turistička sezona je često kratka, što uslovljava da je kratak period za realizaciju prihoda, odnosno za „snabdevanja kapitalom.“ (Roberts, Hall, 2003)

Prema (Sznajder et al., 2009) razvoj ruralnog turizma vezuju se za: prirodne, demografske, infrastrukturne, ali i finansijske resurse i podršku države u oblasti ruralnog i regionalnog razvoja. Navedeni stav je posebno značajan za područje razmatranja ovog rada s obzirom na to da ističe značaj finansijskih resursa i podršku države u cilju razvoja ruralnog turizma.

Finansiranje je obično najteži deo razvojnog puta ruralnog turizma s obzirom na to da neke studije dokazuju da iznalaženje načina finansiranja zahteva najviše vremena (resursa) za izradu (implementaciju) projekata ruralnog turizma. (Svržnjak et al., 2014)

Prema (Andrić i sar., 2005) finansiranje iz sopstvenih sredstava je „najsigurniji, najstabilniji i lako dostupan izvor finansiranja investicija.“

Finansiranje iz sopstvenih izvora je osnova finansijske samostalnosti privrednog subjekta, ali rentabilno poslovanje je glavni preduslov za mogućnost samofinansiranja. (Vunjak, 1999)

Prema (Stevens, Jabara, 1988) krediti omogućavaju farmerima fleksibilnije upravljanje resursima, kao i bolje upravljanje svim rizicima poljoprivredne proizvodnje, nastalim usled promenljivih vremenskih uslova i kretanja cena na tržištu poljoprivrednih proizvoda.

Primeri evropskih zemalja, koje danas imaju razvijen turizam, su potvrde da je za razvoj ove delatnosti neophodna finansijska podrška države u inicijalnoj fazi. Prema (Bonham, Mak;[56]) u Sjedinjenim američkim državama su do 1993. godine vlade svih država finansirale promociju turističkih putovanja unutar SAD.

Prema (Bakić, Hrabovski-Tomić, 2010) ekonomska podrška države razvoju turizma manifestuje se kroz monetarnu i fiskalnu politiku. Citirani autori pod državnom ekonomskom podrškom podrazumevaju direktna državna ulaganja iz budžeta i drugih fondova, privlačenje stranih donatorskih sredstava, razvojne kredite, kao i subvencionisane kamate. Svi navedeni oblici ekonomske podrške su od izuzetnog značaja i za razvoj ruralnog turizma.

Prema (Perić, Dragičević, 2006) javno-privatna partnerstva, koja se od 80-tih godina XX veka osim za finansiranja infrastrukture, upotrebljavaju i za druge namene... imaju značaj za razvoj saobraćaja, a time predstavlja i potencijal za razvoj turizma.

Ključni faktori uspešnosti javno-privatnih partnerstava u oblasti ruralnog turizma su: usvajanje jasnog strateškog i planskog okvira, ograničavanje partnerstva na entitet koji omogućava prirodnu celovitost, komplementarnost ciljeva i interesa i oblikovanje jasnog identiteta, uključivanje velikog broja aktera iz ruralnog turizma i oblasti koje su povezane sa njim, definisanje izvora finansiranja, uključivanje stanovništva u informisanje ali i odlučivanje o nastanku JPP, kao i uspostavljanje sistema procenjivanja partnerstva u toku i po okončanju. (Bogdanov i sar., 2011)

Hartije od vrednosti i investicioni fondovi mogu da budu potencijalan modalitet finansiranja ruralnog turizma. Prema (Mishkin, 2006) najvažnija funkcija finansijskih tržišta je usmeravanje sredstava putem direktnog ili indirektnog finansiranja „u kome finansijski posrednik pomaže u transferu sredstava između zajmodavaca - štediša i zajmoprimaca-korisnika.“

Prema (Šoškić, 2006) investicioni fondovi su danas najbolji finansijski „provodnici“ štednje ka investicijama u finansijskim sistemima razvijenih zemalja. Prema citiranom autoru najznačajniji razlozi popularnosti investicionih fondova među sitnim investitorima su u tome što investicioni fondovi „mogu dati relativno visoke prinose (više od oročenih štednih depozita), uz relativnu sigurnost (zbog diverzifikovanog portfolia) i uz visoki stepen likvidnosti (jer se akcije fonda mogu prodati).“

Municipalne obveznice mogu da budu i vid štednje stanovništva, ukoliko se obezbedi sigurnost uloga, kao i dobra promotivna akcija vezana za emotivnu pripadnost, odnosno želju stanovnika da učestvuju u izgradnji svoje lokalno-ekonomske zajednice. Prema citiranim autorima, ovaj način finansiranja ima i negativne posledice, s obzirom na to da može da poveća javni dug. (Kocić i sar., 2012)

Lizing, kao način finansiranja ruralnog turizma, može se koristiti i za kupovinu kuća na selu. Prema citiranom autoru, ovaj modalitet finansiranja može, posebno, da bude interesantan investitorima iz dijaspore. (Ristić, 2010)

Prema (Krasulja, Ivanišević, 1999) „lizing predstavlja specifičan vid pribavljanja osnovnih sredstava, gde zakupac kupuje pravo korišćenja sredstava, dok sredstvo ostaje i dalje u vlasništvu zakupodavca.“

(Vujić, 2007) ističe da su mogućnosti plasmana mikokreditnih organizacija u ruralni turizam, pre svega, u razvoj turističke ponude, odnosno u izgradnju smeštajnih kapaciteta, razvoj ugostiteljskih i turističkih sadržaja.

„Mikrokreditiranje prevashodno znači pružanje finansijskih usluga stanovništvu sa nižim prihodima...da pokrene sopstveni biznis i ekonomski se osamostali i ojača.“ (Erić i sar., 2012)

Prema (Đekić, 2005) ograničenja u razvoju preduzeća u ruralnim područjima zemalja u tranziciji ispoljavaju se u oblasti infrastrukture, finansija i aktuelne politike tih zemalja, a u ovim zemljama se relativno mali deo stranih direktnih investicija usmerava u razvoj ruralnih područja. Prema citiranoj autorki da bi navedene države bile atraktivne inostranim investitorima važno je da poseduju privlačan privredno-administrativni i politički ambijent.

Citirani izvodi iz dostupne domaće i strane literature ukazuju na ekonomski značaj ruralnog turizma, ističu važnost finansijskih resursa za njegov razvoj i ilustruju potencijalne modalitete finansiranja ovog vida turizma. Takođe, ukazuju i na međuzavisnost razvoja turizma i poljoprivrede, sposobnost ruralnog turizma da inicira diverzifikaciju ruralne ekonomije, a time i ruralni i regionalni razvoj.

## 1.4. Metode istraživanja i izvori podataka

U radu su korišćene kvalitativne i kvantitativne metode istraživanja svojstvene društvenim naukama.

Korišćene kvalitativne metode su: metod analize i sinteze, istorijski, komparativni, deskriptivni, kao i metod terenskog istraživanja. Deskriptivni metod je korišćen u cilju predstavljanja karakteristika subjekata ruralnog turizma u okviru sprovedenog anketnog istraživanja, a u cilju realizacije zadataka definisanih sekundarnim ciljem istraživanja. Istorijski metod je korišćen u cilju predstavljanja razvoja ruralnog turizma, kao i načina njegovog finansiranja. Komparativni metod je korišćen za analizu dosadašnjih načina finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji i Evropskoj uniji, odnosno u Republici Srbiji i pojedinim državama - članicama Unije. Metod terenskog istraživanja je implementiran za analizu aktuelnih načina finansiranja domaćeg ruralnog turizma i bitnih karakteristika vezanih za realizaciju sekundarnog cilja istraživanja. Kvalitativne metode su korišćene i u cilju sinteze i analize dobijenih podataka, te predlaganja potencijalnih modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji.

U istraživanju su korišćene i kvantitativne metode i to, pre svega, statistički metod. Ovaj metod je korišćen prilikom obrade podataka dobijenih terenskim istraživanjem, kao i podataka dobijenih od resornih ministarstava i pokrajinskih sekretarijata, a vezanih za finansiranje ruralnog turizma u Republici Srbiji u dosadašnjem periodu.

Izvori podataka korišćeni u izradi disertacije su: dostupna literatura, dokumentacija resornih ministarstava u Republici Srbiji (Ministartsva poljoprivrede i Ministarstva privrede), resornih sekretarijata APV (Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu i Pokrajinskog sekretarijata za privredu), relevantni web sajtovi, kao i dokumentacija privrednih komora,

turističkih organizacija, te baza podataka Nacionalne asocijacije „Seoski turizam Srbije“, klastera „Istar 21“ koji je realizovao projekat „Bogatstvo različitosti“ sa ciljem razvoja ruralne turističke ponude na području AP Vojvodine i sl.

U sprovedenom anketnom istraživanju izvori podataka su subjekti ruralnog turizma: seoska turistička domaćinstva, domaća radinost, etno kuće, etno sela, salaši, hoteli koji se nalaze u ruralnim područjima, kao i drugi pružaoci usluga u ruralnom turizmu na području Republike Srbije.

## 1.5. Polazne hipoteze rada

Polazne hipoteze rada čine: generalna hipoteza, posebne i pojedinačne hipoteze.

*Generalna hipoteza:* Finansijski resursi (posmatrani sa kvantitativnog i kvalitativnog aspekta) predstavljaju značajno ograničenje razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji na svim nivoima (nacionalnom, regionalnom, lokalnom, kao i na nivou subjekta ruralnog turizma). Finansijski resursi su ograničenje za razvoj svih segmenata ruralne turističke ponude: razvoja smeštajnih kapaciteta, ugostiteljske ponude, razvoja ruralne infrastrukture, promocije, kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda, kao i razvoja kadrova (pružalaca usluga u ruralnom turizmu).

U istraživanju je korišćeno šest posebnih i osam pojedinačnih hipoteza.

*Posebna hipoteza (H-1):* Ruralni turizam je značajan faktor razvoja ruralne ekonomije i povećanja zaposlenosti;

*Pojedinačna hipoteza (h-1):* Subjekti ruralnog turizma koji ostvaruju veće prihode, odnosno čija se delatnost nalazi na višem nivou razvoja, zapošljavaju pored članova svoje porodice i dodatne radnike.

*Posebna hipoteza (H-2):* U cilju razvoja ruralnog turizma neophodno je da se paralelno razvijaju poljoprivreda i turizam, odnosno da se definišu modaliteti njihovog finansiranja;

*Pojedinačna hipoteza (h-2):* Subjekti ruralnog turizma, koji se bave i turizmom i poljoprivredom ostvaruju veće prihode u odnosu na ostale pružaoce usluga u ruralnom turizmu;

*Pojedinačna hipoteza (h-3):* Subjekti ruralnog turizma, koji pored usluga smeštaja pružaju i usluge ishrane, ostvaruju veće prihode;

*Pojedinačna hipoteza (h-4):* Većina subjekata ruralnog turizma ne realizuje investicije usled nedostatka finansijskih resursa, odnosno adekvatnih modaliteta finansiranja;

*Posebna hipoteza (H-3):* U cilju razvoja ruralnog turizma i obezbeđivanja akumulativnosti, a time i samofinansiranja delatnosti, potrebno je pozicioniranje domaćeg ruralnog turističkog proizvoda na međunarodnom turističkom tržištu;

*Pojedinačna hipoteza (h-5):* Subjekti ruralnog turizma koji, pored domaćih, imaju i strane goste (turiste) ostvaruju veće prihode u odnosu na subjekte koji pružaju turističke usluge samo domaćim turistima.

*Posebna hipoteza (H-4):* U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je finansiranje razvoja ruralne infrastrukture;

*Pojedinačna hipoteza (h-6):* Veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji se nalaze u područjima gde je razvijena ruralna infrastruktura.

*Posebna hipoteza (H-5):* U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je finansiranje razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda;

*Pojedinačna hipoteza (h-7):* Veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji imaju razvijenu promociju svog ruralnog turističkog proizvoda.

*Posebna hipoteza (H-6):* U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je finansiranje razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda;

*Pojedinačna hipoteza (h-8):* Veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji koriste kanale prodaje ruralnog turističkog proizvoda.

## 1.6. Zadaci istraživanja

Zadaci istraživanja sistematizovani su u okviru sledećih faza:

- (1) analiza teorijskih izvora o ruralnom turizmu i ekonomskom značaju ruralnog turizma;
- (2) analiza teorijskih izvora o načinima finansiranja poljoprivrede i ruralnog turizma;
- (3) analiza povezanosti poljoprivrede i ruralnog turizma u Republici Srbiji sa finansijskog aspekta;
- (4) analiza razvijenosti ruralnog turizma u Republici Srbiji i uticaja finansijskih resursa na aktuelni nivo razvijenosti;
- (5) realizacija anketnog (terenskog) istraživanja i statističke obrade podataka;
- (6) analiza dosadašnjih modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji;
- (7) analiza dosadašnjih modaliteta finansiranja pojedinih oblika ruralnog turizma u Republici Srbiji;
- (8) analiza razvijenosti i modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Evropskoj uniji i u zemljama u okruženju (Slovenija, Hrvatska, Mađarska, Austrija, Rumunija);
- (9) definisanja mogućih modaliteta finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji.

## 2. POJAM I EKONOMSKI ZNAČAJ RURALNOG TURIZMA

Ruralni turizam je zajednički naziv za sve oblike turizma koji se odvijaju u ruralnim područjima. Termin „ruralni turizam“ je prihvaćen u Evropskoj uniji. U domaćoj literaturi, pored termina ruralni turizam, upotrebljavaju se i izrazi agroturizam i seoski turizam. Njihova upotreba nije adekvatna s obzirom na to da agroturizam predstavlja samo jedan od oblika ruralnog turizma, a seoski turizam obuhvata samo turizam u selima.

### 2.1. Pojam ruralnog turizma

Prema definiciji ruralnog turizma navedenoj u (Encyclopedia of Tourism, 2000) ističe se da je ruralni prostor osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma, kao i da je razvoj ovog vida turizma uzrokovan potrebom stanovnika iz urbanih područja za odmorom i rekreacijom u ruralnom prostoru.

**TABELA 1 DEFINICIJE RURALNOG TURIZMA**

<b>PREGLED DEFINICIJA</b>
Ruralni turizam je „treća opcija turizma“ i daje dodatnu vrednost seoskoj privredi, ali i nove sadržaje, odnosno novi život kulturnoj i prirodnoj baštini.
Ruralni turizam je instrument razvoja i obnove sela. Ruralni turizam je složen turistički proizvod, sastavljen od brojnih parcijalnih turističkih proizvoda koji su međusobno povezani u funkcionalnu, privrednu, sociološku i prostornu, kao i turističku celinu, jer ruralni prostor raspolaže sa brojnim lokalnim i regionalnim turističkim atrakcijama od kojih se kreiraju brojni parcijalni proizvodi, koji po principu „sitnog veza“ kreiraju specifične proizvode karakteristične za ruralni prostor i ruralni turizam.
Ruralni turizam zadovoljava potrebu gradskog čoveka za "slobodnim prostorom", za vraćanjem tradiciji, za upoznavanjem različitosti u pogledu prirodnih bogatstava i folklornog nasleđa, a omogućava mu da se upozna sa „karakterističnim poljoprivrednim kulturama regije.“
Ruralni turizam je selektivni oblik turizma koji sve više dobija na značaju u kontekstu ekološke dimenzije čoveka i prostora i rastuće svesti o neophodnosti održivog razvoja.

*Izvor: Autorka na osnovu literature:[77];[80];[16];[119];[76]*

Veće Evrope je 1986. godine usvojilo definiciju, koja je prihvaćena na nivou Evropske unije i najprisutnija je u stranoj i domaćoj literaturi, a prema kojoj se termin ruralni turizam koristi u slučajevima kada je ruralna kultura ključna komponenta ponuđenog turističkog proizvoda. (Demonja, Ružić, 2010; Pančić-Kombol, 2000) Veće Evrope definisalo je ruralni turizam i sa aspekta aktivnosti koje se mogu realizovati u ruralnim područjima, kao što su: pešačenje, aktivnosti na vodi, u vazduhu, razni sportovi i sl. Aktivnosti koje se sprovode u okviru ruralnog turizma obuhvataju i upoznavanje sa proizvodnim procesima u poljoprivrednoj proizvodnji, kulturne, gastronomske, kao i aktivnosti zdravstvenog karaktera. (Pančić-Kombol, 2000)

Prema navedenim definicijama ruralni turizam je neodvojiv od ruralnog područja. Analizom dostupne domaće i inostrane literature može se zaključiti da ne postoji jedinstvena internacionalno prihvaćena definicija ruralnog područja. Stoga je u okviru Evropske unije, u

cilju formiranja zajedničkog kriterijuma ruralnosti, prihvaćena definicija Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (*OECD*). Prema ovom kriterijumu ruralnim područjima, na lokalnom nivou, se smatraju ona koja imaju gustinu naseljenosti manju od 150 stanovnika po km<sup>2</sup>. Na regionalnom nivou geografske jedinice se grupišu u tri tipa: (a) dominantno ruralna područja, gde ruralne oblasti čine više od 50% teritorije; (b) u značajnoj meri ruralna područja, gde ruralne oblasti čine od 15% do 50% teritorije i (c) dominantno urbanizovana područja, gde ruralne oblasti čine manje od 15% teritorije. Evropska unija je, prema navedenom kriterijumu, dominantno ruralno područje s obzirom na to da ruralne oblasti čine oko 90% teritorije.

Postoje i druge definicije ruralnog turizma i one su prikazane u tabeli 1, a predstavljaju ovaj vid turizma sa privrednog, sociološkog, ekološkog i kulturnog aspekta.

U daljem razmatranju, koristiće se opšte prihvaćena definiciji u okviru Evropske unije, prema kojoj se ruralni turizam definiše kao vid turizma koji obuhvata sve turističke aktivnosti koje mogu da se odvijaju u ruralnim predelima i koje mogu da se uvrste u turističku ponudu tih područja.

## 2.2. Istorijski razvoj ruralnog turizma

Razvoj selektivnih oblika turizma, u okviru njih i ruralnog turizma, na evropskom području počeo je u drugoj polovini XX veka. Preciznije, ruralni turizam je počeo da se intenzivnije razvija 70-tih godina XX veka, kao deo strategija razvoja ruralnih područja i u skladu sa potrebom da se sačuvaju ova područja od depopulacije. Razvoj ruralnog turizma bio je i rezultat smanjene turističke tražnje za masovnim turizmom i sve izraženijih zahteva turista za diferenciranom turističkom ponudom. Ruralna turistička ponuda omogućava turistima da upoznaju različite kulture, običaje, navike, načine života i ishrane. Ove različitosti se najbolje mogu sagledati u ruralnim sredinama pojedinih država s obzirom na to da su one čuvari tradicije. U ruralnim područjima nije došlo, pod uticajem masovne kulture, do brisanja granica u osobenostima obeležja pojedinih naroda i nacija.

Prema (Long, Lane, 2000) razvoj ruralnog turizma na evropskom području može se podeliti na dve faze: (1) period zaključno sa krajem XX veka; (2) period od početka XXI veka. U prvoj fazi razvoja ruralnog turizma zabeležen je značajan rast broja pružalaca usluga, broja partnerstava, obima prometa, kao i razvoj ruralnog turističkog proizvoda. „Na području Evrope stopa rasta turističke tražnje, u periodu od 1980.-2000. godine, bila je 52%, što je predstavljalo ubedljivo najveći rast u odnosu na ostale turističke regione. (Bošković, 2003) Prema (Long, Lane, 2000) ruralni turizam je od početka XXI veka ušao u svoju drugu fazu razvoja, koja je kompleksnija i u okviru koje će se revidirati njegovo mesto u razvojnim politikama, praktična implementacija tih politika, uloga ruralnog turizma u razvoju sela, kao i u razvojnom procesu celokupnog turizma.

Razvoj ruralnog turizma na području Evropske unije je rezultat i kontinuirane finansijske podrške. Značaj finansijske podrške razvoju ruralnog turizma, u cilju smanjivanja disproporcija u razvijenosti ruralnih područja, istaknut je u okviru Sporazuma iz Mastrihta, koji je potpisan 1992. godine. Reformom Zajedničke poljoprivredne politike, realizovanom krajem XX veka, i definisanim reformskim dokumentom *AGENDA 2000*, uvedena je politika ruralnog razvoja, u okviru koje je poseban akcenat stavljen na razvoj ruralnog turizma. U tom cilju su u budžetu Evropske unije bila predviđena i značajna finansijska sredstva. Finansiranje ruralnog turizma, od 2007. godine, realizuje se iz Evropskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (*EAFRD - European Agricultural Fund for Rural Development*).



## 2.3. Karakteristike ruralnog turizma

Ruralni turizam je multisektorska delatnost s obzirom na to da turistička ponuda objedinjuje ekonomski, društveni i kulturni aspekt.

Prema (Roberts, Hall, 2003) ključne karakteristike ruralnog turizma su: (a) smešten je u ruralnim oblastima; (b) funkcionalno je ruralan (vezan za ruralno područje, koga karakteriše otvoren prostor, kontakt s prirodom, nasleđem, tradicionalnim društvom i proizvodnjom); (c) mogućnost turista da učestvuju u tradicionalnim aktivnostima i životnom stilu lokalnog stanovništva; (d) obezbeđen direktan kontakt gost-domaćin; (e) lociran u ruralnim naseljima, koja su obično manja po veličini; (f) ruralni turizam ima obeležje tradicije jednog područja; (g) razvoj ruralnog turizma je spor, jer je često u velikoj meri kontrolisan od lokalne zajednice u cilju dugoročnog razvoja i dobiti oblasti; (h) mnogo različitih oblika ruralnog turizma su rezultat kompleksnih uticaja ruralne sredine, ekonomije, istorije i drugih karakteristika određene lokacije; (i) ruralna zajednica ima značajnu korist od prihoda ostvarenih u ruralnom turizmu.

Osnovne karakteristike ruralnog turističkog proizvoda su: (a) ruralno iskustvo, odnosno iskustvo odmora u ruralnom okruženju; (b) ruralna kultura; (c) turiste privlači mogućnost da se opuste u osmišljenoj interakciji sa domaćim stanovništvom i prirodom. (Bartlet, 2006)

Prema (Tucker, 2005) važna karakteristika ruralnog turizma je direktan kontakt domaćina i gosta. Sličnog je stava i (Košić, 2012), koja navodi da specifičnost za proizvod ruralnog turizma predstavlja nastojanje da se posetiocu pruži lični kontakt, „osećaj za fizičko i ljudsko okruženje u ruralnom prostoru i koliko je to moguće, da mu se pruži mogućnost učestvovanja u aktivnostima, tradiciji i stilu života lokalnog stanovništva.“

Ključna karakteristika ruralnog turizma je seoski identitet, koji „je presudan za dolazak i boravak turista u ruralnom području“, a sa druge strane ovaj vid turizma ima ključnu ulogu u očuvanju identiteta ruralnih zajednica. (Ružić, 2011) Prema mišljenju citiranog autora ključni elementi koji određuju seoski identitet određenog ruralnog područja, a time i osnovne karakteristike ruralnog turizma su: (a) način rada, odnosno obavljanja poljoprivrednih i drugih poslova; (b) način pripreme hrane; (c) način odevanja na selu; (d) način odmora, zabave, i vrste hobija na selu; (e) narodni običaji; (f) tradicionalna arhitektura; (g) prirodne i druge specifičnosti.

## 2.4. Ekonomski značaj ruralnog turizma

Ruralni turizam ima ekonomski, društveni (socijalni) i politički značaj. Prema stavu Svetske turističke organizacije (WTO) ekonomski značaj ruralnog turizma obuhvata uticaj ovog vida turizma na razvoj ruralnih i planinskih područja koje nemaju mogućnosti za razvoj drugih delatnosti, kao i uticaj na rast životnog standarda u zabačenim selima i na očuvanje tradicionalnih ekonomskih aktivnosti, odnosno na sprečavanje urbanizaciju ruralnih predela. Ruralni turizam generiše direktne i indirektne mogućnosti zapošljavanja na nivou lokalne zajednice i omogućava pravednu distribuciju ekonomskih, socijalnih i kulturnih koristi lokalnom stanovništvu. (Jing, 2006) Ekonomski uticaji ruralnog turizma indukuju i socijalne promene, koje se manifestuju u poboljšanju uslova života u pogledu komunalnog opremanja, razvoja fizičke i socijalne infrastrukture, ali i obogaćivanja kulturnog života u ruralnim sredinama. (tabela 2)

Prema (Roberts, Hall, 2003) ekonomski značaj ruralnog turizma se manifestuje u rastu i diverzifikaciju ruralne privrede, posebno u njenoj revitalizaciji i reorganizaciji, a što

utiče i na povećanje kvaliteta života lokalnog stanovništva. Prema navedenim autorima turistički tokovi mogu da budu generator dopunskih prihoda na farmi, kao što su prihodi od starih zanata i drugih uslužnih sektora. Ruralni turizam pruža mogućnosti i da se ostvari ekonomska valorizacija specifičnosti neiskorišćenih i napuštenih kuća, karakterističnog prostora, kulture i sveukupne sadržajne ponude, kao i proizvodnje kvalitetne hrane. Ruralni turizam omogućava i tržišnu valorizaciju kulturnog nasleđa i njegovih simbola, prirodne sredine i identiteta ruralnih oblasti. Razvojna strategija ruralnog turizma bi trebala da je zasnovana na ekološkoj, ekonomskoj i socijalnoj održivosti.

**TABELA 2 – PREGLED TEORIJSKIH STAVOVA O EKONOMSKOM ZNAČAJU RURALNOG TURIZMA**

<b>Ekonomski značaj ruralnog turizma</b>
- Pобољшanje kvaliteta života i materijalnog statusa stanovništva u ruralnim područjima i uravnoteženje regionalnog razvoja; zaustavljanje migracija seoskog stanovništva ka urbanim centrima i motivisanje mladih za povratak na selo čime se podmlađuje seoska populacija i popravljaju struktura radno sposobnog stanovništva; razvoj klasične poljoprivredne proizvodnje i plasman proizvoda po principima tržišne ekonomije; afirmacija programa organske poljoprivredne proizvodnje.
– Mogućnost otvaranja novih radnih mesta i ostvarivanje dodatnog dohotka; uspostavljanje trajnih veza između lokalnih zajednica i domaćeg ili međunarodnog tržišta.
– Ostvarivanje nevidljivog izvoza, plasman proizvoda domaće radinosti, valorizacija kontinentalnih delova kroz njihovo uključivanje u turističku ponudu, stvaranje osnova za proširenje turističke tražnje.
- Obezbeđuje nove, alternativne, izvore dopunskog prihoda; kreira nova radna mesta; podstiče ekonomske aktivnosti na lokalnom nivou; uticaj na ukupni multiplikativni ekonomski i socijalni efekat.
– Podstiče razvoj lokalnog tržišta za poljoprivredne i nepoljoprivredne delatnosti na selu, valorizaciju prirodnih resursa.
– Važan pokretač ekonomskih aktivnosti i smanjenja broja stalno i sezonski nezaposlenih na tržištu rada.
– Utiče na ekonomsku razvijenost turističke destinacije.
– Uticaj na porast blagostanja, odnosno na ekonomski razvoj lokalno-ekonomske zajednice i regije; uticaj na rast životnog standarda lokalnog stanovništva; uticaj na socijalne promene u svakodnevnom životu lokalnog stanovništva.
– Omogućava pad agrarne zaposlenosti, apsorbuje viškove seoske radne snage.
– U cilju maksimalnog iskorišćavanja potencijala „industrije ruralnog turizma“ potrebno je da se razvoj ruralnog turizma uključi u integrisane razvojne planove, kako bi se najbolje realizovale njegove multisektorske razvojne mogućnosti i efekti.

*Izvor: Autorka na osnovu literature: [64];[46];[41];[30];[118];[59];[61];[57];[126];[110].*

Ekonomski značaj ruralnog turizma na mikro nivou, odnosno značaj za lokalno-ekonomsku zajednicu, prema (Đekić, Vučić, 2003), može se skraćeno opisati terminom „CARE“, što podrazumeva:

- (1) otvaranje novih radnih mesta (Create New Jobs);
- (2) privlačenje novih poslova (Attract New Business);

(3) očuvanje postojećih firmi (**Retain Existing Firms**);

(4) širenje postojećih firmi (**Expand Existing Firms**).

Ubrzani razvoj ruralnog turizma na području Evropske unije 90-tih godina XX veka bio je rezultat potrebe za obezbeđenjem dodatnih prihoda poljoprivrednim gazdinstvima, što svedoči o ekonomskom značaju ruralnog turizma. Pored pozitivnih ekonomskih, ruralni turizam može da ima i negativne ekonomske efekte. (tabela 3).

**TABELA 3 NEGATIVNI EKONOMSKI EFEKTI RURALNOG TURIZMA**

Negativni ekonomski efekti ruralnog turizma
(a) povećanje troškova za očuvanje prirodnih izvora i životne sredine;
(b) sezonski karakter (nepopunjenost kapaciteta tokom cele godine);
(c) niska stopa prinosa na investicije;
(d) rast sklonosti prema uvozu u cilju zadovoljenja turističkih potreba;
(e) rast prevelike zavisnosti od turizma, promena privredne strukture lokalne ekonomije;
(f) rast cena proizvoda, usluga i zemljišta, porast troškova života domaćeg stanovništva;
(g) sporedni troškovi (ne plaćaju ih direktno turisti npr. troškovi infrastrukture).

*Izvor: Autorka na osnovu literature:[42]; [36];[52].*

Prema (Čomić, 2003) „ukoliko se dopusti spontani i stihijski razvoj turizma u određenom prostoru, može se dogoditi da posle inicijalnih ekonomskih koristi dođe do takvog porasta ukupnih troškova (ekonomskih, ekoloških i socijalnih) koji mogu nadmašiti ukupne koristi.“ Navedeni stav može se primeniti i na ruralni turizam.

Prema (Roberts, Hall, 2003) negativni socijalno-ekonomski efekti ruralnog turizma su: sezonska tražnja, imigracija radne snage, promena lokalne strukture zaposlenosti, zapošljavanje žena na slabo plaćenim i povremenim poslovima („uloga domaćica“), samostalne aktivnosti sa slabim vezama sa lokalnom privredom, a ruralni turizam može, prema citiranim autorima, da uzrokuje i lokalnu inflaciju cena.

U cilju sveobuhvatnosti analize negativnih ekonomskih efekata ruralnog turizma potrebno je da se navedu i oportunitetni troškovi s obzirom na to da je „oportunitetni trošak vrednost robe ili usluge koje smo se odrekli.“ (Samjuelson, Nordhaus, 2005) Preciznije, neophodno je da se analiziraju i ulaganja u neke druge delatnosti, koje bi možda donele veće prihode lokalnom stanovništvu i privredi od ruralnog turizma.

### 2.4.1. Ekonomske funkcije ruralnog turizma

Funkcije ruralnog turizma mogu da budu ekonomske i neekonomske (društvene i političke). Pregled ekonomskih funkcija ruralnog turizma dat je u tabeli 4.

Ruralni turizam, kao uslužna delatnost, ne može da utiče na stvaranje bruto domaćeg proizvoda (*BDP*) i nacionalnog dohotka već samo na njihovu preraspodelu između pojedinih regiona na području jedne ili između pojedinih država (ukoliko je reč o inostranom turizmu). Uticaj ruralnog turizma na platni bilans, realizuje se unosom stranih sredstava plaćanja preko inostranih turista, odnosno bez klasičnog izvoza. Navedeno predstavlja i deviznu funkciju ruralnog turizma. Na ovaj način moguće je da se putem ruralnog turizma izvozi roba (neki poljoprivredno-prehrambeni proizvodi) koji ne bi mogli da se plasiraju na inostrano tržište zbog carinskih barijera. Ukoliko se turistički bilans posmatra kao deo platnog bilansa, na

strani aktive nalaze se svi prihodi koji se realizuju putem turizma, odnosno priliv deviza putem dolaska inostranih turista („nevidljivi izvoz“), a na strani pasive beleže se svi izdaci deviza po osnovu putovanja domaćeg stanovništva u inostranstvo, odnosno „nevidljivi uvoz“.

**TABELA 4 EKONOMSKE FUNKCIJE RURALNOG TURIZMA**

<b>Ekonomske funkcije ruralnog turizma:</b>
– uticaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak
– uticaj na platni bilans („nevidljivi izvoz“)
– devizna funkcija
– akcelatorska (razvojna)
– uticaj na privredni razvoj nerazvijenih područja
– induktivna
– multiplikativna
– konverziona
– podsticanje preduzetničkih aktivnosti (razvoj malih i srednjih preduzeća)
– uticaj na zapošljavanje (turizam je radno-intenzivna delatnost)

*Izvor: Autorka na osnovu literature:[36]; [2];[17];[47];[52];[44].*

Akcelatorska funkcija označava uticaj ruralnog turizma na ubrzanje opšteg privrednog i društvenog razvoja, što je od posebnog značaja za privredni razvoj nerazvijenih područja. Induktivna funkcija ruralnog turizma predstavlja njegov uticaj na privredne delatnosti koje su direktno ili indirektno povezane sa ovim vidom turizma: poljoprivredu, trgovinu, ugostiteljstvo, saobraćaj, građevinarstvo i zanatstvo. Konkretno, induktivna funkcija označava kako i koliko povećanje dohotka ostvarenog od ruralnog turizma utiče na razvoj drugih privrednih delatnosti. „Ekonomika turizma iz induksijske funkcije izvlači zaključak kako oblikovati celovitu turističku ponudu i kako stalno povećavati turističku tražnju.“ (Milenković, 2009)

Multiplikativna funkcija ruralnog turizma označava uticaj sredstava potrošenih u ovom vidu turizma na dodatne (multiplikativne) efekte na nacionalnu ekonomiju. Uticaj se realizuje na taj način što novčana sredstva potrošena u ruralnom turizmu cirkulišu kroz veći broj transakcija na nivou privrede jedne države. „Koeficijent multiplikacije pokazuje broj obrta novca primljenog od stranih turista u toku jedne godine ... što je veći broj ruku kroz koje prolazi „strani novac“ veći je efekat turizma na ekonomiju domaćina.“ (Unković, Zečević, 2011) Ukoliko je privreda razvijenija, odnosno manje zavisna od uvoza, multiplikativni efekat ruralnog turizma može da bude veći. Konverziona funkcija označava sposobnost ruralnog turizma da prirodna i antropogena (neekonomska) dobra „pretvori“ u robu. Proces pretvaranja prirodnih dobara u turističku robu doprinosi da prirodni resursi postanu „element turističke tražnje i imaju svoju cenu, a samim tim i ekonomske turističke efekte.“ (Milenković, 2009)

Ruralni turizam ima uticaj i na porast preduzetničkih aktivnosti. Od posebnog značaja je uticaj na razvoj ženskog preduzetništva s obzirom na to da ovaj vid turizma pretežno angažuje žensku radnu snagu. Ruralni turizam može da utiče i na ruralni i regionalni razvoj. Direktan i indirektan uticaj ruralnog turizma na zapošljavanje utiče na smanjenje migracija i demografskog praznjenja ruralnih područja.

#### **2.4.2. Karakteristike ruralne turističke ponude i tražnje**

U cilju iniciranja razvoja ruralnog turizma na određenom području, neophodno je da se prethodno uradi turistička valorizacija, koja „predstavlja procenu da li je moguće u

određenom prostoru organizovati turističku delatnost, obezbediti posetu, zadovoljiti potrebe posetilaca i ostvariti odgovarajuće ekonomske efekte.“ (Vojnović i sar., 2012) Ukoliko je turistička valorizacija pozitivna moguće je formirati turističku ponudu i zadovoljiti određenu turističku tražnju. Karakteristike ruralne turističke ponude i tražnje predstavljene su u tabeli 5.

**TABELA 5 KARAKTERISTIKE RURALNE TURISTIČKE PONUDE I TRAŽNJE**

Ruralna turistička ponuda	Ruralna turistička tražnja
– dislocirana	– uslovljena: motivacijom, svešću, emocijama, znanjem (koji formiraju ponašanje turista)
– heterogena	
– sezonska	– dohodovno i cenovno elastična
– statična	– sezonska
– neelastična	– podložna trendu
<i>Imperativ: efikasno je povezati sa ruralnom turističkom tražnjom</i>	<i>Imperativ: prepoznati zahteve turista i ugraditi ih u ruralnu turističku ponudu</i>

Izvor: Autorka na osnovu literature:[19]; [109].

Ruralna turistička ponuda je cenovno neelastična na kratki rok, zbog toga što je ruralni turizam radno-intenzivna delatnost, a i potrebna su velika investiciona ulaganja za izgradnju turističkih kapaciteta. Ruralna turistička ponuda može da bude cenovno elastična na dugi rok. „Cenovna elastičnost ponude je procentna promena ponuđene količine robe podeljena sa procentnom promenom cene.“ (Samjuelson, Nordhaus, 2005)

Ruralna turistička tražnja je cenovno i dohodovno elastična. „Cenovna elastičnost tražnje meri koliko se promeni tražena količina dobra kada se promeni njegova cena“, takođe, cenovna elastičnost „jeste promena u procentima tražene količine (dobra) podeljena s procentnom promenom cene.“ (Samjuelson, Nordhaus, 2005) Prema istom izvoru „dohodovna elastičnost je procentualna promena količine tražnje za nekim dobrom podeljena s procentualnom promenom dohotka.“

Ruralni turizam na području Evrope beleži ubrzani razvoj od druge polovine XX veka, što je rezultat podudaranja povoljnih razvojnih aspekata, odnosno spajanja povećane tražnje za ruralnim turističkim iskustvom s jedne strane i povećane ruralne turističke ponude, koja je, između ostalog i rezultat potrebe ruralnog stanovništva za dodatnim prihodom.

## 2.5. Razvijenost ruralnog turizma

Ruralni turizam je značajan segment globalne turističke ponude, ali i turističke ponude mnogih evropskih država. Procenjuje se da ruralni turisti čine 3% od ukupnog broja turista na svetskom nivou, a 25% u okviru Evropske unije. Ovaj vid turizma beleži godišnji rast od 6% na globalnom nivou, dok je godišnji rast ukupnog turizma oko 4%. (Bartlet, 2006)

Prema pojedinim autorima (Lane,1994; Marić,2001) veoma je teško dati precizne podatke koliki se turistički promet realizuje u ruralnim oblastima na svetskom nivou. Prema (Lane,1994) ne postoji usaglašena definicija ruralnog turizma, tako da Svetska turistička organizacija (WTO) nema precizne podatke koliki se turistički promet realizuje, ni koliko pružalaca usluga ima u ruralnim oblastima s obzirom na to da neke države pod pojmom ruralnog turizma podrazumevaju samo boravak na farmama, a druge i ostale oblike ruralnog turizma. Sličnog su stava i pojedini domaći autori koji smatraju da „iako su procene da se

75% ukupne svetske turističke tražnje usmerava ka ruralnim područjima nemoguće je dati preciznije podatke, ...ako se imaju u vidu dominantni zahtevi tražnje, njena izražena selektivnost i motivska određenost, može se konstatovati da se njen znatan deo usmerava ka ruralnim prostorima.“ (Marić, 2001)

Najnoviji podaci Evropske federacije za ruralni turizam (*EuroGites*) prezentovani su na Petom evropskom kongresu o ruralnom turizmu koji je održan od 6. - 8. oktobra 2014. godine u Austriji. Prema ovim podacima na području Evrope ima oko 500.000 pružalaca usluga u ruralnom turizmu koji raspoložu sa 5 - 6,5 miliona ležaja, a ruralni turizam obuhvata oko 15% od ukupnih evropskih turističkih smeštajnih kapaciteta. Ruralni turizam ima više od 1,3 miliona direktno ili indirektno zaposlenih na području Evrope i pocenjuje se da realizuje ukupan godišnji prihod od oko 100.000 milijardi evra. (Klaus, 2014) Na Kongresu su izneti rezultati istraživanja o veličini ruralne turističke tražnje u pojedinim evropskim državama. Prema ovom istraživanju za ruralni turizam se opredeljuje u Nemačkoj 77% od ukupnog broja stanovnika, u Španiji 53%, Austriji i Italiji 51%, Turskoj 45%, Danskoj 36%, Francuskoj 35%, Grčkoj 34%, Hrvatskoj 33%, a u Švedskoj 28%. (Grimm, 2014)

Razvoj ruralnog turizma je dugotrajan proces. Francuska danas ima najveću ruralnu turističku ponudu na području Evrope, odnosno najveći broj ležaja, ali ovoj zemlji je trebalo 50 godina da bi dostigla sadašnji nivo razvoja.

### 2.5.1. Faktori razvoja ruralnog turizma

Prema Svetskoj turističkoj organizaciji (*WTO*) najznačajniji faktori razvoja ruralnog turizma su: (a) segmentirano tržište; (b) turisti sve više traže aktivne odmone, edukaciju i iskustvo; (c) porast broja putovanja u sopstvenom aranžmanu, naglasak na kvalitetu, novim i personalnim iskustvima; (d) nagli rast ruralne turističke ponude; (e) tendencija ka više kratkih odmora; (f) rast svesti stanovništva o potrebi zaštite životne sredine (g) potreba za većom bezbednošću u zatvorenim turističkim destinacijama. (Bartlet, 2006)

Analitički posmatrano faktori koji utiču na razvoj ruralnog turizma mogu se podeliti na: (1) faktore koji utiču na povećanje turističke ponude i (2) faktore koji utiču na rast turističke tražnje.

Faktori koji utiču na rast ruralne turističke ponude su kompleksni i prema pojedinim autorima „razvoj ruralnog turizma je dugoročni projekat“, a njegovi elementi su: (a) ljudi (stručni) i prirodno okruženje (čisto); (b) multisektorski pristup razvoju; (c) uključivanje lokalnog stanovništva u izradu razvojnih planova jer „lokalno stanovništvo ima bolje vizije razvoja svog kraja od državnih organa.“ (Koščak, 1995)

Faktori koji utiču na rast ruralne turističke tražnje su: (a) sve veća briga za zdravlje i sve veća svest o potrebi približavanja urbanog čoveka prirodi; (b) potreba za upoznavanjem različitih naroda kroz učestvovanje u njihovom svakodnevnom životu, odnosno želja za ruralnim turističkim iskustvom; (c) veći fond slobodnog vremena i više kraćih godišnjih odmora.

Prema (Mair et al., 2005) značajnu ulogu u razvoju ruralnog turizma, kao i turizma uopšte, imaju lokalno-ekonomske zajednice koje moraju da imaju viziju razvoja i da sagledaju njene konsekvence. Lokalne zajednice treba da aktivno učestvuju u procesu razvoja, ali i da imaju i kontrolnu funkciju, odnosno razvoj ruralnog turizma treba da bude zasnovan na menadžment procesu, jer će se tako obezbediti dugoročna održivost. Podršku predstavlja i lokalno stanovništvo, koje sve više prihvata ruralni turizam kao mogućnost razvoja.

Prema (Pejanović, 2013) razvoj ruralnog turizma na području Evropske unije se može posmatrati dvojako „s jedne strane razvoj je rezultat preduzetničkih aktivnosti usmerenih na

privlačenje turista, a sa druge strane porast broja turista u ruralnim područjima dovodi do generisanja tražnje za turističkim uslugama, što vodi rastu preduzetničkih aktivnosti na lokalnom nivou.“ Postoji saglasnost domaćih (Čomić, 2003) i stranih autora (George et al., 2009) da se razvoj ruralnog turizma ne može posmatrati samo kao ekonomski rast, već i sa aspekta ekološkom i socijalnog razvoja.

## 2.6. Oblici ruralnog turizma

Prema motivima zbog kojih turisti dolaze u ruralne područja definišu se različiti oblici ruralnog turizma. Procenjuje se da danas ima preko 50 različitih oblika ruralnog turizma. Prema podacima Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (*OECD*) najzastupljeniji oblik ruralnog turizma je agroturizam. Zajednička karakteristika za sve oblike ruralnog turizma je sezonska tražnja, što uslovljava nisku popunjenost kapaciteta na godišnjem nivou. Oblici ruralnog turizma koju su navedeni u dostupnoj literaturi, prikazani su u tabeli 6. U tabeli su prikazani i neki novi oblici, koje je autorka uočila prilikom realizacije terenskog istraživanja, sprovedenog u okviru izrade disertacije. Reč je o sledećim oblicima ruralnog turizma: pčelarski, agro-ornitološki, agro-bio-turizam, umetnički, istorijski, kreativni, ali i „kongresni“ ruralni turizam (organizacija manjih seminara - do 50 učesnika). Svi oblici ruralnog turizma, prema dužini boravka, mogu se podeliti na boravišni i izletnički ruralni turizam.

Pored agroturizma, kao najrasprostranjenijeg oblika ruralnog turizma, kod koga je osnovni motiv dolaska turista upoznavanje sa životom i radom u poljoprivrednim domaćinstvima, u nastavku će detaljnije biti predstavljeni: etno, eko i vinski turizam, kao najzastupljeniji aktuelni oblici ruralnog turizma.

Etno-turizam ili „turizam zasnovan na nasleđu“, kako ga naziva (Brooks, 2000) predstavlja putovanje zbog prirodnih, istorijskih i kulturnih atrakcija, odnosno zbog želje za izučavanjem prošlosti, ali i traženja odgovora kako lokalna i regionalna umetnost, prirodno okruženje i kultura utiču na sadašnjicu. Prema citiranom autoru reč je o obliku ruralnog turizma koji je zasnovan na nasleđu i sastavni je deo nove ekonomske strategije koja ima u fokusu razvoj i promociju kulturnih, istorijskih, geografskih i prirodnih resursa zajednica ili regiona.

Ekološki turizam ili ekoturizam predstavlja boravak ili izlet u zaštićena prirodna područja „zbog uživanja u prirodi i drugim kulturnim vrednostima.“ (Novković i sar., 2012)

Vinski turizam se u savremenom obliku najčešće manifestuje kroz vinske puteve koji se razvijaju u ruralnim područjima koja uz razvoj vinogradarstva imaju i potencijale za razvoj turizma. „Vinski put predstavlja poseban oblik prodaje vina, ugostiteljskih, turističkih i poljoprivrednih proizvoda jednog vinarskog kraja, a turistička ponuda vinskog puta obuhvata i bliže turističke atrakcije, koje nisu direktno na trasi puta, a povećavaju etno-turističku ponudu.“ (Pivac, 2012) Potrebno je da vinski put sadrži „scenarijo kretanja gostiju, kao i organizaciju različitih događaja.“ (Kušen, 1999)

Značajno je navesti i novi oblik ruralnog turizma - difuzni hotel. Reč je o razvijenom obliku smeštaja u Italiji, koji je, kao novi element ruralne turističke ponude, osmišljen 1989. godine, a teorijske temelje je postavio profesor *Giancarlo Dall'Ara* uvodeći pojam „*albergo diffuso*“.

**TABELA 6 OBLICI RURALNOG TURIZMA**

<b>Oblici RT</b>	<b>Opis</b>
Agroturizam	Turizam u okviru polj.gazdinstva i mogućnost učestvovanja turiste u polj. poslovima.
Eko-turizam	Turizam u ruralnim područjima koja se nalaze u blizini zaštićenih područja prirode.
Etno-turizam	Motiv dolaska turiste je upoznavanje narodnih običaja, folklora i sl.
Salašarski	Turizam na salašima.
Vinski	Motiv dolaska turista je obilazak vinskih puteva, konzumacija vina, poseta manifestacija.
Gastronomski	Motiv dolaska turista je konzumacija tradicionalne hrane određenog ruralnog područja.
Umetnički	Motiv dolaska je upoznavanje naivne umetnosti, likovnih kolonija i sl.
Eno-gastron.	Motiv dolaska turista je konzumacija autohtonih vrsta vina i hrane.
Manifestacioni	Motiv dolaska turista je upoznavanje sa manifestacijama.
Edukativni	Turizam u cilju upoznavanja života i rada na poljoprivrednom gazdinstvu.
Verski	Turizam sa ciljem obilaska verskih znamenitosti u ruralnim područjima.
Kulturni	Turizam sa ciljem obilaska kulturnih znamenitosti u ruralnim područjima.
Agro-bio-tur.	Razvija se u okviru gazdinstava koja se bave organskom poljoprivrednom. proizvodnjom.
Pčelarski tur.	Razvija se u okviru gazdinstava koja se bave pčelarstvom.
Rezidencijalni	Predstavlja boravak i odmor u vlastitim objektima – vikendicama.
Zavičajni	Boravak kod rodbine ili kod drugih pružaoca usluga iz nostalgčnih razloga.
Tranzitni	Boravak u ruralnim područjima, samo u cilju prenoćišta.
Kamping	Kampovanje u ruralnim područjima (čest oblik u Holandiji).
Avantursitički	Motiv dolaska turista je uživanje u ekstremnim sportovima.
Kreativni	Motiv dolaska turista je podučavanje starim zanatima, izradi narodnih rukotvorina.
Nautič.-kont.	Turisti za smeštaj koriste brod ili jahtu, a odmaraju se na rekama ili jezerima u rural.podr.
Botanički	Motiv dolaska turista je razgledanje bogatstva biljnog sveta određenog ruralnog područja.
Ornitološki	Motiv dolaska turista je posmatranje ptica karakteričnih za određeno ruralno područje.
Arheološki	Motiv dolaska turista je arheološko istraživanje u ruralnom području.
Sportsko-rekr.	Motiv dolaska turiste je bavljenja sportom u izabranoj ruralnoj turističkoj destinaciji.
Zdravstveni-banjski	Motiv dolaska turista je briga o zdravlju, boravak u banjama ili planinskim centrima, koji se nalaze u ruralnim područjima.
Lovni	Motiv dolaska turista je lov u izabranoj ruralnoj turističkoj destinaciji.
Ribolovni	Motiv dolaska turista je ribolov u izabranoj ruralnoj turističkoj destinaciji.
Istorijski	Motiv dolaska turista je obilazak istorijskih spomenika u ruralnoj turističkoj destinaciji.
Ruralno-kongresi	Organizovanje manjih seminara – do 50 učesnika u ruralnoj turističkoj destinaciji.
Eko-agroturizam	Postoje propisani standardi za ovaj oblik ruralnog turizma koje je definisao Evropski centar za eko-agro turizam (ECEAT).

*Izvor: Autorka na osnovu obrađene literature i realizovanog terenskog istraživanja.*



Difuzni hotel je karakterističan po tome što su njegove smeštajne jedinice u različitim kućama ili zgradama, koje se prostiru po celom mestu, ne poseduje klasičnu recepciju, a suština mu je u „simbioznom odnosu pružalaca turističkih usluga. Difuzni hotel može da ima jednog vlasnika, ali najščešći slučaj je da jedna porodica sklapa ugovore o zakupu kuća ili soba sa drugim porodicama ili se više porodica udružuje i formira zadrugu koja zajednički upravlja difuznim hotelom. U vlasničkoj strukturi može da učestvuje i lokalna zajednica. Difuzni hoteli omogućava razvoj celog mesta, za smeštaj se koriste postojeći kapaciteti, valorizuje se tradicija i jača udruživanje pružaoca turističkih usluga. (Demonja, Ružić, 2010)

### **3. FINANSIRANJE POLJOPRIVREDE I RURALNOG TURIZMA**

Finansiranje je važan preduslov za bavljenje svim privrednim delatnostima, pri čemu svaka ponaosob zahteva drugačiju strukturu izvora, ročnost, uslove i dinamiku finansiranja prilagođene karakteristikama delatnosti. Finansiranje poljoprivrede je zbog specifičnosti proizvodnje veoma složen proces, kao i finansiranje ruralnog turizma s obzirom na to da je reč o relativno novoj delatnosti, koja se uglavnom zasniva na poljoprivredi.

#### **3.1. Ekonomski značaj povezanosti poljoprivrede i ruralnog turizma**

Između poljoprivrede, kao najstarije, i turizma kao najmlađe, ali i najdinamičnije privredne delatnosti, postoje brojne, kontinuirane i komplementarne veze. Ekonomski značaj ove povezanosti se manifestuje u tome što je turizam, preciznije ruralni turizam, veliki potrošač agrarnih proizvoda, što utiče na intenziviranje, kao i stabilan razvoj poljoprivrede. Može se reći da se ekonomska valorizacija poljoprivredne proizvodnje najadekvatnije realizuje kroz ruralni turizam, jer se na „pijaci u sopstvenom dvorištu“, kako se u literaturi ovaj vid turizma često naziva, mogu ostvariti veće cene nego na tradicionalnoj pijaci. Plasmanom kroz ruralni turizam, postiže se realna cena poljoprivrednih proizvoda iz sistema organske proizvodnje, s obzirom na to da su cene ovih proizvoda u proseku 25-30 % veće u odnosu na cene proizvoda iz konvencionalne proizvodnje. Zbog isplativosti turističke delatnosti, a u cilju očuvanja primarne poljoprivredne proizvodnje, u mnogim državama postoje ograničenja prema kojima ostvareni prihod od turizma na poljoprivrednim gazdinstvima ne sme da bude veći od ostvarenog prihoda od poljoprivrede. U tabeli 7 prikazani su preovlađujući stavovi u domaćoj i stranoj literaturi o ekonomskom značaju povezanosti poljoprivrede i ruralnog turizma.

Ekonomske funkcije poljoprivrede se prema (Simonović, 2005) mogu sistematizovati na: (1) funkciju ishrane stanovništva; (2) funkciju proizvodnje sirovina za industriju; (3) funkciju obezbeđenja tržišta za razvoj industrije; (4) funkciju izvora radne snage za nepoljoprivredne delatnosti; (5) funkciju izvora društvene akumulacije, koja se koristi za razvoj industrije, a koja povratno utiče i na razvoj poljoprivrede; (6) funkciju razvoja spoljne trgovine; (7) funkciju zaštite životne sredine; (8) funkciju razvoja nepoljoprivrednih delatnosti (turizam, ugostiteljstvo i sl.).

Sve navedene funkcije poljoprivrede mogu se posmatrati sa aspekta ekonomskog značaja, s obzirom na to da iako ne proizvode direktne finansijske rezultate, one omogućavaju njihovu realizaciju. Konkretno, u okviru funkcije poljoprivrede u zaštiti životne sredine, ova privredna delatnost stvara direktne uslove za razvoj ruralnog turizma. Stoga je potrebno da se poljoprivreda razvija na održivim osnovama, odnosno da se resursi upotrebljavaju tako da omogućavaju zadovoljenje potreba današnjih korisnika, ali bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe.

**TABELA 7 PRIKAZ TEORIJSKIH STAVOVA O POVEZANOSTI  
POLJOPRIVREDE I TURIZMA**

<b>Povezanost poljoprivrede i turizma</b>
Turizam omogućava da se cene poljoprivrednih proizvoda povećaju od 5 do 15 puta u odnosu na robni promet ... omogućava valorizaciju neproduktivnog zemljišta, kome se povećava cena od 10 do 30 puta.
Turizam omogućava da se sačuva ruralna kultura uprkos činjenici da danas u agrarno razvijenim državama sve manji broj stanovnika se bavi poljoprivredom, npr. „u Francuskoj danas svega 1/3 stanovnika je uključena u agrokulturu od ukupne populacije koja je bila uključena u agrokulturu krajem 60-tih godina XX veka“.
Poljoprivreda i turizam se nalaze u stadijumu velike komplementarnosti. Koherentnost ovih dveju delatnosti nastaje iz ekonomskih, ekoloških, socijalnih, demografskih ili institucionalno-upravljačkih razloga.
Agrarna proizvodnja treba da zadovolji potrebu turista za kvalitetnom i biološki vrednom hranom. Usklađen razvoj agrara i ruralnog turizma osnova je ekonomske racionalnosti poslovanja u ovim delatnostima. Komplementarni razvoj agrara i ruralnog turizma obezbeđuje optimalno korišćenje radne snage i turističkih kapaciteta, sigurnost plasmana agrarne proizvodnje, smanjenje troškova u delatnosti ruralnog turizma, kao i revitalizaciju i stabilnost ruralnih područja.
Razvoj turizma na selu je direktno povezan sa procesima oživljavanja seoskih područja, a dinamična poljoprivredna proizvodnja, kulturne i duhovne vrednosti sela su primarni uslov njegovog daljeg razvoja.
Često se ističe da turizam eliminiše poljoprivredu, jer većina stanovnika napušta oblast poljoprivredne aktivnosti i prelazi na lakše i profitabilnije delatnosti vezane za turizam. U stvarnosti, tehnički progres smanjuje broj neophodnih poljoprivrednih proizvođača. Odatle proizilazi dvostruka mobilnost rada, geografska i profesionalna.
Razvoj turizma mora da bude izbalansiran sa razvojem drugih delatnosti (poljoprivredom- <i>prim.G.R.</i> ), odnosno mora biti deo integrisanog modela razvoja ruralnih područja. Ukoliko se lokalno-ekonomski razvoj zasniva isključivo na ruralnom turizmu, može da dođe do neravnoteže, te onemogućavanja daljeg razvoja.

*Izvor: Autorka na osnovu literature:[17]; [74];[96];[67];[127];[65];[107].*

U domaćoj literaturi značajan doprinos analizi ekonomskih odnosa turizma i poljoprivrede dao je (Vukićević, 2001), a prema ovom autoru postoji značajna kvantitativna i kvalitativna povezanost ovih delatnosti, koja se manifestuje u:

(1) uticaju turizma na poljoprivredu, u okviru njegove ekonomske funkcije, gde postoje dve korelacije:

(1a) direktna, koju karakteriše visok stepen povezanosti neposrednih ekonomskih funkcija turizma sa promenama u poljoprivredi (aktiviranje demografskog faktora + razvoj zaostalih područja + izgradnja tercijarne privrede);

(1b) direktne i indirektno povezanosti ekonomske funkcije turizma sa promenama u poljoprivredi (usklađivanje robno-novčanih odnosa i stabilizacija tržišta + uticanje na veličinu nacionalnog dohotka i njegovu teritorijalnu preraspodelu + unapređenje međunarodne razmene i stabilizacija platnog bilansa + induktivno dejstvo + multiplikativni efekti);

(2) uticaj turizma na poljoprivredu, (*posmatrano od poljoprivrednog gazdinstva, odnosno od mikro do makro nivoa*), povećana proizvodnja robe za potrebe turističke potrošnje + proširenje osnova za dopunske delatnosti i dodatne prihode stanovništva od turizma + regionalni razvoj poljoprivrednih područja + migraciona kretanja;

(3) uticaj turizma na neekonomske pojave (kulturu, obrazovanje, socijalnu i političku funkciju).

Možemo da zaključimo da je citirani autor najdublje analizirao povratnu vezu (*feed back*) između turizma i poljoprivrede, posmatrano sa makro i mikro aspekta. U svojim analizama on se ogradio da uticaji turizma, po osnovu uticaja navedenih u tački (1b,) ne moraju uvek da budu prisutni. To je i razumljivo jer uticaj na stabilizaciju tržišta, teritorijalnu raspodelu nacionalnog dohotka, unapređenje međunarodne razmene, imaju i drugi neprivredni i netržišni faktori.

U okviru analize pozitivnih ekonomskih efekata turizma na poljoprivredu, pre svega, treba istaći dodatne prihode koji se ostvaruju u turizmu i koji se mogu uložiti u razvoj i modernizaciju poljoprivredne proizvodnje. Ovde treba sistematizovati i prihode koji se mogu ostvariti od prodaje suvenira, predmeta domaće radinosti i sl., a koji se mogu nazvati „indirektnim prihodima“ turističke delatnosti.

Uporedni prikaz osnovnih ekonomskih pokazatelja poljoprivrede i turizma u Velikoj Britaniji, koja se svrstava u države u kojima je razvijen ruralni turizam, prikazan je u tabeli 8. Potrebno je naglasiti da je reč o agrarno razvijenoj državi, gde je modernizacija poljoprivrede stvorila viškove radne snage u ruralnim područjima, koju je nužno uposliti u drugoj delatnosti, odnosno u ruralnom turizmu.

**TABELA 8 – UPOREDNI PRIKAZ EKONOMSKIH POKAZATELJA POLJOPRIVREDE I TURIZMA U VELIKOJ BRITANJI**

<b>Ekonomski pokazatelji</b>	<b>Poljoprivreda</b>	<b>Turizam</b>
Učešće u GDP	1%	4%
Učešće u ukupnoj zaposlenosti	1,5%	7%
Stopa rasta u periodu 1996–1999.	-21%	+26%

*Izvor: Sharpley, 2005.*

Pojedini autori (Pajić, 2001) nazivaju ruralni turizam »zeleni turizam« i naglašavaju da je za njegov razvoj potrebna „jaka poljoprivreda i razumni turizam.“ Citirani stav nas navodi na tezu da turizam može da ima, kako pozitivne, tako i negativne efekte na poljoprivredu, ali i celokupnu ruralnu ekonomiju i ruralno područje. Negativni efekti ruralnog turizma na razvoj poljoprivrede mogu biti ukoliko dolazi do smanjivanja površina obrađenog, plodnog poljoprivrednog zemljišta u cilju izgradnje smeštajnih kapaciteta u turizmu, kao i ukoliko predimenzionirani broj turista negativno utiče na biodiverzitet nekog ruralnog područja. U ekonomskom pogledu negativan uticaj turizma može da se javi ukoliko turistička delatnost istisne poljoprivrednu, te se izgubi tradicionalna poljoprivredna proizvodnja određenog ruralnog područja, što na duži rok može da dovede do smanjenja interesa turista, jer je seoski identitet, odnosno kultura, ključni deo turističkog sadržaja u ruralnom turizmu.

Prema (Čomić, 2003) mogu se razlikovati tri vrste uticaja turizma na transformaciju ruralnog prostora. Moguće je dominantano učešće turizma u ruralnoj ekonomiji, što može dovesti do skoro potpunog napuštanja poljoprivrede. Drugu vrstu uticaja karakteriše da turistička funkcija ima umeren i komplementaran uticaj, odnosno da utiče na održavanje poljoprivredne aktivnosti, koja i dalje ostaje preovlađujuća delatnost, a turizam je dodatni

izvor prihoda i sezonska delatnost. Moguće je i da se turistička funkcija slabo manifestuje, odnosno da turizam obezbeđuje komplementarne prihode i ne vrši ozbiljniji uticaj na poljoprivredu, kao osnovnu delatnost u ruralnom prostoru.

U literaturi (Đekić, 2001) se navodi i nepovoljan uticaj poljoprivrede na turizam, u slučaju prevelikog intenziviranja poljoprivredne proizvodnje.

Specifična razlika između poljoprivrede i turizma je i u tome, što kroz poljoprivredu, proizvod odlazi sa sela, a kroz turizam potrošači dolaze na selo po taj proizvod. Konkretno, ovde nema transportnih troškova, moguće je poljoprivredne proizvode prodati skuplje nego na pijaci, što omogućuje da se od poljoprivredne delatnosti, realizacijom proizvoda kroz turizam, ostvare veći prihodi. Navedeno je značajno sa aspekta finansiranja ruralnog turizma, što će u nastavku biti detaljnije analizirano.

### **3.1.2. Pojam i ekonomski značaj multifunkcionalne poljoprivrede**

Poljoprivreda u najširem smislu predstavlja multifunkcionalnu poljoprivredu, koja obuhvata sve poljoprivredne poslove, ali i nepoljoprivredne aktivnosti koje se mogu realizovati na poljoprivrednom gazdinstvu. Razvoj multifunkcionalne poljoprivrede je rezultat brojnih povezanosti poljoprivrede sa drugim privrednim delatnostima i potrebe da se poljoprivrednicima obezbede dodatni prihodi. Ekonomski značaj multifunkcionalne poljoprivrede je u obezbeđenju dodatnih prihoda poljoprivrednim gazdinstvima, rastu životnog standarda ruralnog stanovništva, razvoju lokalno-ekonomskih zajednica, što se reflektuje i na ruralni, regionalni i privredni razvoj.

Koncept multifunkcionalne, odnosno višefunkcionalne poljoprivrede, zvanično usvojen 1999. godine u okviru reforskog dokumenta Zajedničke poljoprivredne politike Evropske unije (*Agenda 2000*). Ovaj koncept je u novijim refomama *CAP-a* modifikovan, ali je njegova suština nepromenjena. Koncept multifunkcionalne poljoprivrede podrazumeva akcije usmerene na: (a) očuvanje životne sredine; (b) razvoj ruralnih područja; (c) očuvanje tradicionalnih ruralnih vrednosti (kulturnog nasleđa, starih zanata, promovisanje tradicionalne gastronomije, načina života, narodnih običaja i manifestacija). Procenjuje se da danas u zemljama, članicama Evropske unije, trećina farmera pored poljoprivrede, obavlja i neku drugu delatnost, dok u pojedinim državama (Slovenija, Austrija, Malta, Grčka i Kipar) čak polovina od ukupnog broja poljoprivrednih proizvođača ostvaruje i prihode iz drugih delatnosti.

Multifunkcionalna poljoprivreda obuhvata niz delatnosti i aktivnosti koje se mogu realizovati u okviru poljoprivrednog gazdinstva: (1) turizam; (2) trgovinu poljoprivrednim i prehrambenim proizvodima; (3) trgovinu suvenirima, narodnim rukotvorinama i sl.; (4) stare zanate i prodaju njihovih proizvoda; (5) preradu poljoprivrednih proizvoda u okviru gazdinstva u mini industrijskim pogonima; (6) pčelarstvo, uzgoj sitnih životinja; (7) obrazovne, kulturne i umetničke aktivnosti; (8) zdravstvene i terapijske aktivnosti (za rehabilitaciju i oporavak različitih bolesnika); (9) aktivnosti u cilju očuvanja životne sredine. Pregled nekoliko izabranih definicija multifunkcionalne poljoprivrede dat je u tabeli 9.

Funkcije multifunkcionalne poljoprivrede se mogu sistematizovati na: (a) funkciju održivog ruralnog razvoja; (b) ekološku funkciju; (c) ekonomsku funkciju; (d) socijalnu funkciju; (e) prehrambenu funkciju; (f) kulturnu funkciju; (g) funkciju podrške razvoju turizma. (Pejanović, 2007)

**TABELA 9 DEFINICIJE MULTIFUNKCIONALNE POLJOPRIVREDE**

Definicije
Koncept multifunkcionalne poljoprivrede označava prelaz od „poljoprivrede radi proizvodnje“ ( <i>agriculture of production</i> ) na „poljoprivredu radi zaštite“ ( <i>agricultuire of protection</i> ).
Koncept multifunkcionalne poljoprivrede podrazumeva radikalno proširenje uobičajenog poimanja poljoprivrede posebno u smislu proširenja njenog socio-ekonomskog i kulturno istorijskog značaja.
Multifunkcionalna poljoprivreda može da se posmatra sa tri aspekta: sa aspekta okruženja, prehrambene sigurnosti i ruralnog razvoja.

*Izvor: Autorka na osnovu literature: [97];[88];[86].*

Prema grupi autora (Sznajder et al., 2009) razvoj multifunkcionalne poljoprivrede je uslovljen: (a) demografskim faktorima (broj stanovnika, njihova struktura, kvalifikacija, nivo obrazovanja, gustina naseljenosti, migracije i dr.); (b) prirodnim faktorima (raspoloživo zemljište i njegov kvalitet, šumsko bogatstvo, klimatski uslovi); (c) finansijskim faktorima; (d) razvijenošću infrastrukture (tehničke i socijalne); (e) drugim faktorima (državna i regionalna politika, poljoprivredne strukture).

Sa navedenim faktorima razvoja višefunkcionalne poljoprivrede slaže se i (Vasilevska, 2006), a prema ovoj autorki osnovni cilj koncepta razvoja multifunkcionalne poljoprivrede je očuvanje socio-ekonomske vitalnosti ruralnih područja i to: (a) povećanje konkurentnosti ruralnih područja i njihovog učešća u ukupnom ekonomskom razvoju; (b) stvaranje mogućnosti da i stanovnici ruralnih područja dostignu veći životni standard; (c) očuvanje i razvoj kulturne baštine ruralnih područja; (d) očuvanje naseljenosti ruralnih područja i zaustavljanje negativnih demografskih tokova; (e) povećanje prihoda iz poljoprivrede, širenje i razvoj novih mogućnosti za zapošljavanje uvođenjem dopunskih delatnosti; (f) povećanje kvaliteta života u ruralnim područjima; (g) negovanje prirodnog i tradicionalnog okruženja.

Prema (Vasilevska, 2009) ograničenja u razvoju koncepta multifunkcionalne poljoprivrede, sa kojima su se susrele zemlje članice Evropske unije, su neadekvatni: (a) ljudski resursi (nepovoljna starosna i obrazovna struktura, nedostatak motivacije); (b) fizički kapital i nedostatak finansijskih sredstava; (c) tržišne institucije; (d) političko okruženje (nedostatak političke volje).

Nedostatak kvalitetnih izvora finansiranja na makro, lokalnom i mikro nivou se može svrstati u najznačajnija ograničenja razvoja multifunkcionalne poljoprivrede. Finansijska sredstva su neophodna za razvoj infrastrukture, komunalno opremanje, kupovinu poljoprivrednog zemljišta, neophodne opreme i mehanizacije, kao i za „podizanje“ kapaciteta za razvoj drugih nepoljoprivrednih delatnosti u okviru poljoprivrednog gazdinstva.

### **3.2. Značaj finansiranje poljoprivrede i ruralnog turizma**

Značaj finansiranja poljoprivrede i ruralnog turizma je u pravovremenom obezbeđivanju potrebnih i adekvatnih (kvantitativno i kvalitativno) izvora finansiranja u cilju realizacije poljoprivredne proizvodnje, odnosno razvoja i plasmana ruralnog turističkog proizvoda, te ostvarivanja ekonomičnog i rentabilnog poslovanja privrednih subjekata (pravnih lica ili turističkih poljoprivrednih gazdinstava). Pod pojmom „kvalitetni izvori

finansiranja“ podrazumevaju se finansijska sredstva plasirana na dugi rok, uz nisku kamatnu stopu i grejs periode, bez ograničavajućih kolaterala i bez valutne klauzule.

Finansiranje poljoprivrede i ruralnog turizma je potrebno da se realizuje u skladu sa načelima finansijske politike. Navedena načela obuhvataju: (a) načelo finansijske stabilnosti; (b) načelo rentabilnosti; (c) načelo likvidnosti; (d) načelo finansijske elastičnosti; (e) načelo nezavisnosti; (f) načelo finansijske snage. (Vunjak, 1999)

Specifične karakteristike poljoprivredne proizvodnje zahtevaju prilagođene načine finansiranja. Potrebno je razlikovati poljoprivredu u užem, širem smislu i multifunkcionalnu poljoprivredu. Poljoprivreda u užem smislu podrazumeva samo primarnu poljoprivrednu proizvodnju, poljoprivreda u širem smislu obuhvata i prerađivački sektor (prehrambenu industriju), dok multifunkcionalna poljoprivreda obuhvata i sve nepoljoprivredne delatnosti koje omogućavaju diverzifikaciju i razvoj ruralne ekonomije.

### 3.2.1. Značaj finansiranja poljoprivrede

Značaj finansiranja poljoprivrede može da se posmatra sa makro i mikro aspekta. Posmatrano sa makro aspekta, odnosno sa aspekta nacionalne privrede, značaj finansiranja poljoprivrede se ogleda u: (a) obezbeđenju prehrambene sigurnosti države; (b) obezbeđenju više faze prerade poljoprivrednih proizvoda, te i većeg dohotka domaćih poljoprivrednih subjekata, odnosno izvoznog prihoda (rast platno-bilansnog suficita); (c) razvoj ruralnih ekonomija i ruralnih područja, posmatrano sa ekonomskog i socijalnog aspekta (rast zapošljavanja, smanjenje demografskog praznjenja ruralnih područja). Posmatrano sa mikro aspekta, odnosno sa aspekta poljoprivrednih gazdinstava i poljoprivrednih preduzeća, značaj finansiranja je u obezbeđivanju proste i proširene reprodukcije, odnosno kontinuiteta i razvoja njihove proizvodnje.

Finansiranje poljoprivrede bi trebalo, u pogledu uslova finansiranja, da uvažava biološke specifičnosti ove delatnosti i društveno-ekonomske uslove za razvoj poljoprivrede u pojedinim državama.

1) *Biološke specifičnosti poljoprivrede* su: (a) sezonski i organski karakter proizvodnje; (b) spor obrt kapitala; (c) nizak stepen iskorišćenosti kapaciteta; (d) visoki rizici proizvodnje i (e) nepostojanje specijalizacije u proizvodnji.

Navedene biološke specifičnosti (primarne) poljoprivredne proizvodnje ističu i značaj njenog finansiranja. Sezonski karakter proizvodnje uslovljava nepodudarnost vremena finansijskih ulaganja i vremena valorizacije proizvodnje, odnosno realizacije prihoda na tržištu. Stoga je od izuzetnog značaja da finansijska sredstva budu obezbeđena u periodu ulaganja, a da se njihova otplata, u slučaju eksternog angažovanja sredstava putem bankarskih kredita, prolongira do vremena realizacije prihoda. Preciznije, potrebno je da ugovori o kreditu sadrže grejs period. Organski karakter proizvodnje znači da je dužina procesa proizvodnje uslovljena periodom rasta biljnih i životinjskih vrsta, što zahteva duži obrt sredstava, odnosno duži period imobilizacije finansijskih sredstava. Biološki karakter proizvodnje uslovljava i nizak stepen iskorišćenja kapaciteta poljoprivredne mehanizacije i opreme, jer ona ne može da se koristi svakodnevno već samo u određenim periodima godine (optimalnim rokovima), što uzrokuje i veće troškove proizvodnje, odnosno zahteva veće izvore finansiranja. Poljoprivrednu proizvodnju, i biljnu i stočarsku, prate brojni rizici, koji zahtevaju obezbeđivanje adekvatnog osiguranja, te troškove finansiranja uvećavaju i troškovi osiguranja. Poljoprivredna proizvodnja ne može da se zasniva na specijalizaciji proizvodnje, zbog njenih bioloških karakteristika (poštovanje plodoređa) što, takođe, zahteva veće izvore finansiranja zbog potrebe da se obezbede različite agrotehničke mere.

2) *Društveno-ekonomske specifičnosti*, od značaja za finansiranje poljoprivrede, su: (a) uloga države; (b) karakteristike agrarne politike; (c) demografske karakteristike ruralnih područja; (d) svojinski odnosi; (e) veličina poseda; (f) razvijenost tržišta poljoprivrednih proizvoda; (g) konkurentnost poljoprivredne proizvodnje; (h) udruživanje poljoprivrednih proizvođača.

*Uloga države* je od izuzetnog značaja za finansiranje poljoprivrede i ona može da bude dominantna ili sekundarna (ukoliko primat ima tržište), ali je u praksi moguća i kombinovana uloga države i tržišta. Uloga države se manifestuje u: (a) veličini izdvajanja iz državnog budžeta za finansiranje poljoprivrede; (b) postojanju specifičnih načina finansiranja poljoprivrede uz podršku države; (c) uvođenju zaštitnih carina i prelevmana u cilju zaštite domaće proizvodnje, a time i obezbeđivanja većih cena poljoprivrednih proizvoda i omogućavanje samofinansiranja domaćih poljoprivrednih subjekata; (d) uvođenje nižih poreskih stopa na imovinu poljoprivrednika što bi moglo da podstakne povećanje poseda, a time i rast produktivnosti i konkurentnosti proizvodnje, odnosno mogućnosti samofinansiranja poljoprivrednih subjekata.

*Agrarna politika* je deo ekonomske politike jedne države i utiče na finansiranje poljoprivrednih subjekata. Teorijski se agrarna politika deli na: protekcionističku, liberalnu i politiku koja se zasniva na konceptu održivog razvoja. Značaj za finansiranje ima i kvantitativni i kvalitativni aspekt agrarne politike. Kvantitativni aspekt označava veličinu izdvojenih sredstava iz državnog budžeta za agrarni budžet. Kvalitativni aspekt predstavlja učesće pojedinih mera agrarne politike u strukturi agrarnog budžeta, odnosno izdvajanja unutar njega za finansiranje poljoprivrede (u užem smislu) i finansiranja ruralnog razvoja.

*Demografske karakteristike* ruralnih područja utiču na nivo razvijenosti ovih područja. Karakteristika većine zemalja u tranziciji je depopulacija ruralnih područja i migracije stanovnika u urbana područja. Razlog ove tendencije je niži stepen ekonomskog razvoja, što može da se spreči diverzifikacijom ruralnih ekonomija. Ključnu ulogu u tom procesu ima finansiranje uz podršku države, kako direktno poljoprivrede, tako i finansiranje saobraćajne i komunalne infrastrukture, kao i razvoja nepoljoprivrednih delatnosti. Razvoj ruralnog turizma može da bude generator ruralnog razvoja s obzirom na to da ova delatnost može da inicira diverzifikaciju i razvoj ruralne ekonomije, odnosno smanjenje razlika u privrednoj razvijenosti između urbanih i ruralnih područja.

*Mala veličina poljoprivrednog poseda* uslovljava potrebu za razvojem multifunkcionalne poljoprivrede, odnosno obezbeđenja dodatnih prihoda poljoprivrednim gazdinstvima od nepoljoprivrednih delatnosti, što doprinosi povećanju mogućnosti njihovog samofinansiranja.

*Nerazvijenost i neuređenost tržišta poljoprivrednih proizvoda*, odnosno postojanje dispariteta cena koji se formiraju pod uticajem države, uzrokuje niže cene poljoprivrednih proizvoda, a time i niže prihode poljoprivrednika, odnosno smanjenu mogućnost samofinansiranja.

*Nekonkurentnost poljoprivredne proizvodnje* a time i više cene utiču na pad prodaje kod proizvoda čija je tražnja cenovno elastična, što uzrokuje niže prihode i potrebu za eksternim izvorima finansiranja.

*Udruživanje poljoprivrednika* je značajno u cilju bolje organizacije i mogućnosti snižavanja troškova proizvodnje (npr. mašinski prstenovi omogućavaju smanjenje troškova za nabavku poljoprivredne mehanizacije). Udruživanje je značajno i kod postizanja boljih uslova (sniženja troškova) nabavke repromaterijala, boljeg pozicioniranja na prodajnom tržištu (veći prihodi od prodaje), jače pregovaračke pozicije prema državi (donošenje zakona „po meri poljoprivrednika“), ali i prema finansijskim institucijama (bolji uslovi kreditiranja).



### 3.2.2. Značaj finansiranja ruralnog turizma

Značaj finansiranja ruralnog turizma se izvodi iz sezonskog karaktera ruralne turističke tražnje, koja uslovljava nisku popunjenost kapaciteta, te potrebu za većim izvorima finansiranja, odnosno ograničene mogućnosti samofinansiranja ove delatnosti. Prema (Bakić, Hrabovski-Tomić, 2010) u pogledu iskorišćenost smeštajnih kapaciteta, 60% predstavlja donju granicu rentabiliteta u turizmu. Aktuelna prosečna popunjenost kapaciteta u ruralnom turizmu na nivou Evropske unije je 25%, (Bartlet, 2006) dok je u Republici Srbiji samo 4%. [145]

Definisanje izvora finansiranja ruralnog turizma je jedan od primarnih faktora za razvoj i profitabilnost ove delatnosti. U tom cilju potrebno je pravovremeno obezbeđenje potrebnih finansijskih sredstava pod povoljnih uslovima i uz poštovanje načela finansijske politike. „Osnovna smisao i svrha odluka o finansiranju je iznalaženje najboljih načina i modela finansiranja, što bi trebalo da rezultira optimalnom strukturom kapitala.“ (Sredojević, 2011)

Prema (Van Horne, Wachowicz, 2007) „najbolja kombinacija mogućih izvora kratkoročnog finansiranja zavisi od troškova, dostupnosti, vremenskog rasporeda, fleksibilnosti i stepena opterećenosti imovine (teret pravnih zahteva).“

Između finansiranja ruralnog turizma i poljoprivrede postoji uzročno-posledična veza. Imajući u vidu aktuelnu praksu da se ruralni turizam, najčešće razvija kao dodatna delatnost na poljoprivrednim gazdinstvima, „prvobitna akumulacija“ za finansiranje obezbeđuje se iz poljoprivredne delatnosti. Sa druge strane u razvijenoj fazi ruralni turizam omogućava finansiranje poljoprivrede.

Finansiranje ruralnog turizma će se u daljem istraživanju razmatrati sa aspekta finansiranja: (1) izgradnje ili rekonstrukcije smeštajnih kapaciteta i prateće opreme; (2) razvoja ugostiteljskih sadržaja (gastronomske ponude); (3) razvoja turističkih sadržaja; (4) izgradnje ili rekonstrukcije saobraćajne i komunalne infrastrukture; (5) razvoja turističke signalizacije; (6) edukacije kadrova i razvoja lidera; (7) promocije ruralnog turističkog proizvoda; (8) razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda. Modaliteti finansiranja ruralne turističke ponude, smeštajnih kapaciteta i prateće opreme, kao i ugostiteljskih sadržaja, odnosno gastronomske ponude biće razmatrani sa aspekta modaliteta finansiranja u početnoj i razvijenoj fazi ove delatnosti.

*Smeštajni kapaciteti i prateća oprema* su primarni u pogledu razvoja turističke delatnosti. Oni zahtevaju poštovanje propisanih standarda u pogledu broja ležaja, ali i opremljenosti.

*Ugostiteljski sadržaji, odnosno gastronomska ponuda* posmatraće se, prvenstveno, sa aspekta sopstvene proizvodnje poljoprivrednih proizvoda, a polazeći od propisa u Republici Sloveniji gde 30% prehrambenih proizvoda u ruralnom turizmu mora da bude proizvedeno u okviru seoskog turističkog domaćinstva.

*Turistički sadržaji* su bitan segment ruralne turističke ponude koji zahtevaju kreativnost ali i dodatne izvore finansiranja ruralne turističke ponude. Prema *Kušen E.* „turistima nakon zadovoljenja osnovnih, odnosno primarnih životnih potreba preostaje prosečno 10 sati slobodnog vremena koje je potrebno osmisliti.“ (Kušen, 2007)

*Saobraćajna i komunalna infrastruktura*, odnosno njena razvijenost je primarni faktor za razvoj ruralnog turizma, odnosno „u meri u kojoj će razvijati i unapređivati infrastrukturu u seoskim područjima... zavisice razvoj seoskih naselja, područja i seoskog turizma.“ (Jelić, Peševski, 2010)

*Turistička signalizacija* je od posebne važnosti za razvoj ruralnog turizma, te će predmet istraživanja biti i načini finansiranja ovog segmenta ruralne turističke ponude.

*Edukacija kadrova i razvoj lidera* je važan, a prema (Štetić, 2003) i ključni faktor razvoja ruralnog turizma. Suština ruralnog turizma je direktan kontakt gosta i domaćina.

*Finansiranje promocije ruralnog turizma i kanala prodaje turističkog proizvoda* je ključno u cilju valorizacije ruralne turističke ponude na turističkom tržištu. Prema uputstvima koje danskim farmerima daje *Agritera*, organizacija za podršku u pogledu razvoja ruralnog turizma, u cilju pravilnog vođenja biznisa neophodna je dobra procena tražnje na tržištu, gde je potrebno da se uključe turistički operateri kako bi se pravilno procenile tržišne potrebe i pravac u kome treba da se razvija ruralni turistički proizvod. [197]

### 3.3. Mogući modaliteti finansiranja ruralnog turizma

Potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma su:

- (1) samofinansiranje;
- (2) kreditiranje;
- (3) bespovratno finansiranje;
- (4) državna podrška finansiranju ruralnog turizma
- (5) koncesije;
- (6) javno-privatna partnerstva;
- (7) zajednička ulaganja;
- (8) hartije od vrednosti;
- (9) investicioni fondovi;
- (10) lizing;
- (11) mikrokreditne organizacije;
- (12) štedno-kreditne zadruge;
- (13) poslovni anđeli;
- (14) strane direktne investicije;
- (15) pretpristupni fondovi Evropske unije;
- (16) specijalizovana poljoprivredna banka - potencijalni koncept.

Predloženi načini finansiranja mogu se grupisati na interne i eksterne, bespovratne i povratne, privatne, javne i međunarodne.

(1) **Samofinansiranje** - Samofinansiranje (*engl. self-financing*) je finansiranje iz sopstvenih sredstava privrednog subjekta. U literaturi se najčešće sopstveni izvori finansiranja dele na interne i eksterne. Prema (Krasulja, 1998) eksterne izvore finansiranja predstavlja akcijski kapital koji je uplaćen od strane akcionara, a u interne izvore se ubraja akumulirani dobitak i amortizacija. Citirani autor smatra da „pretpostavka o besplatnosti sopstvenih izvora finansiranja ekonomski je neprihvatljiva s obzirom da bi mogla imati za posledicu neracionalnu alokaciju ograničenog kapitala na alternativne upotebe unutar preduzeća.“ (Krasulja, 1980) U interne izvore samofinansiranje, pored akumulirane neto dobiti, mogu se svrstati i dugoročna rezervisanja i revalorizacije rezerve.

Samofinansiranje je jedan od potencijalnih modaliteta finansiranja ruralnog turizma. Imajući u vidu da se ova privredna delatnost uglavnom zasniva na poljoprivredi, interne izvore samofinansiranja, u početnoj fazi, predstavlja akumulirana neto dobit iz poljoprivredne proizvodnje. U razvijenoj fazi interni izvor finansiranja može da bude i realizovana neto dobit iz ruralnog turizma. Eksterni izvor samofinansiranja ruralnog turizma, i u početnoj i u

razvijenoj fazi, može da bude akcijski kapital, ukoliko je privredni subjekt osnovan u pravnoj formi akcionarskog društva (etno sela, salaši).

Prednosti korišćenja sopstvenih izvora finansiranja su, pre svega, u finansijskoj samostalnosti privrednog subjekta. Kod ovog načina finansiranja nisu potrebna izdvajanja sredstava za kamate, bankarske garancije i provizije. Samofinansiranje je u skladu s načelom racionalnog finansiranja, načelom akumulacije i mobilizacije sredstava. Primenom ovog modaliteta finansiranja ruralnog turizma smanjuje se rizik od nelikvidnosti, povećava rentabilnost, finansijski, kao i sigurnost poslovanja, što objedinjeno predstavlja veću finansijsku snagu. Učešće sopstvenih izvora finansiranja u ukupnim investicijama privrednog subjekta pokazuje koliko je on razvojno samostalan.

(2) **Kreditiranje** - Kredit je „dužničko-poverilački odnos u kome poverilac ustupa dužniku pravo raspolaganja određenom količinom novca ili nekim drugim pravom, na određeno vreme i pod određenim uslovima (rok, kamata, pokriće, način vraćanja).“ [9] Trošak kreditiranja se iskazuje visinom kamate koja predstavlja „cenu upotrebe kapitala.“ [9] Prema (Samjuelson, Nordhaus, 2005) visina kamatne stope zavisi od „roka dospeća, rizika, oporezivanja i ostalih karakteristika onog koji uzajmljuje.“ Realna kamatna stopa je bolji pokazatelj uslova na kreditnom tržištu, nego što je to nominalna kamatna stopa. (Mishkin, 2006) Visina realne kamatne stope, pored stope inflacije, zavisi i od: visine referentne kamatne stope, odnosa ponude i tražnje na kreditnom tržištu, kao i cene izvora finansiranja koju plaćaje banke. Prema pojedinim nalazima u literaturi „višegodišnji problem najvećih komercijalnih banaka su prilično skupi izvori finansiranja.“ (Pilbeam, 2005)

Za obezbeđenje kredita (kolateral) najčešće se koristi „imovina koju zalaže zajmoprimac kao osiguranje za vraćanje zajma.“ (Van Horne, Wachowicz, 2007) Imovina može da bude pokretna (lombardni krediti), nepokretna (hipotekarni krediti), a sredstva obezbeđenja mogu da budu i hartije od vrednosti, menice i bankarske garancije. Prilikom utvrđivanja visine kreditne sposobnosti dužnika poslovne banke kontrolišu njegove karakteristike, koje se u literaturi često navode kao „5 Cs of credit“ (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Conditions*), odnosno prilikom odobravanja kredita razmatraju se: karakteristike tražioca kredita, visina njegovog kapitala, uslovi obezbeđenja kredita, kao i uslovi poslovanja potencijalnog korisnika kredita. (Vunjak, 1999a) Suština kreditnog odnosa je da se putem njega održava likvidnost privrednih subjekata, odnosno da se usitnjena sredstva, mobilišu i trasferišu u proces proizvodnje.

Kredit je potencijalni modalitet finansiranja ruralnog turizma imajući u vidu da je nelikvidnost česta karakteristika subjekata ruralnog turizma. Značaj kredita se zasniva na njegovoj dostupnosti i relativno brzom raspoloživosti. Visoki troškovi kreditnog finansiranja predstavljaju njegov najveći nedostatak. Pored osnovnog troška (glavnice i kamate) zajmoprimac je opterećen i troškovima garancija, obrade kreditnog zahteva, bankarskih provizija, što doprinosi da je efektivna kamatna stopa (kamata koju dužnik realno plaća) znatno viša od nominalne kamatne stope. Osim toga, uobičajeno je da banke u periodu mirovanja kredita (*grace period*) obračunavaju interkalarnu kamatu, što dodatno poskupljuje kredit. Kreditno zaduživanje, ukoliko je kontinuirano i neracionalno, ugrožava načelo finansijske nezavisnosti privrednog subjekta.

U Republici Srbiji kreditiranje se može realizovati samo preko poslovnih banaka što je propisano Zakonom o bankama [129] u članu 5 stav 2, gde stoji da „niko sem banke ne može se baviti davanjem kredita.“

(3) **Bespovratno finansiranje** - Bespovratno finansiranje predstavlja obezbeđivanje izvora finansiranja bez obaveze vraćanja sredstava i plaćanja troškova finansiranja. Davalac bespovratnih sredstava može da bude država i ovaj oblik finansiranja je bio čest u periodu

administrativnog upravljanja privredom, ali davalac bespovratnih sredstava finansiranja mogu da budu i međunarodne, nevladine organizacije i sl.

Bespovratno finansiranje je povoljan način finansiranja ruralnog turizma. Pozitivne karakteristike bespovratnih izvora finansiranja su neopterećenost privrednih subjekata troškovima finansiranja, a negativna, mogućnost nenamenskog korišćenja sredstava. U pogledu finansiranja ruralnog turizma potrebni i opravdani su besplatni, odnosno bespovratni izvori finansiranja iz državnog budžeta s obzirom na to da turizam ima multiplikativni efekat, odnosno može da inicira razvoj ruralne privrede.

Prema Master planu održivog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji su u dosadašnjem periodu, u cilju finansiranja ruralnog turizma, bile zastupljene brojne strane donacije. Donatori su bili: Svetska banka, Nemačka agencija za tehničku saradnju (*GTZ*), Evropska banka za rekonstrukciju i razvoj (*EBRD*), japanske, austrijske, švedske i italijanske razvojne agencije, kao i donacije koje se realizuju preko regionalnih razvojnih projekata zasnovanih na međuopštinskoj saradnji. [145]

**(4) Državna podrška finansiranju ruralnog turizma** - Država ima ključnu pokretačku ulogu u razvoju ruralnog turizma, posebno u oblasti finansiranja saobraćajne i komunalne infrastrukture, telefonskih veza, turističke signalizacije i sl. Prema (Milenković, 2009) većina turističkih zemalja karakterišu „snažne stimulativne i protekcionističke mere države u korist razvoja turizma (kreditna i poreska politika, premije, carinski i devizni režim i sl.)“

Državna podrška ima veliku ulogu u nerazvijenim, ali i u razvijenim državama. Prema (Pejanović, Njegovan, 2011a) uloga države u razvijenim zemljama je „u podsticanju ekonomskog rasta i održavanju ekonomsko-socijalne stabilnosti.“ (Samjuelson, Nordhaus, 2005) smatraju da država ima značajnu ulogu i u tržišnoj ekonomiji i ona se svodi na „povećanje efikasnosti, unapređenje jednakosti, i jačanje makroekonomske stabilnosti i rasta.“ Ulogu države u unapređenju jednakosti citirani autori obrazlažu da „...države promovišu jednakost korišćenjem poreza“, a ulogu u pogledu makroekonomske stabilnosti objašnjavaju da „...države jačaju makroekonomsku stabilnost i rast - smanjenjem nezaposlenosti i inflacije i podsticanjem ekonomskog rasta - putem fiskalne politike i monetarne regulacije.“ Autor (Mishkin, 2006) je definisao šest osnovnih ciljeva monetarne politike, a to su: „visoka stopa zaposlenosti, privredni rast, stabilnost cena, stabilnost kamatnih stopa, stabilnost finansijskih tržišta i stabilnost deviznih tržišta.“

Državna podrška finansiranju ruralnog turizma realizuje se kroz bespovratno finansiranje i beneficiranu kreditnu i fiskalnu politiku. Vrste bespovratnog finansiranja uz podršku države su: (a) dotacije; (b) subvencije; (c) regresi; (d) kompenzacije i (e) premije. Prema (Andrić i sar., 2005) finansiranje putem donacija se javlja kada država...želi da pomogne razvoj određenih nerazvijenih regiona, privrednih subjekata ili grupe korisnika, pa im dodeljuje sredstva za strogo određene namene ulaganja. Subvencije su novčana davanja iz državnog budžeta ili fonda privrednim subjektima „u cilju unapređenja njihove delatnosti ili popravljavanja materijalnog i finansijskog položaja na tržištu.“ [9] Bespovratno finansiranje putem regresa se javlja najčešće u poljoprivredi u cilju državne podrške određenoj proizvodnji, ali i u cilju očuvanja kupovne snage potrošača. Konkretno, iz državnog budžeta se nadoknađuje razlika između „cene po kojoj se proizvod prodaje i cene koštanja.“ [9] Prema (Vunjak, 1999) kompenzacije predstavljaju kompenzaciju dela troškova, ukoliko država oceni da su oni „objektivno visoki, a da je neophodno održati određeni nivo prodajnih cena određenog proizvoda.“ Premije su oblik transfernih rashoda kojima država stimuliše privredne subjekte da se bave određenom delatnošću, za koju oni nemaju ekonomski interes bez dodatnih sredstava iz budžeta. [9]

Autori (Bakić, Hrabovski-Tomić, 2010) podrazumevaju pod beneficiranom fiskalnom politikom oslobađanje privrednih subjekata koji se bave turističkom delatnošću poreza na dobit, poreza na zarade „novih“ radnika ili oporezivanje po sniženim stopama, kao i diferencirane boravišne, komunalne takse i turističke naknade, državne garancije i povoljne koncesije.

Finansijska podrška države razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji normativno je definisana u Zakonu o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju [136], a navedena je i u Strategiji razvoja turizma. [144]

**(5) Koncesije** - Koncesije (*engl. concession*) predstavljaju pravo korišćenja obnovljivih ili neobnovljivih prirodnih bogatstava ili dobara u opštoj upotrebi u trajanju do 30 godina i uz obavezu plaćanja naknade. [9] Koncesije su mogući modalitet finansiranja infrastrukture. Suština koncesije je da koncesionar finansira izgradnju nekog investicionog objekta (npr. infrastrukture) ili eksploataciju prirodnog bogatstva (rude), pri čemu dobija samo pravo korišćenja, bez prava vlasništva.

Koncesije su potencijalni modalitet finansiranja ruralne infrastrukture. Značajnija primena ovog načina finansiranja javila se sredinom XX veka. Španija je 1960. godine odobrila koncesiju za izgradnju autoputa, odnosno u cilju razvoja turizma.

**(6) Javno-privatna partnerstva (JPP)** - Javno privatna partnerstva, u svom savremenom obliku, se primenjuju od 90-tih godina XX veka. Ovaj oblik poslovne saradnje nastao je u Sjedinjenim američkim državama, gde se prvobitno koristio za finansiranje obrazovanja, komunalnih usluga i infrastrukture. (Yescombe, 2010)

Prema (Perić, Dragičević, 2006) partnerstvo predstavlja metodu kojom se povezuje interes javnog sektora (opšte dobro), privatnog sektora (profit) i civilnog sektora (posebni interesi) u zadovoljavanju određenih potreba za povećanjem kvaliteta ili/i dostupnosti usluga i proizvoda. Citirani autori smatraju da se ovaj način finansiranja koristi za namene za koje javni sektor nema dovoljno sredstava, a privatni sektor nema dovoljno interesa da samostalno ulaže sredstva. Stoga je njihova najčešća primena u finansiranju izgradnje ili rekonstrukcije saobraćajne ili komunalna infrastrukture.

Osnovna načela javno-privatnih partnerstava su: dobrobit zajednice (društva), interesi partnera (opšti i privatni), ekonomska racionalnost i učinak, dugoročna ekonomska i društvena opravdanost, reciprocitet, u smislu međusobnog podržavanja partnera, njihova relativna autonomija, kontrola korupcije, kao i kvaliteta i cene usluga. (Perić, Dragičević, 2006) Najznačajniji interesi javnog partnera, koji se realizuju u javno-privatnim partnerstvima, su: poboljšanje kvaliteta usluga od opšteg interesa i bolje upravljanje ograničenim resursima. (Dabić, 2014)

Javno-privatna partnerstva omogućavaju finansiranje bez plaćanja troškova finansiranja, putem njih se deli rizik poslovanja, a omogućava i veća dostupnost sredstava iz fondova Evropske unije. Ovaj način finansiranja mogao bi da se primeni za finansiranje izgradnje ili rekonstrukcije infrastrukture u ruralnim područjima, što bi moglo da inicira razvoj ruralnog turizma, a time i ruralni, regionalni i sveukupni privredni razvoj države i regiona.

Postoje različiti oblici *JPP* u oblasti infrastukture, a njihova konkretna primena zavisi od zakonskih propisa pojedinih država. Javno-privatna partnerstva su u Republici Srbiji definisana Zakonom o javno-privatnim partnerstvima i koncesijama [132], koji predstavlja normativni okvir za finansiranje izgradnje, rekonstrukcije, upravljanja ili održavanja infrastrukturnih i drugih objekata od javnog značaja.

**(7) Zajednička ulaganja** - Zajednička ulaganja predstavljaju „specifičan oblik direktnih investicija s tim što vlasnik kapitala ne nastupa samostalno, već u saradnji sa

domaćim partnerom“ (Andrić i sar., 2005) Sredstva koja inostrani i domaći partneri ulažu ne moraju da budu samo novčana, već i u obliku materijalnih i nematerijalnih ulaganja (patenata). Suština zajedničkih ulaganja je u tome da partneri dele dobit, ali i rizike i gubitke zajedničkog posla srazmerno uložnim sredstvima. Obaveze partnera se definišu ugovorom, čiji se period važenja može vezati za vreme dok se ne refundiraju uložena finansijska sredstva iz dobiti zajedničkog posla, ali i na duži rok. Zajednička ulaganja mogu da budu i između samo domaćih partnera, ali su ona u praksi ređa s obzirom na to da je cilj zajedničkih ulaganja usvajanje novih tehnologija, patenata, kao i obezbeđivanje pristupa inostranim tržištima. Strani partneri vide svoj interes u ovom obliku saradnje i u ostvarenju „produžene dobiti“ s obzirom na to da se može stvoriti trajna zavisnost domaćih partnera od tehnologije, sirovina, i patenata plasiranih kroz *joint venture*.

Zajednička ulaganja zasnivaju se na načelima: ekonomske efikasnosti, zajedništva u dobiti i rizicima, dugoročnosti i stabilnosti, pravičnih ekonomskih odnosa, transfera i retransfera, uključivanja u međunarodnu podelu rada, kao i na načelu rentabilnosti i likvidnosti poslovanja. (Vunjak, 1999) Značaj finansiranja putem zajedničkih ulaganja je da se finansijska sredstva pribavljaju od inostranih partnera bez troškova finansiranja, a materijalna i nematerijalna dobra, bez kupovine, što je pozitivno za mikro, ali i makro aspekt jer povoljno utiče na platni bilans. Domaći partneri usvajaju nova, znanja i tehnologije, koje mogu da im donesu i bolju tržišnu poziciju, a time i veći prihod. Putem zajedničkih ulaganja smanjuje se zavisnost od eksternih izvora finansiranja, što doprinosi realizaciji načela finansijske snage.

Realizacijom zajedničkih ulaganja može da se finansira početna faza u razvoju ruralnog turističkog proizvoda, da se obezbede potrebna znanja (*know how*), ali i da se edukuje potreban kadar, a posebno lideri ruralnog turizma. Ovaj način finansiranja je pogodan i za razvoj novih tehnologija i turističkih sadržaja, što je imperativ savremenog ruralnog turizma. Putem zajedničkih ulaganja može da se omogući i pozicioniranje ruralnog turističkog proizvoda na inostranim tržištima.

Zakonsku osnovu za zaključenje ugovora o zajedničkom ulaganju (*joint venture*) u Republici Srbiji predstavlja Zakon o obligacionim odnosima. [135] U skladu sa ovim Zakonom a „u cilju postizanja različitih ekonomskih efekata ugovorni *joint venture* može se zaključiti u formi velikog broja ugovora: ugovor o franšizingu, ugovor o dugoročnoj poslovnoj saradnji, ugovor o tehničko-tehnološkoj saradnji, ugovor o licenci, ugovor o zajedničkoj proizvodnji, nabavci, marketingu, distribuciji, ugovor o razvoju proizvoda, ugovor o istraživanju i razvoju, ugovor o zajedničkom pružanju usluga, ugovor o inženjeringu, ugovor o zajedničkom izvozu, ugovor o zajedničkom ulaganju u izgradnju i dr.“ (Stefanović, 2013a) Svi navedeni ugovori mogu da se primene u cilju finansiranja razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.

**(8) Hartije od vrednosti** - Upotreba hartija od vrednosti je vezana za razvijenost tržišta novca i kapitala, ali je usko povezana i sa razvijenošću tržišne privrede. Prema (Šoškić, 2006) „razvijenost finansijskog tržišta, njegova stabilnost, dinamika i dubina merodavni su pokazatelji razvijenosti nacionalne privrede i njene uključenosti u savremene svetske ekonomske tokove.“ Hartije od vrednosti mogu da budu značajan izvor finansiranja ruralnog turizma, uz pretpostavku razvijenosti sekundarnog finansijskog tržišta (tržišta kapitala). U tom procesu najznačajniju ulogu mogu da imaju akcije i obveznice. Prema (Andrić i sar., 2005) osnovna razlika između akcija i obveznica je u tome što „vlasnici akcija pored vlasništva stiču i pravo učešća u upravljanju, pravo učešća u raspodeli ostvarene dobiti srazmerno uložnom kapitalu, kao i pravo na srazmeran deo likvidacione mase u slučaju likvidacije pravnog subjekta“...dok posedovanje obveznica omogućava samo pravo na isplatu

glavnice i pripadajuće kamate, tako da obveznice „imaju karakter zajma koji preduzeće vraća posle određenog vremena uz plaćanje cene za pozajmljeni kapital.“

Akcije se definišu kao „hartije od vrednosti koje nastaju po osnovu udela u akcionarskom kapitalu.“ (Vunjak, Kovačević, 2009) U literaturi se vrednost akcija definiše kao „sadašnja vrednost budućih dividendi.“ (Mishkin, 2006) Akcije kao izvor finansiranja ruralnog turizma mogu da se koriste za finansiranje smeštajnih kapaciteta, razvoja komunalne infrastrukture i turističkih sadržaja, uz uslov da privredni subjekti, koji pribavljaju potrebna finansijska sredstva, imaju pravnu formu akcionarskih društava.

Obveznice su dugoročne hartije od vrednosti koje omogućavaju emitentima da „prikupe novčana sredstva,“ a vlasnicima obveznica obezbeđuju „isplatu kamate i glavnice duga po unapred utvrđenom redosledu i u određenom vremenskom periodu.“ (Vunjak, Kovačević, 2009) Postoje „tri faktora koja utiču na to da obveznice istog roka dospeća imaju različite kamatne stope i to su: kreditni rizik, likvidnost i porez.“ (Mishkin, 2006) Za finansiranje ruralnog turizma najznačajnije su: državne, municipalne i korporativne obveznice.

Državnim obveznicama država kvantitativno usmerava određeni deo ponude kapitala u prioritetne privredne sektore i ove hartije od vrednosti mogu da imaju subvencionisane kamatne stope. Municipalna obveznica je „dugovna hartija od vrednosti lokalnih državnih organa“, koja se koristi za finansiranje opštih budžetskih potreba ili određenih projekata. [9] Osnovni razlog što su se emisijom obveznica, pored države počeli baviti i privredni subjekti (korporativne obveznice) je činjenica da se na ovaj način finansijska sredstva pribavljaju po nižoj ceni nego putem akcija, jer obveznice „nose niži nivo rizika i niži nivo prinosa svojim vlasnicima.“ (Vunjak, Kovačević, 2009)

Sa aspekta finansiranja ruralnog turizma državne i municipalne obveznice bi mogle da se primene za finansiranje izgradnje ili rekonstrukcije saobraćajne ili komunalne infrastrukture u ruralnim područjima, dok bi korporativne obveznice mogle da se koriste za finansiranje izgradnje ili rekonstrukcije smeštajnih kapaciteta (turističke ponude u užem smislu).

Zakonom o tržištu hartija od vrednosti [138] u članu 2, stav 3 definisana je upotreba akcija i obveznica, što predstavlja pravni osnov i za njihovu primenu u finansiranju ruralnog turizma.

**(9) Investicioni fondovi** - Investicioni fond ili investiciona kompanija (*engl. investment company*) je institucionalni investitor koji povlači sredstva od manjih individualnih investitora i za uzvrat emituje akcije (*stocks*). [9] Suštinu funkcionisanja investicionih fondova sastoji se u tome da: „investicioni fondovi investiraju svoj kapital u dugoročne hartije od vrednosti, kupujući iste od raznih emitenata uz istovremeno emitovanje sopstvenih dugoročnih hartija i njihove prodaje širokom milionskom auditorijumu malih štediša (građana).“ (Vunjak, Kovačević, 2009)

Investicioni fondovi mogu da budu značajni finansijeri investicija u ruralnom turizmu, ali uz potreban nivo razvijenosti tržišta kapitala. Na ovaj način mogu da se finansiraju investicije u smeštajne kapacitete, kao i u razvoj turističkih sadržaja. Zakon o investicionim fondovima [131] je normativni okvir za poslovanje ovih kompanija na finansijskom tržištu u Republici Srbiji.

**(10) Finansijski lizing** - Finansijski lizing predstavlja „formu ustupanja prava korišćenja tehnologije, proizvoda i opreme, po osnovu zakupa.“ [9] Prema (Van Horne, Wachowicz, 2007) zakup se definiše ugovorom prema kome „jedna stranka, zakupodavac (vlasnik) neke imovine pristaje da tu imovinu da na korišćenje zakupoprimcu, u zamenu za periodične isplate.“ Pojedini autori smatraju da „suštinski zakup predstavlja samo

diferencirani oblik duga, gde umesto gotovine, zakupac pozajmljuje korisna uslužna svojstva nekog fiksnog sredstva na određeni rok.“ (Krasulja, 1998)

Prednosti finansijskog lizinga kao načina finansiranja su: (a) troškove finansiranja ne opterećuju troškovi bankarskih garancija; (b) mogućnost da se nabavljena oprema odmah koristi, te da se iz ostvarenog prihoda otplaćuje investicija; (c) jednostavna i brza procedura realizacije ugovora; (d) mogućnost nabavke i polovne (jeftinije) opreme; (e) pogodan za novoosnovane privredne subjekte i individualne poljoprivredne proizvođače koji ne poseduju „kreditnu istoriju“; (f) povoljan za privredne subjekte koji ne poseduju značajnu kreditnu sposobnost, a potrebna im je oprema većih vrednosti. Prema pojedinim autorima finansijski lizing je „jedan od najskupljih načina finansiranja“ (Vunjak, Kovačević, 2002) s obzirom na to da troškove finansiranja dodatno opterećuju i troškovi osiguranja predmeta lizinga, kao i troškovi poreza koji se plaća i na troškove kamate.

Mogućnosti primene finansijskog lizinga u finansiranju ruralnog turizma su u segmentu finansiranja opreme, koja je potrebna subjektima za razvoj turističke ponude (automobili, autobusi, mehanizacija), poljoprivredne mehanizacije, kao i za finansiranje nabavke opreme u cilju razvoja turističkih sadržaja.

Normativni okviru, za primenu finansijskog lizinga u Republici Srbiji, definisan je u Zakonu o finansijskom lizingu. [130]

**(11) Mikrokreditne organizacije** - Mikrokreditne organizacije su finansijske institucije koje bi mogle aktivno da se uključe u finansiranje ruralnog turizma s obzirom na to da imaju značajnu ulogu u podršci razvoja preduzetništva i samozapošljavanja kategorija stanovništva koje nemaju pristup klasičnom bankarskom tržištu. Pored aktiviranja nezaposlenih, plasmani mikrokreditnih organizacija, su značajni i za obezbeđivanje potrebnih izvora finansiranja poljoprivrednicima koji nemaju kontinuirane izvore prihoda, neophodne da bi im poslovne banke odobrile kredite, a imaju viziju razvoja ruralnog turizma u okviru svog gazdinstva. Ovaj modalitet finansiranja bi mogao da se primeni za finansiranje izgradnje ili rekonstrukcije smeštajnih kapaciteta, turističkih i ugostiteljskih sadržaja (finansiranje poljoprivredne proizvodnje), finansiranje turističke promocije (štampe turističkih kataloga, izradu web sajtova), kao i za finansiranje edukacije kadrova u ruralnom turizmu.

Osnovne karakteristike poslovanja mikrokreditnih organizacija su: (a) omogućavaju pristup kreditima bez velikog administriranja; (b) obezbeđuju korisnicima kredita edukaciju i obuku; (c) imaju visok stepen društvene odgovornosti; (d) krediti su namenjeni preduzetnicima i mikro preduzećima i odobravaju se u iznosu od 100 do 2.000 evra; (e) krediti se odobravaju bez valutne klauzule; (f) visoka naplativost kredita (preko 95%) kao posledica razvijanja čvrstih odnosa sa klijentima i kontinuirane brige i podrške razvoju njihovih poslovnih aktivnosti. (Erić i sar., 2012)

Ograničavajući faktor za primenu kreditiranja putem mikrokreditnih organizacija u Republici Srbiji, u aktuelnom trenutku, je nepostojanje normativnog okvira za njihovo funkcionisanje. Zbog toga mikrokreditne organizacije moraju svoje kredite da plasiraju preko poslovnih banaka, što značajno poskupljuje ovaj način finansiranja.

**(12) Štedno-kreditne zadruge** - Potencijalni modalitet finansiranja ruralnog turizma može da bude i kreditiranje posredstvom štedno-kreditnih zadruga s obzirom na to da ove finansijske institucije omogućavaju dostupnost kredita i subjektima koje karakteriše manja finansijska snaga, koji ne poseduju kreditnu istoriju i potrebne kolaterale. Ovaj modalitet finansiranja mogao bi da se upotrebi za finansiranje razvoja turističke ponude (smeštajnih kapaciteta, ugostiteljskih i turističkih sadržaja), za razvoj turističke promocije, kao i za razvoj kadrova i lidera ruralnog turizma u Republici Srbiji.



Štedno-kreditne zadruge su „privredni subjekti koji prikupljaju novčana sredstva građana, daju kredite građanima i obavljaju platni promet za račun građana.“ (Kukoleča, 1990) One mogu da posluju kao finansijske zadruge, odnosno finansijske institucije u svojini i pod kontrolom svojih članova (zadugara), od kojih prikupljaju depozite i plasiraju im kredite pod povoljnim uslovima u cilju razvoja proizvodnje (ekonomskog interesa), koji ih ujedinjuje. Ove finansijske institucije... „kredite odobravaju po nižim kamatnim stopama nego banke i uz nižu proviziju ... konkurentnosti kamatnih stopa doprinose i poreski podsticaji koji se često propisuju za ovu vrstu finansijskih institucija.“ (Stefanović, 2013)

Ograničavajući faktor za primenu finansiranja preko štedno-kreditnih zadruga u Republici Srbiji, u aktuelnom trenutku, je nepostojanje normativnog okvira. Aktuelni Zakon o zadrugama [141] propisuje da zadruge mogu da se osnuju i kao štedno-kreditne zadruge, ali da se na osnivanje, organizaciju, poslovanje i način upravljanja štedno-kreditnim zadrugama primenjuju odredbe zakona kojim se uređuje poslovanje banaka i drugih finansijskih organizacija. Prema članu 5. stav 1. Zakonu o bankama [129] propisano je da se niko sem banaka ne može baviti davanjem kredita, kao ni depozitnim poslovima, a suprotno postupanje se sankcioniše kao krivično delo (član 135).

**(13) „Poslovni anđeli“** - Finansiranje ruralnog turizma može da se realizuje i preko „poslovnih anđela“ (*engl. business angel*) kao vrste neinstitucionalnih privatnih investitora koji ulažu sredstva u preduzetničke firme, u početnoj fazi njihovog razvoja.[9] Ovi investitori, najčešće imaju značajno profesionalno iskustvo, a raspolazu i sa slobodnim finansijskim sredstvima i potrebnim kontaktima, te žele da svoju „profesionalnu mudrost ulože u novoosnovane firme u cilju njihovog uspešnog poslovanja i razvoja, ali i u cilju potvrde svog poslovnog renomea.“ (Erić i sar., 2012) U najvećem broju slučajeva uloženi novac se ne vraća već zamenjuje za suvlasništvo i upravo ova karakteristika razlikuje „poslovne anđele“ od mikro-kreditnih organizacija.

Način finansiranja putem „poslovnih anđela“ može da se implementira u cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji i to u svim fazama. Posebno je pogodan za novoosnovana mikro preduzeća, koja ne poseduju „kreditnu istoriju“. Adekvatan je za finansiranje svih segmenata ruralne turističke ponude: izgradnju ili rekonstrukciju smeštajnih kapaciteta, razvoj ugostiteljskih i turističkih sadržaja, edukaciju i razvoj kadrova i lidera, kao i za finansiranje promocije. Prednost je što je ovaj način finansiranja i konsaltinga besplatan i profitno orjentisan, što sinergetski može da bude generator razvoja ruralnog turizma. Ovaj modalitet finansiranja bi mogao posebno da bude interesantan ljudima iz dijaspore, koji bi na ovaj način mogli da plasiraju slobodan kapital, ali i implementiraju svoje iskustvo i poslovne kontakte, te uzmu aktivnu ulogu u razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji.

**(14) Strane direktne investicije** - Mogući modalitet finansiranja ruralnog turizma su i strane direktne investicije, posredstvom kojih bi mogao da se realizuje i transfer novih tehnologija, preduzetničkih, menadžerskih i organizacionih veština. Prema (Vasiljević, Kovačević, 2014) faktori od značaja za privlačenje stranih direktnih investicija su: (a) karakteristike poreske politike (visina poreza i doprinosa na zarade zaposlenih); (b) kvalitet i cena radne snage; (c) pravna sigurnost investitora i efikasnost izdavanja potrebne dokumentacije; (d) kvalitet infrastrukture; (e) pristup tržištima u inostranstvu; (f) imidž i politička stabilnost države; (g) razvijenost finansijskih tržišta; (h) subvencije i povlastice inostranim investitorima.

Prema pojedinim autorima „direktne strane investicije omogućuju uspostavljanje održivog obrazovanja ljudskih resursa u turizmu kroz sistem učenja tokom celog života.“ (Đurić, Holodkov, 2014) Ovaj potencijalni modalitet finansiranja ruralnog turizma mogao bi, pored edukacije kadrova, da se koristi i za izgradnju smeštajnih kapaciteta i razvoj turističkih

sadržaja. Implementacija stranih direktnih investicija u navedene projekte omogućila bi rast kvaliteta usluga, odnosno kvaliteta ruralne turističke ponude, što bi povećalo konkurentnost ruralne turističke destinacije.

Korišćenje stranih direktnih investicija podržano je u Republici Srbiji subvencijama iz državnog budžeta, a što je definisano Uredbom o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija. [148] Uredbom je definisano da se sredstva za privlačenje stranih direktnih investicija obezbeđuju u državnom budžetu i da se ona mogu koristiti za investicije u strateške projekte u sektoru turizma, odnosno pod uslovom da je vrednost investicije minimalno pet miliona evra i da se njom obezbeđuje minimalno 50 radnih mesta.

**(15) Pretpristupni fondovi Evropske unije** - Finansiranje ruralnog turizma realizuje se i preko pretpristupnih fondova Evropske unije. Za finansiranje ruralnog turizma u Republici Srbiji u dosadašnjem periodu korišćena su sredstva iz komponente *IPA CBC (Instruments for Pre-accession Assistance Cross-border Cooperation Programme)*. Republika Srbija je sticanjem statusa kandidata, 01.03.2013. godine, ostvarila pravo i na korišćenje sredstava iz *IPARD* pretpristupne komponente.

Sušтина *Instrument for Pre-Accession Assistance for Rural Development (IPARD)* je u pružanju finansijske podrške budućim članicama Unije da uspešno implementiraju mere Zajedničke poljoprivredne politike a u cilju održivog razvoja poljoprivrede i ruralnog razvoja. *IPARD* definiše mere podrške ruralnom razvoju u skladu sa pravilima Evropske unije, uslove i kriterijume za njihovo korišćenje, kao i način sprovođenja kontrole. U okviru *IPARD-a* Republika Srbija ima raspoloživo u programskom periodu 2014. - 2020. godina 175 miliona evra, odnosno 230 miliona evra, ukoliko se u obzir uzmu i sredstva iz nacionalnih fondova. Prema podacima iz Strategije poljoprivrede i ruralnog razvoja, očekuje se da će Republika Srbija moći godišnje da povuče 60 miliona evra od navedenih sredstava. [143]

*IPARD* je najsloženija *IPA* komponenta i obuvata mere koje se mogu grupisati u tri ose. Finansiranje ruralnog turizma se realizuje preko mera treće ose koje obuhvataju aktivnosti vezane za razvoj ruralne infrastrukture i diverzifikacija ruralnih ekonomija. Za razvoj ruralnog turizma sa aspekata pojedinačnog subjekta najznačajnije je mera 302 u okviru koje se finansiraju ulaganja u: (a) izgradnju i/ili rekonstrukciju i/ili opremanje objekata za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga; (b) objekata za gajenje životinja u turističke svrhe; (c) objekata za rekreaciju; (d) turističke kampove; (e) objekte na otvorenom (tematske staze, jahačke staze i sl.); (f) obnovu starih zgrada ( tradicionalna arhitektura). (Svržnjak i sar., 2014)

Finansiranje iz *IPARD-a* realizuje se po principu sufinansiranja. Preciznije, za finansiranje projekata deo sredstava se obezbeđuje iz ovog Fonda, a deo mora da bude isfinansiran iz domaćih sredstava, pri čemu učešće javnog sektora može da bude maksimalno 50%, dok ostatak sredstava mora da se obezbedi iz sredstava privatnog sektora. U cilju realizacije mera treće ose potrebno je da se obezbede sredstva za sufinansiranje i to minimalno 10%, a maksimalno od 50-75% od vrednosti projekta. U cilju obezbeđivanje potrebnog obima sredstava za predfinansiranje i sufinansiranje potrebno je pored agrarnog budžeta obezbediti i druge izvore finansiranja.

**(16) Specijalizovana poljoprivredna banka (SPB) - potencijalni koncept** (Radović, 2014) - U cilju finansiranja poljoprivrede, ruralnog razvoja, kao i predfinansiranje i sufinansiranje projekata koji će se realizovati iz sredstava *IPARD-a*, potrebno je formiranje specijalizovane poljoprivredne banke. Krediti specijalizovane poljoprivredne banke bi se plasirali u agrar, i u projekte usmerene na ruralni razvoj (ruralni turizam), pod beneficiranim uslovima, poštujući sezonski karakter i dinamiku poljoprivredne proizvodnje, te usklađujući s njom i dinamiku plasmana sredstava, dinamiku dospeća anuiteta, kao i naplatu bankarskih troškova. Specijalizovana poljoprivredna banka zahteva obezbeđenje specifične strukture

izvora sredstava, koja jedino može da se obezbedi uz podršku države, a država bi trebala da ima i presudnu ulogu u politici plasmana sredstava, koja bi bila usklađena sa ekonomskim, socijalnim, ali i strateškim ciljevima vezanim za ovu privrednu delatnost.

Posmatrajući genezu inostranog, ali i domaćeg bankarskog sektora, može se zaključiti da su mnoge, danas uspešne poslovne banke, osnovane kao specijalizovane poljoprivredne banke. Pored specijalizovanih poljoprivrednih banaka, finansiranjem poljoprivrede se bave i razvojne banke, kao na primer, Hrvatska banka za obnovu i razvoj - *HBOR*. Ova banka plasira kredite pod povoljnim uslovima za finansiranje poljoprivrede i ruralnog turizma, kao i kredite za finansiranje investicija koje će se realizovati preko *IPARD-a*.

Formiranje Specijalizovane poljoprivredne banke u Republici Srbiji je neophodno imajući u vidu značaj poljoprivrede za privredni razvoj i zaposlenost stanovništva, aktuelni nivo njene nerazvijenosti, potrebu razvoja prerađivačkog poljoprivrednog sektora zasnovanog na preduzetništvu (mini uljare, klanice, mlekare i sl.), kao i razvoja nepoljoprivrednih delatnosti, odnosno razvoja ruralnog turizma. Potrebu za njenim formiranjem inicira i činjenica je da je finansijski „nepokriven“ sektor malih i srednjih poljoprivrednih subjekata imajući u vidu da su velike kompanije u prehrambenom sektoru korisnice kredita *EBRD*, *IFC*, kao i drugih međunarodnih finansijskih institucija.

Osnivanje i poslovanje specijalizovane poljoprivredne banke (*SPB*) neophodno je da se uredi posebnim zakonom, kojim bi trebalo da se definiše: (1) početni kapital i izvori finansiranja; (2) funkcionisanje, odnosno ciljevi poslovanja, a u skladu sa njima i uslovi kreditiranja. Potrebno je da se onemogući centralizaciju sredstava i donosioca odluka, kao i politički uticaj na menadžment banke. Početni kapital specijalizovane poljoprivredne banke bi mogao da se obezbedi iz sledećih izvora: (a) sredstava iz državnog budžeta, odnosno dela sredstava agrarnog budžeta i sredstava iz budžeta lokalnih samouprava koja su se u dosadašnjem periodu izdvajala za kreditiranje poljoprivrede; (b) sredstava aktuelnih specijalizovanih državnih finansijskih institucija koje kreditiraju poljoprivredu; (c) sredstava koja se naplaćuju po osnovu zakupa državnog poljoprivrednog zemljišta.

Kreditima Specijalizovane poljoprivredne banke mogli bi da se finansiraju svi segmenti ruralne turističke ponude u Republici Srbiji: (a) smeštajni kapaciteti i prateća oprema; (b) razvoj ugostiteljskih sadržaja (gastronomska ponuda); (c) razvoj turističkih sadržaja; (d) saobraćajna i komunalna infrastruktura; (e) turistička signalizacija; (f) edukacija kadrova i razvoj lidera; (g) promocija ruralnog turističkog proizvoda i (h) razvoj kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda.

## 4. POVEZANOST FINANSIRANJA POLJOPRIVREDE I RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI

Posmatrano sa finansijskog aspekta u Republici Srbiji je dvostruka povezanost razvoja poljoprivrede (posmatrane u užem smislu) i ruralnog turizma. Postoji povratna (*feed back*) veza:

(1) nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede uzrokuje nemogućnost samofinansiranja (kao potencijalnog načina finansiranja) ruralnog turizma, što upućuje na zaključak da interni izvori finansiranja nisu dovoljni, odnosno poljoprivreda ne može da bude faktor razvoja ruralnog turizma;

(2) nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede uzrokuje potrebu razvoja ruralnog turizma u cilju obezbeđenja dodatnih prihoda poljoprivrednim gazdinstvima, što upućuje na zaključak da ruralni turizam, uz definisaje modaliteta eksternog finansiranja, može da bude faktor razvoja poljoprivrede.

### 4.1. Društveno-ekonomske specifičnosti poljoprivrede značajne za razvoj i finansiranje ruralnog turizma

Društveno-ekonomske specifičnosti poljoprivrede u Republici Srbiji, od značaja za razvoj i finansiranje ruralnog turizma, su: (a) nestabilnost agrarne politike i neodgovarajuća uloga države; (b) nerazvijenost tržišta i cenovna nekonkurentnost poljoprivrednih proizvoda; (c) mala veličina poseda; (d) svojinski odnosi; (e) nepovoljni demografski faktori; (f) nerazvijenost udruživanja poljoprivrednih proizvođača.

*Nestabilnost agrarne politike i neodgovarajuća uloga države* - Prema definiciji agrarna politika je deo ekonomske politike države ili šire zajednice država (Evropske unije), koja obuhvata skup ekonomskih mera na osnovu kojih se usmerava razvoj poljoprivrede i ruralni razvoj. Postoje tri koncepta agrarne politike: protekcionistički, liberalni i koncept održivog razvoja. Agrarna politika u Republici Srbiji, u predtranzicionom periodu, bila je protekcionistička. Početkom XXI veka, preciznije 2003. godine, naglo se transformisala u liberalnu, što je imalo nepovoljne posledice po finansiranje poljoprivrede. Narednih godina agrarna politika je ponovo dobijala delimične karakteristike protekcionizma. Neadekvatne ekonomske mere agrarne politike imale su za posledicu nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede. Navedeno je, između ostalog, uzrokovalo i nemogućnost samofinansiranja razvoja ruralnog turizma u okviru poljoprivrednih gazdinstava. U pogledu razvoja ruralnog turizma potrebno je da agrarna politika ima karakteristike protekcionizma, jer je za njegov razvoj primarna uloga države. U tom cilju potrebna je strateška i finansijska podrška države.

*Nerazvijenost tržišta i cenovna nekonkurentnost poljoprivrednih proizvoda* - Tržišni sistem privređivanja još uvek je nerazvijen u Republici Srbiji što uslovljava nerazvijenost tržišta roba, novca i kapitala. Nerazvijenost tržišta roba uslovljava nestabilnost i nepredvidljivost cena poljoprivrednih proizvoda, a nerazvijenost tržišta novca i kapitala uzrokuje nedostatak kvalitetnih izvora finansiranja, što se odražava i na razvoj ruralnog turizma. Nerazvijenost robnog tržišta je rezultat i stalne potrebe za državnim finansijskom podrškom usled cenovne nekonkurentnosti poljoprivrednih proizvoda. Primarnu poljoprivrednu proizvodnju karakteriše niska produktivnost, a time i troškovna, odnosno cenovna nekonkurentnost, što uslovljava potrebu za angažovanjem eksternih izvora

finansiranja poljoprivrede i ruralnog turizma. Sa druge strane, plasmanom kroz ruralni turizam omogućava se prodaja poljoprivrednih proizvoda po većim cenama nego na robnom tržištu, odnosno smanjuje se nepovoljan efekat njihove nekonkurentnosti.

*Mala veličina poljoprivrednog poseda* - Prema rezultatima popisa iz 2012. godine u Republici Srbiji je 5,4 hektara prosečna veličina korišćenog poljoprivrednog zemljišta po gazdinstvu. Prosečna veličina porodičnih poljoprivrednih gazdinstva je 4,5 hektara. U strukturi poljoprivrednih gazdinstava preovlađuju poluodrživa, odnosno 47% gazdinstava koristi do dva hektara poljoprivrednog zemljišta. Mala veličina poseda onemogućava intenziviranje poljoprivredne proizvodnje, a time i njenu produktivnost, konkurentnost, profitabilnost i akumulativnost, kao i mogućnost samofinansiranja. Stoga su neophodni kvalitetni eksterni izvori finansiranja ili finansijska podrška države u cilju razvoja ruralnog turizma. Razvoj ruralnog turizma omogućio bi revitalizaciju starih zanata, razvoj trgovine, kao i plasman proizvoda domaće radinosti i prehrambenih proizvoda, što bi povećalo prihode i standard seoskog stanovništva, ali i doprinelo razvoju ruralnih područja u Republici Srbiji.

*Svojinski odnosi* - U Republici Srbiji u privatnom posedu je oko 80% od ukupne površine poljoprivrednog zemljišta. Privatna svojina predstavlja postojanje sigurnog kolaterala za bankarske kredite, u situaciji kada su nedostupni kvalitetniji izvori finansiranja. Na ovaj način bi mogao da se finansira razvoj agrarnog preduzetništva, zasnovanog na sintezi poljoprivrede i ruralnog turizma. Prema pojedinim autorima „ruralna područja postaju sve više privlačna za različite vrste biznisa“... što omogućava razvoj „ruralne industrijalizacije“ (Pejanović, Njegovan, 2009) i uslovljava da sve manji broj stanovnika ruralnih područja radi u poljoprivredi.

*Nepovoljni demografski faktori* - Broj stanovnika u ruralnim područjima kontinuirano se smanjuje. Prema podacima Zavoda za proučavanje sela, zasnovanih na popisu stanovništva iz 2011. godine, u Republici Srbiji je u pocijesu odumiranja 1.200 sela. Prema rezultatima Ankete o radnoj snazi iz 2013. godine u ruralnim područjima živi 42% radno aktivnog stanovništva. Od ove populacije poljoprivredom, šumarstvom i vodoprivredom se bavi 18%, odnosno 19% radno-aktivnih muškaraca i 16% radno-aktivnih žena. Prema Popisu poljoprivrede iz 2012. godine svaki peti stanovnik Republike Srbije ima stalnu ili povremenu aktivnost u poljoprivredi. Prosečna starost nosilaca porodičnih poljoprivrednih gazdinstava je 59 godina, a u strukturi poljoprivrednih gazdinstava čak 34,6% čine gazdinstva čiji članovi imaju preko 65 godina života (staračka domaćinstva). [193] Na osnovu prezentovanih podataka može se izvesti zaključak da demografsku situaciju u ruralnim područjima u Republici Srbiji karakteriše depopulacija, senilizacija, a preovlađujuća delatnost stanovništva je poljoprivreda. Razlog depopulacije i senilizacije ruralnih područja je njihova nerazvijenost. U cilju rešavanja ovog problema potrebno je definisanje adekvatnih modaliteta finansiranja ruralnog turizma.

*Nerazvijenost udruživanja poljoprivrednih proizvođača* - U Republici Srbiji je nedovoljno zastupljeno udruživanje poljoprivrednih proizvođača, koje je značajno u cilju razvoja i poljoprivrede i ruralnog turizma. Udruživanjem poljoprivrednika ostvaruje se jača pregovaračka snaga na relaciji sa državom, a u cilju uticaja na zakonsku regulativu, strateške dokumente, na visinu i vrste podsticaja i sl. Udruživanjem se može ostvariti i bolja promocija ruralnog turizma, a važno je i udruživanje u lokalne akcione grupe u cilju konkurisanja za sredstva iz evropskih fondova. Neophodnost afirmacije udruživanja potvrđuju i iskustva Republike Slovenije. Aktuelna razvijenost ruralnog turizma u ovoj državi rezultat je pravilnog pristupa domaćina, koji su shvatili da im samo udruživanje i specijalizacija, mogu da omoguće prosperitet.

## 4.2. Pregled dosadašnjih modaliteta finansiranja poljoprivrede

Finansiranje poljoprivrede je specifično zbog karakteristika proizvodnog ciklusa i sezonskog karaktera proizvodnje. Ova delatnost zahteva da se finansijska sredstva ulože odjednom, u velikom obimu i da ostanu dugo angažovana, zbog sporog obrta. Za finansiranje poljoprivrede su, usled niskog profita i nedostatka sopstvene akumulacije, neophodni adekvatni eksterni izvori finansiranja.

Poljoprivreda ima veoma značajnu ekonomsku i socijalnu ulogu u Republici Srbiji, ali njena razvijenost nije u skladu sa potencijalima resursne osnove. Ovaj disbalans uzrokuje niz faktora među kojima posebno treba istaći nerešen problem finansiranja. Problem finansiranja poljoprivrede je najsloženiji problem agrarne i ekonomske politike u Republici Srbiji. Suština ovog problema je u disproportiji učešća poljoprivrede u stvaranju domaćeg bruto proizvoda (*DBP*) i učešća investicija u poljoprivredu u ukupnim investicijama na nivou države, odnosno učešću agrarnog u državnom budžetu. Finansiranje poljoprivrede, u dosadašnjem tranzicionom periodu, bilo je otežano i zbog dispariteta cena poljoprivrednih i industrijskih proizvoda, nekonzistentne agrarne politike, kao i nepostojanja adekvatnog načina kreditiranja.

### 4.2.1. Finansiranje poljoprivrede u predtranzicionom periodu

Finansiranje poljoprivrede u Republici Srbiji je do usvajanja Programa rekonstrukcije monetarnog sistema, 24. januara 1994. godine, bilo u potpunosti zavisno od države. Država je imala odlučujući uticaj na kreiranje mera usmerenih na finansiranje, a one su se, pre svega, odnosile na kreditiranje pod beneficiranim uslovima. Izvor kreditnih sredstava bila je primarna emisija centralne (Narodne) banke. Pod beneficiranim uslovima odobravali su se krediti onim delatnostima koje su kao prioritetne bile formulisane u ekonomskoj politici, a to su tradicionalno bili: poljoprivreda, energetika i izvoz. Centralna (Narodna) banka je svake godine formirala selektivni kreditni potencijal na osnovu koga je odobravala krakoročne kredite poslovnim bankama. Krediti su se odobravali po eskontnoj stopi (referentnoj kamatnoj stopi) koja je bila dvostruko, pa čak i petostruko niža u odnosu na kamatnu stopu na tržištu novca.

Beneficirani kreditni plasmani u domaću poljoprivredu 80-tih i 90-tih godina XX veka, bili su potrebni, jer se na ovaj način delimično popravljao nepovoljan finansijski položaj poljoprivrede uzrokovan "makazama cena" i potrebom da ova privredna delatnost obezbedi prehrambenu sigurnost zemlje u periodu sankcija Međunarodne zajednice. Ovi krediti bili su neophodni i zbog nerazvijenosti domaćeg finansijskog tržišta i time uzrokovane nedovoljne mobilnosti finansijskih sredstava, kao i prilikom izvoza poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, zbog nemogućnosti da se potraživanja naplate u kratkom roku. Rekonstrukcijom monetarnog sistema poljoprivreda je ostala bez beneficiranog načina finansiranja. Beneficirani krediti plasirani u poljoprivredu imali su realnu robnu podlogu, te se ne mogu svrstati u uzročnike hiper-inflacije, koja je urušila monetarni sistem. Problem je bio je u neadekvatnoj kontroli kreditiranja iz primarne emisije, koja je bila poverena poslovnim bankama.

### 4.2.2. Finansiranje poljoprivrede u tranzicionom periodu

Finansiranje poljoprivrede u Republici Srbiji u tranzicionom periodu zasniva se na: (a) finansiranju iz državnog budžeta na republičkom, pokrajinskom i lokalnom nivou; (b)

kreditiranju uz podršku Ministarstva poljoprivrede; (c) kreditiranju specijalizovanih državnih finansijskih institucija; (d) kreditiranju poslovnih banaka; (e) finansiranju posredstvom finansijskog lizinga i (f) kreditiranju uz primenu hartija od vrednosti.

*Agrarni budžet* je sastavni deo državnog budžeta od 1996. godine i predstavlja primarni način finansiranja poljoprivrede u Republici Srbiji u dosadašnjem tranzicionom periodu. Agrarni budžet je ključni instrument agrarne i ruralne politike, odnosno „agrarni budžet je zajednički i konsolidovani oblik državne podrške poljoprivredi, koja se sprovodi putem subvencionisanja poljoprivredne proizvodnje“. (Pejanović i sar., 2010) Ovaj vid podrške postoji u svim agrarno-razvijenim državama, ali i u okviru objedinjenog budžeta Evropske unije. Finansiranje poljoprivrede u aktuelnom tranzicionom periodu realizuje se iz republičkog, pokrajinskog i budžeta pojedinih lokalnih samouprava. Prosečno učešće agrarnog u državnom budžetu, u periodu 1996.-2013.godina, bilo je 4,8%, a prosečno učešće sredstava za finansiranje poljoprivrede u pokrajinskom budžetu, u periodu 2004.-2013.godina, bilo je 4,3%. (Radović, 2014)

Kvalitativni aspekt agrarnog budžeta predstavlja rezultat implementacije mera agrarne politike. S obzirom na to da je agrarna politika u Republici Srbiji u dosadašnjem tranzicionom periodu prolazila kroz nagle promene, dolazilo je i do velikih oscilacija u strukturi agrarnog budžeta. Sredstva usmerena na ruralni razvoj bila su neujednačena i minorna. Značajnija su izdvojena samo u 2004., 2005. i 2006. godini, što je predstavljalo i ograničavajući faktor za finansiranje razvoja ruralnog turizma. Potrebno je da se struktura agrarnog budžeta Republike Srbije postepeno približava strukturi poljoprivrednog budžeta Evropske unije gde „... oko 1/5 čine sredstva usmerena na ruralni razvoj.“ (Pioeg et al., 2003) Kvalitativnim promenama u strukturi agrarnog budžeta stvorili bi se uslovi za „ravnomerniji ruralni i regionalni razvoj, ali i harmonizaciju domaće agrarne politike sa Zajedničkom poljoprivrednom politikom Evropske unije.“ (Pejanović, Radović, 2013)

*Kreditiranje uz podršku Ministarstva poljoprivrede* - Beneficirani sistem kreditiranja registrovanih poljoprivrednih gazdinstava uspostavljen je 2004. godine u cilju obezbeđenja finansijske podrške poljoprivrednicima, koji često zbog neposedovanja „kreditne istorije“ nemaju mogućnost pristupa bankarskom tržištu. Beneficirano kreditiranje uz podršku Ministarstva poljoprivrede doprinelo je delimičnom rešavanju problema finansiranja. Model subvencionisanog kreditiranja domaće poljoprivrede u prethodnom periodu se često i naglo menjao, što je zbunjivalo poljoprivrednike i onemogućavalo im da kvalitetno planiraju svoju proizvodnju.

*Kreditiranje uz podršku specijalizovanih državnih finansijskih institucija* - Kreditiranje poljoprivrede realizovano je i beneficiranim kreditnim plasmanima specijalizovanih državnih finansijskih institucija: (a) Fonda za razvoj RS; (b) Fonda za razvoj APV; (c) Fonda za razvoj poljoprivrede APV; (d) Razvojnog fonda APV; (e) Fonda za kapitalna ulaganja APV i (f) Garancijskog fonda APV.

*Kreditni poslovnih banaka* - Poslovne banke nisu imale značajnije plasmane u poljoprivredu, na početku tranzicionog perioda u Republici Srbiji, zbog nepovoljnih iskustava iz predtranzicionog perioda. Dolaskom na domaće bankarsko tržište inostranih banaka, koje imaju dugu tradiciju u kreditiranju poljoprivrede, zabeležena je veća ponuda poljoprivrednih kredita. Uslovi kreditiranja poslovnih banaka su, uglavnom nepovoljni u pogledu visine kamatnih stopa, rokova i perioda otplate kredita, valutne klauzule, instrumenata obezbeđenja, visokih pratećih troškova u postupku odobravanja kredita, kao i neprilagođenosti plana otplate kredita sezonskom karakteru poljoprivredne proizvodnje.

*Finansiranje posredstvom finansijskog lizinga* - Značajnije korišćenje finansijskog lizinga kao izvora finansiranja poljoprivrede u Republici Srbiji počelo je 2003. godine, kada

je usvojen Zakon o finansijskom lizingu. Prema podacima Narodne banke Republike Srbije u 2013. godini je učešće poljoprivrede u ukupnoj strukturi finansijskog lizinga bilo 7%, što predstavlja pad u odnosu na 2012. godinu kada je učešće iznosilo 9%. [233]

*Kreditiranje uz primenu hartija od vrednosti* - Hartije od vrednosti su, u dosadašnjem tranzicionom periodu u Republici Srbiji, bile neznatno uključene, a za njihovo značajnije učešće u izvorima finansiranja poljoprivrede potrebno je: (a) donošenje zakona o robnoj berzi; (b) razvoj tržišta kapitala i (c) edukacija i informisanost poljoprivrednika.

Finansiranja poljoprivrede u Republici Srbiji uz korišćenje robnog zapisa kao kolaterala u dosadašnjem periodu predstavljao je kombinaciju državne podrške i tržišnog načina finansiranja. Robni zapis je u upotrebi je u Republici Srbiji od 2009. godine, kada je usvojen Zakona o javnim skladištima. [133]

Prema Zakonu o javnim skladištima „robnii zapis je kratkoročna hartija od vrednosti izdata od strane javnog skladišta po osnovu ugovora o skladištenju robe između ostavodavca i javnog skladišta, a dokazuje vlasništvo nad naznačenom količinom i kvalitetom uskladištenih poljoprivrednih proizvoda, kao i obavezu javnog skladišta da čuva i na zahtev imaoca robnog zapisa izvrši prodaju poljoprivrednih proizvoda.“ [133]

Prema istraživanju koje je realizovala Evropska banka za obnovu i razvoj (*EBRD*) u periodu od osnivanja Kompezacionog fonda Republike Srbije, zaključno sa februarom 2014. godine, uz robni zapis kao obezbeđenje, plasirano je na području Republike Srbije preko 30 miliona evra u finansiranje poljoprivredne proizvodnje. (Radović, 2014)

Kreditiranje, uz korišćenje robnog zapisa kao kolaterala, povoljan je način finansiranja poljoprivrede, jer ova kvalitetna hartija od vrednosti omogućava niže kamatne stope, odnosno povoljniju cenu finansiranja. Nedostatak predstavlja kratak kreditni period koji je uslovljen ročnošću robnog zapisa (godinu dana), a u Republici Srbiji ograničenje predstavlja i nedovoljnost kapaciteta licenciranih javnih skladišta.

Problem finansiranja poljoprivrede u aktuelnom tranzicionom periodu postao je još složeniji s obzirom na to da je „efekat tranzicije u Srbiji, nakon četvrt veka poguban, da je bruto domaći proizvod manji za 30% u odnosu na period pre tranzicije ... da su performanse ekonomije nezadovoljavajuće ... da je neoliberalna politika kao koceptualna platforma povlačenja države iz ekonomije dala poražavajuće rezultate.“ (Pejanović, 2014) Direktna posledica ovakvog stanja je i nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede, posmatrano sa makro i mikro aspekta, što se direktno odražava i na finansiranje ruralnog turizma.



## 5. RESURSI, RAZVOJ I RAZVIJENOST RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI

Prema kategorizaciji Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (*OECD*) ruralna područja čine 85% teritorije Republike Srbije, čije celokupno područje, prema (Đorđević-Milošević, Milovanović, 2012), može da se podeli na tri ruralna regiona:

(1) najveći, ali i nanerazvijeniji i najsiromašniji region se prostire u južnoj delu i čini 44% ukupne površine Republike Srbije, veći deo područja je planinski, pogodan za ekstenzivno stočarstvo, u ovom regionu je nerazvijena ruralna ekonomija (*RE*);

(2) brdsko-planinski predeli centralne Srbije čine 28% ukupne površine i u njima živi 44% od ukupnog broja stanovnika, predstavlja najnaseljeniji region, a ruralne ekonomija (*RE*) je raznovrsna i karakteriše je razvijen sektor usluga;

(3) severni, pretežno poljoprivredni, region prostire se u ravničarskom području AP Vojvodine, čini 28% ukupne površine, a ovde živi 26% od ukupnog broja stanovnika, ima razvijenu ruralnu ekonomiju, a samo manje od 10% opština klasifikovano je kao nerazvijeno prema kriterijumu Ujedinjenih nacija (*UN*), odnosno indeksu ljudskog razvoja (*HDI*).

Regioni se međusobno veoma razlikuju po ekonomskim, socijalnim i demografskim karakteristikama. Razvojem ruralnog turizma, kao zajedničke razvojne šanse svih regiona, mogla bi se ujednačiti pivećna razvijenost, odnosno omogućiti razvoj ruralnih ekonomija, koje se danas uglavnom oslanjaju na poljoprivredu. Republika Srbija se ubraja u najagrarnije evropske zemlje, a u ruralnim područjima „dominira diverzifikacija prihoda domaćinstava, a ne delatnosti.“ (Bogdanov, 2007)

Prema rezultatima popisa poljoprivrede iz 2012. godine na području Republike Srbije ima ukupno 628.552 poljoprivrednih gazdinstava. Samo 78.301 ili 12,4% gazdinstava bavi se, osim poljoprivredom i drugim profitabilnim aktivnostima (*DPA*). Ovih gazdinstava je najmanje na području AP Vojvodine, samo 5,7%, a najviše u Šumadiji i zapadnoj Srbiji 16,7%. (Bogdanovi, Babović, 2014) Analizom statističkih podataka može se zaključiti da je u okviru drugih profitabilnih aktivnosti neznatno učešće ruralnog turizma, ispod 1%, a dominiraju prerada mleka, voća i povrća.

### 5.1. Resursi ruralnog turizma

Resursi od značaja za razvoj ruralnog turizma su: prirodni, ljudski, društveni, fizički i finansijski resursi. Njihova analiza je značajna u cilju dokazivanja hipoteze da je ruralni turizam razvojna šansa ruralnih ekonomija u Republici Srbiji.

#### 5.1.1. Prirodni resursi

Prirodne resurse značajne za razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji predstavljaju: karakteristike prirodnih predela i njihova raznovrsnost, bogatstvo biljnog i životinjskog sveta, relativno ekološki čist vazduh, voda i zemljište, bogatstvo termalnih voda, prijatna klima i sl. U ruralnim područjima nalaze se i zaštićene prirodne oblasti koje su pogodne za razvoj ekoruralnog turizma. Prema kriterijumu Svetske unije za zaštitu prirode (*IUCN*) teritorija Republike Srbije predstavlja jedan od šest evropskih i 153 svetska centra biološke raznovrsnosti. [192]

Prirodni resursi ruralnih područja su se u prošlosti prvenstveno valorizovali kroz poljoprivredu. U narednom periodu potrebno je razvojem ruralnog turizma valorizovati ove resurse na turističkom tržištu, gde se mogu postići i veće cene za poljoprivredne proizvode. Stoga je neophodno da se paralelno razvijaju ruralni turizam i poljoprivreda, kao komplementarne delatnosti. U tom cilju potrebno je definisanje modaliteta finansiranja razvoja ruralne turističke ponude, koja treba da obuhvati smeštajne kapacitete, ugostiteljske i turističke sadržaje.

### 5.1.2. Ljudski resursi

Ne postoje zvanični, statistički podaci, o broju stanovnika u Republici Srbiji koji se bave ruralnim turizmom. Relevantni, okvirni pokazatelji, mogu da budu podaci iz Ankete o radnoj snazi iz 2013.godine. U ovom Dokumentu je navedeno da se uslugama smeštaja i ishrane u ruralnim područjima bavi 2% od radno-aktivnog stanovništva, odnosno da se ruralnim turizmom bavi 19.331 od ukupno 922.158 radno aktivnih stanovnika koji žive u ruralnim područjima. [194]

U cilju sagledavanja ljudskih resursa sa aspekta njihovog značaja za razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji važno je sagledati sledeće pokazatelje: udeo ruralne u ukupnoj populaciji, kao i starosnu strukturu, stepen obrazovanja i stopu nezaposlenosti stanovništva u ruralnim područjima. Broj stanovnika koji živi u ruralnim područjima čini 40,6% ukupnog stanovništva, a svaki peti stanovnik sela u Republici Srbiji stariji je od 65 godina. [143] Prema statističkim podacima stopa nezaposlenosti u ruralnim područjima je 19,9%, 54% stanovnika ima srednju stručnu spremu, 31,6% ima samo osnovno obrazovanje, a više i visoku stručnu spremu ima samo 6,8% od ukupnog broja radno-aktivnog stanovništva. [194]

Izvodi se zaključak da u ruralnim područjima postoji radno neaktivno stanovništvo, koje je moguće angažovati u ruralnom turizmu. Stepem obrazovanja može da bude ograničavajući faktor razvoja, te je potrebno obezbeđivanje izvora finansiranja za edukaciju stanovništva.

### 5.1.3. Društveni resursi

U društvene resurse značajne za razvoj ruralnog turizma ubrajaju se: bogato kulturno i istorijsko nasleđe, očuvana karakteristična etno obeležja, folklor, tradicionalne rukotvorine i gastronomija, riznica narodnih običaja, starih zanata i manifestacija koje se održavaju u ruralnim područjima.

Manifestacije imaju društveni značaj u očuvanju tradicije i kulturne baštine, ali mogu da imaju i ekonomski značaj ukoliko se integrišu u turističku ponudu i adekvatno promovišu na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Procenjuje se da se godišnje na području Republike Srbije organizuje između 1.000 i 1.500 turističkih manifestacija, među kojima preovlađuju etnografske i gastronomske, koje se većinom održavaju u ruralnim područjima. Stoga je potrebno da se kreira ruralni turistički proizvod, koji bi pored posete manifestacija, uključio i boravak turista u poljoprivrednim turističkim domaćinstvima, kao i posetu kulturno-istorijskim spomenicima ili zaštićenim prirodnim oblastima, u neposrednoj blizini. Organizovanom promocijom i prodajom na turističkom tržištu omogućila bi se adekvatna valorizacija društvenih i prirodnih resursa ruralnih oblasti. U tom cilju neophodno je definisanje modaliteta finansiranja kanala prodaje i promocije ruralnog turističkog proizvoda.

#### 5.1.4. Fizički resursi

Fizički resursi od značaja za razvoj ruralnog turizma su: (a) očuvana tradicionalna ruralna arhitektura; (b) kulturno-istorijski spomenici, muzeji, galerije, biblioteke i druge kulturne ustanove u ruralnim područjima; (c) sakralni objekti; (d) javna infrastruktura i (e) turistička signalizacija.

Republika Srbija poseduje adekvatne fizičke resurse za razvoj ruralnog turizma, ali javnu infrastrukturu, odnosno saobraćajnu, telekomunikacionu, energetska i komunalnu infrastrukturu, karakteriše nizak kvalitet, a turistička signalizacija je nedovoljno razvijena. Stoga je potrebno definisanje modaliteta finansiranja razvoja javne infrastrukture u ruralnim područjima, kao i turističke signalizacije.

#### 5.1.5. Finansijski resursi

U prethodnim analizama došlo se do zaključka da, usled lošeg ekonomskog i finansijskog položaja poljoprivrede, poljoprivredna gazdinstva ne poseduju finansijske resurse za razvoj ruralnog turizma, odnosno potrebni su im eksterni izvori finansiranja. Sa druge strane nedostatak finansijskih resursa predstavlja i egzistencijalni problem pojedinih ruralnih područja u Republici Srbiji. Prema (Bogdanov, 2007) siromaštvo je, poslednjih godina, postalo „ruralni fenomen“ s obzirom na to da je u ruralnim područjima siromašno 14,2%, od ukupnog broja stanovnika, a u jugoistočnoj i delimično zapadnoj Srbiji, ruralno stanovništvo čini 25% od ukupnog broja siromašnih u Republici. Prema studiji Svetske banke „Ruralna ranjivost u Srbiji“ u ruralnim područjima marginalnim za poljoprivredu, „približno milion ljudi živi ispod granice siromaštva sa dva američka dolara na dan, zato što se te oblasti skoro isključivo oslanjaju na poljoprivredu, odnosno ona je za 68% domaćinstava glavni izvor prihoda.“ (Đorđević-Milošević, Milovanović, 2012)

Analizom prirodnih, ljudskih, društvenih i fizičkih resursa, došlo se do zaključka da se kroz ruralni turizam može obezbediti njihova adekvatna valorizacija. U tom cilju, neophodno je svakom navedenom resursu obezbediti i potrebne finansijske resurse, kako bi se oni stavili u funkciji razvoja ruralnog turizma. Sintezom analiziranih podataka može se izvesti zaključak da su finansijski resursi jedno od najvećih ograničenja razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.

### 5.2. Istorijski razvoj ruralnog turizma

Ruralni turizam je na području Srbije počeo da se razvija spontano 70-tih godina XX veka u selu Deviči, na teritoriji opštine Ivanjica. To je bio početak bavljenja ruralnim turizmom ne samo u Republici Srbiji, već i u celoj Socijalističkoj Federativnoj Republici Jugoslaviji (*SFRJ*). (Marković, Ostojić, 2012) Krajem 80-tih godina XX veka, prema informacijama iz arhiva turističkih saveza, ruralnim turizmom se bavilo 800 domaćinstava, koja su se nalazila u 50 sela i raspolagala su sa oko 3.000 ležaja. Turistička sela su se nalazila u opštinama: Kosjerić, Valjevo, Ljig, Čačak, Požega, Knić, Lučani, Mionica, Užice, Sokobanja, Čajetina, Prijepolje, Brus, Šabac, Kraljevo, Ivanjica, Rača- Kragujevačka i Gornji Milanovac.[236] U poslednjoj deceniji XX veka došlo je, usled nepovoljnih društvenih, političkih i ekonomskih faktora, do zastoja u razvojnom procesu. Prema podacima Turističke organizacije Srbije u 1999. godini ruralni turizma je bio zastupljen u svega 40 sela, odnosno

15 opština, a ovim vidom turizma se bavilo 140 domaćinstava, koja su raspolagala sa oko 630 ležaja. (Marić, 2001)

Početakom XXI veka značajniji rezultati u ruralnom turističkom prometu zabeleženi su na području AP Vojvodini i u centralnoj i zapadnoj Srbiji. Na teritoriji opštine Gornji Milanovac, u globalnoj kriznoj 2009. godini, 80 seoskih domaćinstava, sa ukupno 572 ležaja, realizovalo je 15.000 noćenja i ostvarilo prihod od 230.000 evra. (Ševarlić, Petrović, 2010) Iste godine je na celokupnom području Republike Srbije ostvareno ukupno 145.354 registrovanih noćenja u ruralnom turizmu u užem smislu i 2.556.128 noćenja koja se mogu pripisati ruralnom turizmu, što ukupno čini 2.700.000 ili 27 % od ukupnog broja noćenja ostvarenih na području Republike Srbije u svim vidovima turizma. [154]

### 5.3. Normativni, strateški i regulativni okvir finansiranja ruralnog turizma

Razvoj ruralnog turizma na području Republike Srbije normativno, finansijski i strateški je definisan: (a) Zakonom o turizmu; [139] (b) Zakonom o poljoprivredi i ruralnom razvoju; [137] (c) Zakonom o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju; [136] (d) Strategijom razvoja turizma Republike Srbije; [144] (e) Strategijom poljoprivrede i ruralnog razvoja Republike Srbije za period 2014.-2024; [143] (f) Master planom održivog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji; [145] (g) Programom razvoja održivog ruralnog turizma u Republici Srbiji; [154] (h) Marketing strategijom turizma AP Vojvodine. [146]

(a) Zakonom o turizmu definisane su ugostiteljske usluge u seoskim turističkim domaćinstvima. Zakonom je pojmovno definisano seosko turističko domaćinstvo (*STD*) kao „objekat ili grupa objekata u kojem se pružaju usluge smeštaja, ishrane i pića ili samo ishrane i pića, koji se nalazi u ruralnom (seoskom) okruženju sa elementima lokalnog obeležja i nasleđa.“ [139] Zakonom su precizirani i maksimalni kapaciteti seoskog turističkog domaćinstva (*STD*), odnosno domaće radinosti (*DR*): (a) smeštajni kapaciteti do 30 ležaja; (b) ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja hrane i pića do 50 turista.

Zakonom o turizmu propisano je da „fizičko lice pruža ugostiteljske usluge u seoskom turističkom domaćinstvu preko lokalne turističke organizacije, turističke agencije, privrednog subjekta ili drugog pravnog lica registrovanog za obavljanje privredne delatnosti, na osnovu ugovora, koji dostavlja, radi evidentiranja, nadležnom organu jedinice lokalne samouprave. Nadležni organ jedinice lokalne samouprave vodi evidenciju kategorisanih seoskih turističkih domaćinstava kao povereni posao i dužan je da Registru turizma kvartalno dostavlja evidenciju koju vodi u pisanoj formi (štampanoj i elektronskoj).“ [139]

(b) Zakonom o poljoprivredi i ruralnom razvoju definisano je da poljoprivredna politika i politika ruralnog razvoja u Republici Srbiji obuhvataju mere i aktivnosti koje preduzimaju nadležni organi, a u okviru kojih su za razvoj ruralnog turizma najznačajnije: (a) mere za obezbeđivanje podrške ruralnom razvoju; (b) mere za obezbeđivanje visokokvalitetne i zdravstveno ispravne hrane; (c) mere u cilju zaštite životne sredine od negativnih uticaja poljoprivredne proizvodnje. [137]

(c) Zakonom o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju regulisano je bespovratno finansiranje poljoprivrede i ruralnog razvoja iz državnog budžeta, gde su definisane sve vrste podsticaja, kao i uslovi za ostvarivanje prava na njih i načini njihovog korišćenja. Podsticaji za razvoj ruralnog turizma obuhvaćeni su u okviru podsticaje za unapređenje ruralne ekonomije, koji se realizuju u cilju unapređenja kvaliteta života u ruralnim sredinama. Ova grupa podsticaja obuhvata: (1) investicije za unapređenje i razvoj

ruralne infrastrukture; (2) unapređenje ekonomskih aktivnosti na selu kroz podršku nepoljoprivrednim aktivnostima; (3) ekonomske aktivnosti u smislu dodavanja vrednosti poljoprivrednim proizvodima, kao i uvođenje i certifikaciju sistema bezbednosti i kvaliteta hrane, organskih proizvoda i proizvoda sa oznakom geografskog porekla; (4) unapređenje obuka u oblasti ruralnog razvoja. Zakonom o o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju utvrđeno je da pravo na podsticaje imaju poljoprivredna gazdinstva upisana u Registar poljoprivrednih gazdinstava. Zakonom je definisano da su korisnici podsticaja dužni da namenski koriste sredstva, a utvrđena je i obaveza Ministarstva poljoprivrede da vodi Registar podsticaja. [136]

(d) *Strategijom razvoja turizma Republike Srbije* definisano je da vizija razvoja ruralnog turizma mora da bude usklađena sa savremenim svetskim trendovima i iskustvima, uz uspostavljanje internih standarda regulacije. Ovim Dokumentom ruralni turizam je svrstan u potencijalne razvojne turističke proizvode zasnovane na iskustvu, a u cilju njegovog razvoja predloženi su podsticaji za pojedinačne objekte i ruralne komplekse (etno sela).

Predloženi podsticaji za pojedinačne objekte su: (a) finansijski podsticaji - razvojni krediti; (b) kvazifinansijski podsticaji - subvencionisane kamate; (c) fiskalni podsticaji *tax holidays, loss carry forward* (d) ubrzana amortizacija; (e) niži komunalni doprinosi; (f) niže carine na uvoz opreme ili potpuno oslobađanje od poreske obaveze. Prema značenju navedenom u Strategiji turizma Republike Srbije: „*tax holidays*” je oslobađanje od plaćanja poreza na dobit u prvih nekoliko godina poslovanja; „*loss carry forward*” je prenošenje gubitaka u naredne godine. [144]

Predloženi podsticaji za ruralne komplekse su: (a) finansijski podsticaji: razvojni krediti, jednokratni grantovi; (b) kvazifinansijski podsticaji: subvencionisane kamate, povoljne koncesije; (c) fiskalni podsticaji: *tax holidays, loss carry forward*; (d) ubrzana amortizacija; (e) niži komunalni doprinosi; (f) niže carine na uvoz opreme ili potpuno oslobađanje od poreske obaveze. [144]

(e) *Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja Republike Srbije za period 2014.-2024.* godine u prioritetne razvojne ciljeve svrstava diverzifikaciju ruralne ekonomije, koju je potrebno sprovesti: (1) raznovrsnijom ponudom proizvoda i usluga seoskih domaćinstava; (2) razvojem ruralnog turizma; (3) rastom broja proizvoda i usluga zasnovanih na lokalnom identitetu ruralnih sredina; (4) zaštitom i očuvanjem kulturnog nasleđa; (5) osnaživanjem vertikalne i horizontalne koordinacije aktera u ruralnom razvoju; 6) unapređenjem komunalne i zemljišne infrastrukture. [143]

(f) *Master plan održivog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji* je projekat u čijoj izradi su učestvovali: Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Sektor za turizam Ministarstva finansija i privrede, Turistička organizacija Srbije (TOS) i pet agencija Ujedinjenih nacija: Organizacija za hranu i poljoprivredu (FAO), Svetska turistička organizacija (UNWTO), Fond za decu (UNICEF) i Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP). [145] Na osnovu ovog projekta Republička vlada je usvojila, u novembru 2011. godine, Program razvoja održivog ruralnog turizma u Republici Srbiji. [154]

(g) *Program razvoja održivog ruralnog turizma u Republici Srbiji* definiše da je osnovni cilj ovog Dokumenta diverzifikacija ruralne ekonomije kroz smanjenje siromaštva, poboljšanje kvaliteta života, očuvanje kulturnog bogatstva zemlje, zaštita životne sredine i ravnomerniji regionalni razvoj. U Programu su definisana i ograničenja za razvoj ruralnog turizma na području Republike Srbije: (a) nepostojanje svesti stanovništva u ruralnim sredinama o vrednostima prirodnih i kulturnih dobara i turističkih potencijala; (b) nedovoljna osposobljenost za bavljenje ruralnim turizmom; (c) nepostojanje upravljačke i organizacione veze na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou, koja je neophodna za upravljanje

ruralnim turizmom na efikasan i održiv način. Programom je utvrđeno 12 teritorijalnih oblasti – klastera ruralnog turizma na području Republike Srbije, u kojima ovaj vid turizma treba prioritetno da se razvija. Klasteri su grupisani u četiri grupe i to su: centralna i zapadna Srbija, južni Banat i donje Podunavlje, istočna Srbija i klaster koga čine Vojvodina i gornje Podunavlje. [154]

(h) *Marketing strategijom turizma AP Vojvodine* definisan je razvoj ruralnog turizma na području AP Vojvodine, gde je ovaj vid turizma definisan kao turistički proizvod visokog potencijala. [146]

Normativni i regulativni okvir ruralnog turizma i finansiranja njegovog razvoja uz podršku države definisan je: (1) Pravilnikom o podsticajima za unapređenje ekonomskih aktivnosti na selu kroz podršku nepoljoprivrednim aktivnostima; [147] (2) Pravilnikom o minimalnim tehničkim i sanitarno-higijenskim uslovima za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćoj radinosti i u seoskom turističkom domaćinstvu; [152] (3) Pravilnikom o standardima za kategorizaciju ugostiteljskih objekata za smeštaj; [149] (4) Pravilnikom o uslovima i načinu obavljanja ugostiteljske delatnosti, načinu pružanja ugostiteljskih usluga, razvrstavanju ugostiteljskih objekata, minimalno tehničkim uslovima za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata; [150] (5) Pravilnikom o načinu vođenja evidencije gostiju u seoskom turističkom domaćinstvu. [151]

## 5.4. Aktuelna razvijenost ruralnog turizma

Zvanični podaci o broju registrovanih poljoprivrednih domaćinstava, koja se bave ruralnim turizmom na području Republike Srbije, ne postoje, ali prema proceni lokalnih turističkih organizacija, Srbija raspolaže sa 10.567 kreveta u ruralnim domaćinstvima i pretpostavka je da bi se još 32.747 moglo koristiti za potrebe ovog vida turizma. Procenjeno je da je u 2010. godini ostvareno 10 milijardi dinara prihoda od ruralnog turizma, što čini 16% od ukupno 62 milijarde dinara, koliki je ukupan direktan turistički bruto domaći proizvod za Srbiju u 2010. godini. Ruralni turizam karakterišu velike sezonske varijacije u poseti turista, kao i veoma niska popunjenost kapaciteta. Prosečna popunjenost smeštajnih kapaciteta u ruralnom turizmu je svega 4%, dok je u ostalim oblastima turizma 21%. [154]

Nacionalna asocijacija „Seoski turizam Srbije“ ima najpotpuniju bazu podataka pružalaca usluga u ruralnom turizmu. Nacionalnu asocijaciju „Seoski turizam Srbije“ [236] osnovali su pružaoci usluga u seoskom turizmu Srbije 2002. godine. Asocijacija je predstavnik Republike Srbije u Evropskoj organizaciji za ruralni turizam (*EUROGITES*). Prema ovom izvoru, u Republici Srbiji je do kraja 2012. godine ukupno kategorisano 950 subjekata ruralnog turizma na području 67 opština. Aktivna seoska turistička domaćinstva su u proseku ostvarila godišnji turistički promet od 750 do 1.500, dok su pojedina realizovala i do 3.000 noćenja godišnje. Ruralni turizam je do kraja 2013. godine bio rasprostranjen na području 78 opština, njime se bavilo 955 kategorisanih subjekata. U strukturi realizovanog turističkog prometa 58% subjekata ostvarilo je u proseku od 100-200 noćenja, oko 16% domaćinstava realizovalo je između 500 i 1.000 noćenja, a samo mali broj subjekata imao je preko 1.000 noćenja tokom 2013. godine. Ruralni turizam je, do kraja 2014. godine, bio zastupljen u 89 opština, koje su ukupno imale 877 kategorisanih domaćinstava, a samo 28% ih je imalo realizovan turistički promet od preko 700 noćenja. Nacionalna asocijacija „Seoski turizam Srbije“ procenjuje da raspolaže sa podacima i prati rad u preko 80% seoskih turističkih domaćinstava u Srbiji, koja su u 2013. ostvarila oko 200 hiljada, a u 2014. godini oko 180 hiljada noćenja. [176]

Na osnovu izloženih podataka može se zaključiti da je ruralni turizam u Republici Srbiji nedovoljno razvijen. Pored dobre resursne osnove, zadovoljavajućeg broja kategorisanih subjekata, zapaža se kontinuirani pad turističkom prometa, koji je delimično posledica aktuelne ekonomske krize. Ocenu nedovoljne razvijenosti nalazimo i u izveštajima međunarodnih eksperata, koji smatraju da postoje mogućnosti za veću razvijenost ruralnog turizma u Republici Srbiji. (Bartlet, 2006)

**TABELA 10 VRSTE SMEŠTAJNIH OBJEKATA U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI**

<b>VRSTA SMEŠTAJNOG OBJEKTA</b>	<b>BROJ OBJEKATA</b>	<b>%</b>
Kuće u selu	320	65,31
Salaši	10	2,04
Vajati	3	0,61
Konaci	11	2,24
Etno sela	16	3,27
Brvnare i vajati	25	5,10
Apartmani	40	8,17
Hoteli u selu	6	1,22
Vikendice	23	4,70
Vile	33	6,73
Ekskluzivni objekti	3	0,61
<b>Ukupno:</b>	<b>490</b>	<b>100,00</b>

*Izvor: prema [http://www.selo.co.rs/listing\\_browse.php?city](http://www.selo.co.rs/listing_browse.php?city) (sajtu pristupljeno: oktobar 2013.)*

Vrste smeštajnih objekata i njihova zastupljenost u turističkoj ponudi Nacionalne asocijacije „Seoski turizam Srbije“ prikazani su u tabeli 10. Uočavaju se veće razlike u strukturi subjekata ruralnog turizma u odnosu na definisane pružaoce usluga prema aktuelnom Zakonu o turizmu. Rasprostranjenost subjekata po opštinama prikazana je u tabeli 11, a analizom podataka može se zaključiti da najveći broj smeštajnih objekata imaju opštine: Gornji Milanovac, Užice i Čajetina. Ove opštine su prepoznale zajednički interes u udruživanju, te su članice Regionalne turističke organizacije „Zapadna Srbija“, koja kontinuirano ostvaruje dobre poslovne rezultate u ruralnom turizmu.

Problemi u razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji su: (a) nedostatak izvora finansiranja; (b) nepostojanje Registra i definisanih standarda; (c) nepodudarnost subjekata ruralnog turizma predviđenih zakonskim rešenjem sa aktuelnim stanjem u praksi; (d) nedovoljna ponuda turističkih sadržaja; (e) nerazvijenost infrastrukture i turističke signalizacije; (f) nerazvijenost turističkog posredovanja, odnosno nedovoljna angažovanost turističkih agencija u promociji i prodaji ruralnog turističkog proizvoda; (g) nedovoljno udruživanje pružaoce usluga, kao i njihova edukacija; (h) nepovoljne demografske karakteristike ruralnih područja.

**TABELA 11 BROJ SMEŠTAJNIH OBJEKATA PO OPŠTINAMA**

OPŠTINA	Broj smešt. objek.	%	OPŠTINA	Broj smešt. objek.	%	OPŠTINA	Broj smešt. objek.	%
Aleksandrovac	1	0,2	Koceljeva	1	0,2	Novi Sad	5	1,0
Arandelovac	4	0,8	Kosjerić	12	2,4	Novi Pazar	1	0,2
Arilje	14	2,8	Kovačica	4	0,8	Osečina	12	2,4
Babušnica	1	0,2	Kovin	5	1,0	Petrovac na Mlavi	1	0,2
Bačka Palanka	2	0,4	Kragujevac	12	2,4	Pirot	23	4,5
Bačka Topola	1	0,2	Kraljevo	9	1,8	Požega	6	1,2
Bajina Bašta	8	1,6	Krupanj	1	0,2	Priboj	3	0,6
Barajevo	3	0,6	Kruševac	1	0,2	Prokuplje	1	0,2
Boljevac	1	0,2	Lazarevac	3	0,6	Šabac	1	0,2
Bor	5	1,0	Ljig	18	3,6	Senta	2	0,4
Brus	8	1,6	Ljubovija	28	5,6	Smederevska Palanka	1	0,2
Bujanovac	7	1,4	Loznica	8	1,6	Sokobanja	4	0,8
Čačak	3	0,6	Lučani	17	3,4	Sombor	9	1,8
Čajetina	36	7,1	Majdanpek	4	0,8	Sopot	1	0,2
Despotovac	3	0,6	Mali Idoš	1	0,2	Stara Pazova	1	0,2
Dimitrovgrad	4	0,8	Mali Zvornik	4	0,8	Subotica	5	1,0
Gornji Milanovac	67	13,3	Malo Crniće	2	0,4	Surdulica	1	0,2
Indija	3	0,6	Medveđa	2	0,4	Topola	1	0,2
Irig	4	0,8	Mionica	8	1,6	Trstenik	2	0,4
Ivanjica	11	2,2	Mladenovac	2	0,4	Užice	37	7,2
Jagodina	1	0,2	Negotin	2	0,4	Valjevo	11	2,2
Kikinda	1	0,2	Niš	1	0,2	Vrnjačka Banja	2	0,4
Knić	12	2,4	Nova Varoš	11	2,2	Žagubica	1	0,2
Knjaževac	14	2,8	Novi Beograd	1	0,2	Zaječar	2	0,4

Izvor: [http://www.selo.co.rs/listing\\_browse.php?city](http://www.selo.co.rs/listing_browse.php?city) (sajtu pristupljeno: oktobar 2013.)

Razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji je složen proces s obzirom na to da se ruralne oblasti svrstavaju među najheterogenije u Evropi u pogledu prirodnih, ekonomskih, demografskih i socijalnih uslova. Stoga je potrebno da se u narednom periodu razvoj



posmatra multisektorski, da bude zasnovan na adekvatnom zakonskom i strateškom okviru, kao i na principima ekološke, socijalne, kulturne i ekonomske održivosti.

Rešavanje problema finansiranja je od ključnog značaja za razvoj ruralnog turizma. Kako bi se finansijska sredstva adekvatno plasirala, ali i obezbedila kontrola utroška i postignutih rezultata, potreban je efikasan način upravljanja razvojem ruralnog turizma u Republici Srbiji.

## 6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Anketnim istraživanjem obuhvaćeni su subjekti ruralnog turizma na području okruga, odnosno opština u Republici Srbiji, koje su u periodu realizacije istraživanja, imale najveću ruralnu turističku ponudu. U statističkoj obradi podataka, dobijenih anketnim istraživanjem, korišćene su metode deskriptivne (opisne) statističke analize i statističke analize: neparametarski statistički test,  $\chi^2$  (Hi- kvadrat) test, kao i *SPPS* programski paket.

### 6.1. Deskriptivna statistička analiza

Sprovedeno anketno istraživanje sa aspekta deskriptivne statističke analize ima sledeće karakteristike:

(a) **primarni cilj istraživanja:** da se utvrde dosadašnji i aktuelni načini finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude, te da se koncipiraju potencijalni modaliteti finansiranja ovog vida turizma u Republici Srbiji;

(b) **sekundarni cilj istraživanja:** da se analiziraju faktori koji mogu da budu od značaja za sposobnost samofinansiranja subjekata ruralnog turizma u Republici Srbiji u narednom periodu.

(c) **predmet posmatranja:** subjekti ruralnog turizma u Republici Srbiji: seoska turistička domaćinstva, objekti domaće radinosti, etno kuće, etno sela, salaši, hoteli, kao i drugi pružaoci turističkih usluga, koji se nalaze u ruralnim područjima;

(d) **vreme istraživanja:** jun 2012. - oktobar 2013.godine.

(e) **metod posmatranja statističke mase:** primenom metoda slučajnog uzorka, imajući u vidu da se „slučajnim izborom jedinica u uzorak obezbeđuje da će se izračunati pokazatelji iz uzorka, razlikovati od pravih pokazatelja osnovnog skupa, u granicama intervala koji je dopustiv, uz određeni nivo pouzdanosti (verovatnoću pouzdanosti).“ (Stojković, 2006)

(f) **način prikupljanja podataka:** nestandardizovani anketni upitnik, koji se sastoji iz 11 delova koji sadrže:

- (1) karakteristike subjekta ruralnog turizma;
- (2) uočavanje (ne) postojanje povezanosti turizma i poljoprivrede;
- (3) karakteristike turističkog prometa;
- (4) karakteristike dosadašnjeg i aktuelnog načina finansiranja;
- (5) probleme koji utiču na turistički promet i načini njihovog rešavanja (finansiranja);
- (6) karakteristike realizovanog prihoda;
- (7) uticaj poreza na troškove poslovanja;
- (8) uticaj troškova radne snage na troškove poslovanja;
- (9) uticaj troškova promocije i prodaje na troškove poslovanja;
- (10) planirane investicije i načini finansiranja;
- (11) ocena uloge države u razvoju ruralnog turizma.

(g) **prostor na kome je realizovano istraživanje:** područje Republike Srbije i to okruzi: Južnobački, Južnobanatski, Kolubarski, Mačvanski, Moravički, Pirotski, Severnobački, Sremski, Šumadijski, Zapadnobački i Zlatiborski. U okviru navedenih okruga anketirani subjekti se nalaze na teritorijama opština: Arilje, Arandelovac, Bajina Bašta, Čajetina, Dimitrovgrad, Gornji Milanovac, Irig, Ivanjica, Kosjerić, Kragujevac, Kovin, Kula, Kovačica, Knić, Loznica, Ljig, Ljubovija, Mali Idoš,

Mionica, Novi Sad, Nova Varoš, Osečina, Prokuplje, Prijepolje, Pirot, Požega, Sombor, Subotica, Srbobran, Užice i Valjevo.

*(h) statističke serije*: atributivne, geografske i numeričke serije.

*(i) prikazivanje statističkih serija*: tabelarno, grafički i površinski dijagram (histogram).

### 6.1.1. Formiranje uzorka

Registar turizma, a u okviru njega i ruralnog turizma, prema aktuelnom Zakonu o turizmu u obavezi je da vodi Agencija za privredne registre, ali on nije ustanovljen. U cilju formiranja uzorka korišćena je baza podataka Nacionalne asocijacije „Seoski turizam Srbije“, kao najpotpuniji pregled ruralne turističke ponude. Prema ovom izvoru, u Republici Srbiji je, na dan 31.12.2012. godine, bilo 950 pružalaca usluga u ruralnom turizmu.[176] S obzirom na to da je u istraživanje uključeno 104 subjekta, dolazi se do zaključka da je istraživanjem obuhvaćeno 10,95% od ukupnog broja pružalaca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji u posmatranom periodu. Uzorak je formiran metodom slučajnog uzorka. Raspored anketiranih subjekata po okruzima prikazan je u tabeli 12, a vrste anketiranih subjekata razvrstane po okruzima, u tabeli 13.

**TABELA 12 RASPORED ANKETIRANIH SUBJEKATA PO OKRUZIMA**

OKRUZI	BROJ UPITNIKA
Južnobački	7
Južnobanatski	7
Kolubarski	11
Mačvanski	5
Moravički	11
Pirotski	6
Severnobački	5
Sremski	5
Šumadijski	11
Zapadnobački	11
Zlatiborski	25
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>

*Izvor: Realizovano anketno istraživanje*

Na osnovu analize podataka prikazanih u tabeli 12 može se izvesti zaključak da se najveći broj anketiranih subjekata nalazi na teritoriji Zlatiborskog okruga. Dominantnu poziciju Zlatiborskog okruga, u pogledu ruralne turističke ponude, potvrđuju i podaci Nacionalne asocijacije „Seoski turizam Srbije“. Prema ovom izvoru, najveći broj smeštajnih objekata u ruralnom turizmu u oktobru 2013. godine, bio je na teritoriji Zlatiborskog okruga, odnosno na teritoriji ovog okruga nalazilo se 25% od ukupnih smeštajnih objekata u ruralnom turizmu na području Republike Srbije.

**TABELA 13 VRSTE ANKETIRANIH SUBJEKATA - RAZVRSTANIH PO OKRUZIMA**

OKRUG	Seosko turističko domaćinstvo (STD)	Domaća radinost (DR)	Etno kuća	Etno selo	Salaš	Ruralni hotel	Ostali pružaoci usluga	Ukupno
Južnobački	1				6			7
Južnobanatski	7							7
Kolubarski	9	1		1				11
Mačvanski	4			1				5
Moravički	10	1						11
Pirotski	4	2						6
Severnobački					3	1	1	5
Sremski		5						5
Šumadijski	8	2	1					11
Zapadnobački	3	6	1		1			11
Zlatiborski	18	2		4		1		25
<b>Ukupno:</b>	<b>64</b>	<b>19</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>104</b>

Izvor: Realizovano anketno istraživanje

Prema podacima dobijenim u realizovanom anketnom istraživanju subjekti ruralnog turizma na području Republike Srbije su: seoska turistička domaćinstva, subjekti svrstani, prema Zakonu o turizmu, u domaću radinost, kao i subjekti koji prema aktuelnom normativnom okviru nisu navedeni kao pružaoci usluga u ruralnom turizmu, ali njihova ponuda postoji na tržištu. To su: etno kuće, etno sela, salaši, hoteli na selu (u anketnom istraživanju su obuhvaćeni: hotel u selu Ježevica u opštini Požega, kao i salaš „Jelen“ u opštini Subotica, koji prema rečima vlasnika predstavlja „ruralni hotel“). Anketnim istraživanjem je obuhvaćen i specifičan pružalac usluga u ruralnom turizmu - kolektivni smeštaj u Tavankutu u opštini Subotica, koji je u tabeli 13 svrstan u koloni „ostali pružaoci usluga“. Reč je o specifičnom subjektu ruralnog turizma, koji pored 10 ležaja u seoskoj kući, obuhvata i smeštaj u seoskoj školi, gde postoje tri sobe, sa ukupno 12 ležaja. Ovaj pružalac usluga u ruralnom turizmu poseduje i sopstveni restoran sa 50 mesta, suvenirnicu, galeriju slika od slame, kao i salaš koji se prostire na pet hektara.

Analizom strukture pružalaca usluga (tabela 13), na osnovu rezultata sprovedenog anketnog istraživanja, može se zaključiti da najveći broj čine seoska turistička domaćinstva (62%); subjekti svrstani, prema aktuelnom normativnom okviru, u domaću radinost (18%); salaši (10%); etno sela (6%); etno kuće (1,9%); ruralni hoteli (1,9%) i ostali pružaoci usluga (0,2%). Dominantno učešće seoskih turističkih domaćinstava (STD) u strukturi pružalaca usluga potvrđuju i podaci Nacionalne asocijacije „Seoski turizam Srbije“ iz oktobra 2013. godine. Prema ovim podacima učešće seoskih turističkih domaćinstava u ukupnom broju pružalaca usluga u ruralnom turizmu je 65,31%.

### 6.1.2. Anketni upitnik

Instrument korišćen u istraživanju je anketni upitnik, koji je formirala autorka - istraživač. Anketni upitnik se sastoji od 27 pitanja (Prilog br.1), a popunjavao se primenom metoda intervjua. Subjekti obuhvaćeni anketom su, pored odgovora na postavljena pitanja, navodili i osnovne podatke o: (a) vrsti pružaoca usluga u ruralnom turizmu; (b) nazivu subjekta ili ime i prezime vlasnika; (c) mestu u kome se smeštajni objekat nalazi; (d) smeštajnim kapacitetima.

Realizovano anketno istraživanje imalo je za cilj dobijanje odgovora na sledeća pitanja:

- (1) koliko se dugo anketirani subjekti-pružaoci usluga bave ruralnim turizmom, kako bi se sagledalo koliko iskustvo imaju u ovoj delatnosti;
- (2) koliko je zastupljeno udruživanje pružalaca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji s obzirom na to da je ono neophodno u postupku evropskih integracija, odnosno u postupku konkurisanja za sredstva iz evropskih fondova;
- (3) koliko je zastupljena kategorizacija objekata u ruralnom turizmu, odnosno da li pružaoci usluga posluju u skladu sa normativnim okvirom ili u „sivoj zoni“;
- (4) kolika je ekonomska (finansijska) nezavisnost ruralnog turizma u Republici Srbiji, odnosno da li subjekti mogu, samo od prihoda realizovanih u turističkoj delatnosti, da se finansiraju ili se bave i nekim drugim delatnostima;
- (5) koje su provlađujuće usluge, koje anketirani subjekti pružaju turistima u ruralnom turizmu, odnosno da li oni pružaju samo usluge prenoćišta ili i pansionerske usluge, koje omogućavaju ostvarivanje većih prihoda, a time i mogućnost samofinansiranja;
- (6) da li subjekti u ruralnom turizmu, koji turistima pružaju usluge ishrane, samostalno proizvode poljoprivredne proizvode ili ne (cilj je da se utvrdi povezanost poljoprivrede i turizma);
- (7) koji je preovlađujući broj noćenja u ruralnom turizmu, odnosno kolika je iskorišćenost kapaciteta;
- (8) da li u ruralnom turizmu u Republici Srbiji preovlađuju domaći ili strani turisti;
- (9) da li je poseta u ruralnom turizmu sezonski ograničena ili ne;
- (10) koliko su, u proseku, anketirani subjekti do sada uložili finansijskih sredstava u razvoj ruralnog turizma;
- (11) iz kojih izvora su anketirani subjekti obezbedili potrebna finansijska sredstva;
- (12) koliko su u aktuelnom trenutku prisutne investicije u ruralnom turizmu u Republici Srbiji i koji su izvori finansiranja;
- (13) koja su iskustva anketiranih subjekata sa pojedinim izvorima finansiranja;
- (14) koji su aktuelni problemi u ruralnom turizmu u Republici Srbiji;
- (15) koja su moguća rešenja ovih problema, a ukoliko su rešenja vezana za finansije, koji su mogući izvori finansiranja;
- (16) koliki godišnji prihod mogu da ostvare subjekti ruralnog turizma u Republici Srbiji;
- (17) mišljenje anketiranih subjekata o visini ostvarenog prihoda, njegovoj strukturi i visini poreza;
- (18) da li cene usluga pokrivaju troškove poslovanja;
- (19) da li porezi i doprinosi, koji se plaćaju na inpute, utiču na visinu cene koštanja;
- (20) koliko je učešće troškova radne snage u ceni koštanja;
- (21) da li anketirani subjekti zapošljavaju radnike ili rade samo članovi porodice;
- (22) koji su načini promocije domaćeg ruralnog turizma;
- (23) koliko je učešće troškova marketinga u strukturi rashoda anketiranih subjekata;
- (24) koliko je učešće agencijskih troškova u strukturi rashoda anketiranih subjekata;

(25) da li anketirani subjekti planiraju investicije u narednih pet godina i iz kojih izvora planiraju da ih finansiraju;

(26) kakvi su uslovi poslovanja u ruralnom turizmu u Republici Srbiji;

(27) kakva je uloga države u pogledu podsticaja razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.

### 6.1.3. Rezultati deskriptivne statističke analize anketnog istraživanja

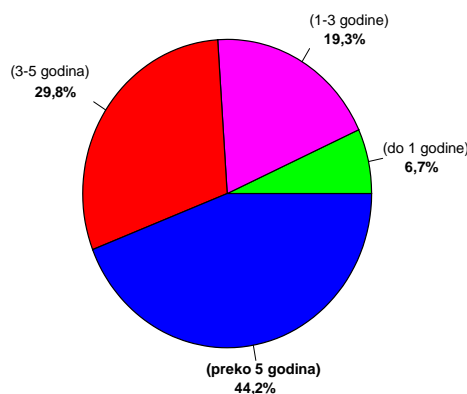
Najveći broj anketiranih subjekata, 44,2%, bavi se pružanjem turističkih usluga duže od pet godina. Po brojnosti slede pružaoci usluga sa iskustvom do pet godina (29,8%), do tri godina (19,2%), a najmanji broj (6,7%), tek počinje da se bavi ovom delatnošću. Može se izvesti zaključak da anketirani subjekti imaju dovoljno dugo iskustvo u ruralnom turizmu, da bi njihovi stavovi mogli da se smatraju relevantnim. (tabela 14, grafikon br.1)

**TABELA 14 DUŽINA ISKUSTVA U RURALNOM TURIZMU**

Dužina bavljenja ruralnim turizmom:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– počinjem ove godine	7	6,7
– do tri godine	20	19,2
– do pet godina	31	29,8
– više od pet godina	46	44,2
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Grafikon br.1 - Dužina bavljenja pružanjem turističkih usluga**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Više od polovine (53,8%) anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu je učlanjeno u neko udruženje, ali 46,2% anketiranih subjekata nije član nijednog strukovnog udruženja. (tabela 15) Prema rezultatima istraživanja, prikazanim u tabeli 16, može se izvesti zaključak da je kategorisano skoro 80% anketiranih pružaoca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji, što ukazuje da većina subjekata posluje u skladu sa normativnim okvirom za ovaj vid turizma.

**TABELA 15 ČLANSTVO U UDRUŽENJIMA**

Članstvo u udruženjima:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– nisu članovi	48	46,2
– jesu članovi	56	53,8
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**TABELA 16 UČEŠĆE KATEGORISANIH U UKUPNOM BROJU ANKETIRANIH SUBJEKATA**

Karakteristike domaćinstva:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– nisu kategorisana	21	20,2
– jesu kategorisana	83	79,8
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

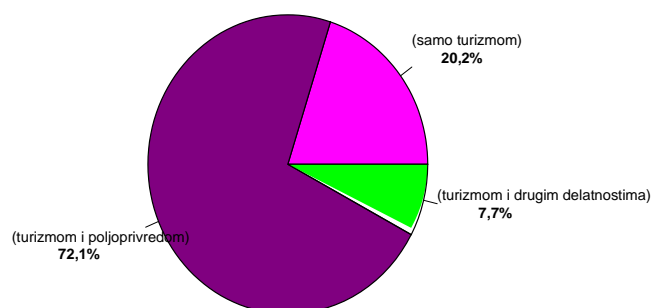
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Većina anketiranih subjekata (72,1%) bavi se paralelno i ruralnim turizmom i poljoprivredom, što ukazuje na veliku sinergetsku povezanost ovih delatnosti u Republici Srbiji. (tabela 17 i grafikon br.2)

**TABELA 17 POVEZANOST TURIZMA I POLJOPRIVREDE**

Delatnosti:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– samo turizam	21	20,2
– turizam i poljoprivreda	75	72,1
– turizam i ostalo	8	7,7
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Grafikon br.2- Povezanost turizma i poljoprivrede**

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

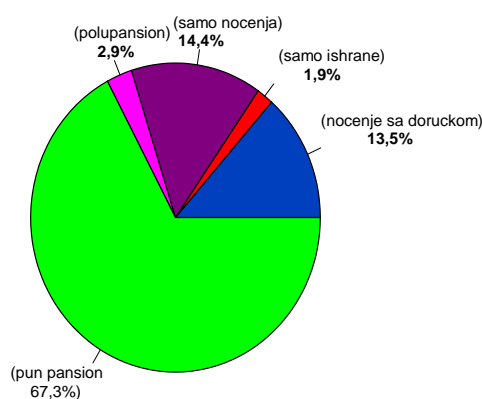
Prema rezultatima istraživanja predstavljenim u tabeli 18 i na grafikonu broj 3, većina anketiranih subjekata (67,3%) pruža usluge punog pansiona, što je i ekonomski najisplativije, odnosno pruža im najveći potencijal za samofinansiranje.

**TABELA 18 VRSTE USLUGA KOJE ANKETIRANI SUBJEKTI PRUŽAJU TURISTIMA**

Vrsta usluga:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– samo ishrane	2	1,9
– samo prenoćišta	15	14,4
– prenoćište sa doručkom	14	13,5
– usluge polupansiona	3	2,9
– usluge punog pansiona	70	67,3
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

**Grafikon br.3 - Vrste usluge koje anketirani subjekti pružaju turistima**



*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

**Grafikon br. 4 - Povezanost proizvodnje hrane i ruralnog turizma**



*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*



Prehrambene proizvode samostalno proizvodi 40,4%, a delimično 43,8% anketiranih subjekata (grafikon broj 4). Navedno, kao i podaci predstavljeni u tabeli 17, ukazuje na veliku povezanost poljoprivrede i ruralnog turizma u Republici Srbiji. Stoga je u predloženim modalitetima finansiranja, finansiranje ugostiteljskih sadržaja izjednačeno sa finansiranjem poljoprivrede.

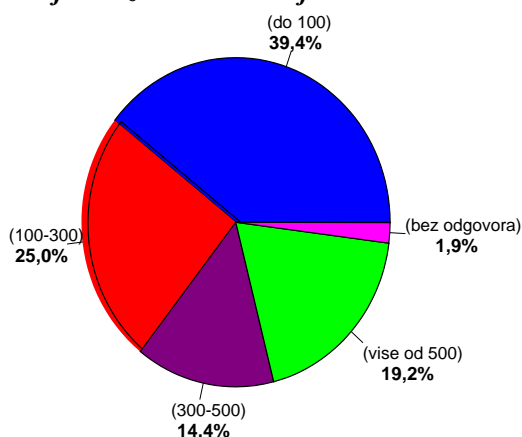
**TABELA 19 BROJ REALIZOVANIH NOĆENJA U PRETHODNOJ GODINI**

Broj noćenja:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– do 100	41	39,4
– od 100 do 300	26	25,0
– od 300 do 500	15	14,4
– više od 500	20	19,2
– bez odgovora	2	1,9
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

Najveći procenat anketiranih subjekata (39,4%) je u prethodnoj godini realizovao do 100 noćenja, što ukazuje na veoma nisku iskorišćenost kapaciteta, odnosno nisku rentabilnost i ekonomičnost, te mali potencijal za samofinansiranje ruralnog turizma u Republici Srbiji. (tabela 19 i grafikon br. 5) U istom periodu, 19,2% anketiranih subjekata, realizovalo je preko 500 noćenja turista. Reč je o subjektima ruralnog turizma čije usluge karakteriše visok kvalitet, kao i prihvatljiv kvalitet infrastrukture u neposrednom okruženju. Navedeno upućuje na zaključak da tražnja postoji ako se pruži kvalitetna ponuda. Stoga su, u cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, potrebna finansijska ulaganja, kako na nivou pružalaca usluga, tako i na makro nivou (ulaganja u infrastrukturu, turističku signalizaciju).

**Grafikon br.5 - Broj realizovanih noćenja u ruralnom turizmu**

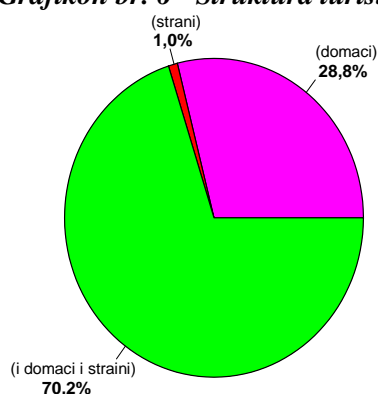


*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

Prema rezultatima anketnog istraživanja može se zaključiti da je struktura turista mešovita s obzirom na to da je 70,2% anketiranih subjekata odgovorilo da su im gosti i domaći i strani turisti. Isključivo domaći turisti čine 28,8%, a isključivo strani turisti svega 1% korisnika usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji. (grafikon br. 6) U cilju većeg deviznog priliva, a time i povoljnog uticaja na platni bilans, potrebno je poboljšanje kvaliteta

ruralnog turističkog proizvoda, što zahteva veća finansijska ulaganja i na mikro i na makro nivou.

**Grafikon br. 6 - Struktura turista prema mestu dolaska**



*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

Rezultati anketnog istraživanja, predstavljeni u tabeli 20, upućuju na zaključak da kod 56,7% anketiranih subjekata turistička sezona traje cele godine, a kod 43,3% subjekata samo određeni deo godine. U cilju bolje popunjenosti kapaciteta, a time i veće rentabilnosti i potencijala za samofinansiranje ruralnog turizma, potrebna je strateški osmišljena promocija, adekvatna politika cena, te kao i u prethodnim analizama navedena potreba za povećanjem kvaliteta usluga i infrastrukture (posebno u toku zimske sezone).

**TABELA 20 DUŽINA TURISTIČKE SEZONE**

Dužina turističke sezone:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– cele godine	59	56,7
– samo u određenom periodu godine	45	43,3
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

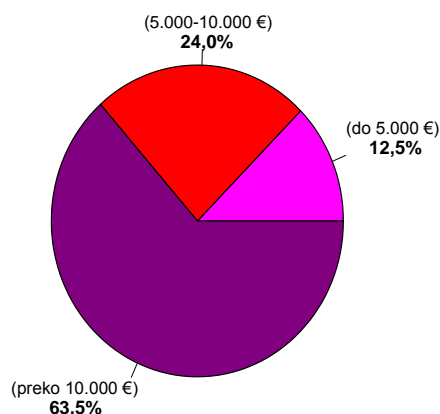
*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

Na osnovu rezultata statističke obrade rezultata anketnog istraživanja, predstavljenih u tabeli 21 i grafikonu broj 7, može se izvesti zaključak da je najveći procenat (63,5%) anketiranih subjekata uložilo, u dosadašnjem periodu, u razvoj ruralnog turizma više od 10.000 evra.

**TABELA 21 IZNOS ULOŽENIH SREDSTAVA U RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U DOSADAŠNJEM PERIODU**

Iznos uložениh sredstava:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– do 5.000 €	13	12,5
– od 5.000 do 10.000 €	25	24,0
– više od 10.000 €	66	63,5
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

**Grafikon br. 7 - Iznos uložениh finansijskih sredstava u dosadašnjem periodu**

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultati anketnog istraživanja u pogledu modaliteta finansiranja ruralnog turizma na području Republike Srbije u dosadašnjem periodu su:

- [1] *Samofinansiranje* - 71 anketirani subjekt (68,1%) je obezbedio sredstva korišćenjem ovog modaliteta finansiranja;
- [2] *Samofinansiranje i na drugi način* - 6 anketiranih subjekata (5,7%) se izjasnilo da je sredstva obezbedilo iz navedenih izvora finansiranja;
- [3] *Samofinansiranje i subvencije Ministarstva poljoprivrede RS* - 3 anketirana subjekta (2,8%) se izjasnilo da je sredstva obezbedilo iz navedenih izvora finansiranja;
- [4] *Samofinansiranje i bankarski krediti* - 3 anketirana subjekta (2,8%) se izjasnilo da je sredstva obezbedilo iz ovih izvora finansiranja;
- [5] *Samofinansiranje i subvencije Sekretarijata APV* - 3 anketirana subjekta (2,8%) se izjasnilo da je sredstva obezbedilo iz navedenih izvora finansiranja;
- [6] *Samofinansiranje, subvencije Ministarstva poljoprivrede RS i na drugi način* - 2 anketirana subjekta (1,8%) se izjasnilo da je sredstva obezbedilo iz navedenih izvora finansiranja;
- [7] *Samofinansiranje i krediti Fonda za razvoj RS* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio iz ovih izvora finansiranja;
- [8] *Subvencije Ministarstva poljoprivrede RS* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz ovaj modalitet finansiranja;
- [9] *Subvencije organa lokalne samouprave* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz korišćenje ovog modaliteta finansiranja;
- [10] *Bankarski krediti* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio po osnovu ovog modaliteta finansiranja;
- [11] *Samofinansiranje i subvencijama organa lokalne samouprave* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz navedene modalitete finansiranja;
- [12] *Samofinansiranje, krediti Fonda za razvoj RS i bankarski krediti* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz ovaj modalitet finansiranja;
- [13] *Samofinansiranje, subvencije Sekretarijata APV i bankarskim kreditima* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je koristio navedene izvore finansiranja;
- [14] *Samofinansiranje, subvencije Ministarstva poljoprivrede RS, bankarski krediti i na drugi način* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio iz navedenih izvora finansiranja;

[15] *Samofinansiranje, subvencije Sekretarijata APV, inostrana sredstva - projekti prekogranične saradnje i na drugi način* -1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz navedeni modalitet finansiranja;

[16] *Samofinansiranje, subvencije Sekretarijata APV, subvencije organa lokalne samouprave i inostrana sredstva - projekti prekogranične saradnje* -1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio kombinacijom navedenih izvora finansiranja;

[17] *Samofinansiranje, subvencije Ministarstva poljoprivrede RS, subvencije organa lokalne samouprave i bankarski krediti*- 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz navedeni modalitet finansiranja;

[18] *Samofinansiranje, bankarski krediti, subvencije Sekretarijata APV, subvencije organa lokalne samouprave i na drugi način* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz navedene izvore finansiranja;

[19] *Samofinansiranje, subvencije Ministarstva poljoprivrede RS, bankarski krediti i subvencije Sekretarijata APV* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio na navedeni modalitet finansiranja;

[20] *Samofinansiranje, subvencije Ministarstva poljoprivrede RS, krediti Fonda za razvoj RS, bankarski krediti, subvencije Sekretarijata APV i subvencije organa lokalne samouprave* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio korišćenjem navedenih izvora finansiranja;

[21] *Samofinansiranje, subvencije Ministarstva poljoprivrede RS, krediti Fonda za razvoj RS, bankarski krediti i na drugi način* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio uz navedene modalitete finansiranja;

[22] *Subvencije i krediti Ministarstva privrede RS* - 1 anketirani subjekt (1%) se izjasnio da je sredstva obezbedio na drugi način, odnosno iz navedenih izvora finansiranja.

U anketnom istraživanju se pod „ostalim izvorima finansiranja“ smatraju, pored subvencija i kredita Ministarstva privrede, i inostrane donacije. Navedene ostale izvore, samostalno ili u kombinaciji sa drugim izvorima finansiranja, koristilo je ukupno 16 anketiranih subjekata.

Statističkom analizom realizovanog anketnog istraživanja, može se izvesti zaključak da je samofinansiranje imalo dominantnu ulogu u strukturi izvora finansiranja u dosadašnjem periodu. Ovaj način finansiranja koristilo je 68,1% anketiranih subjekata, a u kombinaciji sa drugim izvorima 27,9% subjekata, odnosno 96% anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu koristilo je samofinansiranje kao jedini ili dopunski izvor finansiranja u dosadašnjem periodu.

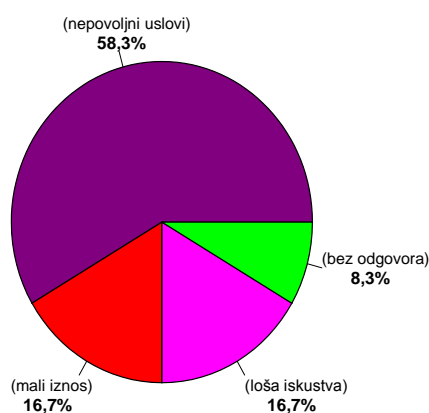
Najveći procenat anketiranih subjekata (56,7%) izjasnio se da nema aktuelnih investicija. Na drugom mestu po brojnosti (37,5%) su subjekti koji realizuju investicije u aktuelnom trenutku i finansiraju ih iz sopstvenih sredstava. Kombinacijom samofinansiranja i bankarskih kredita aktuelne investicije finansira 1,8%, dok preostali subjekti ih finansiraju kombinacijom samofinansiranja i subvencija: pokrajinskih sekretarijata, lokalnih samouprava, Ministarstva poljoprivrede RS, kao i subvencijama i kreditima Ministarstva privrede Republike Srbije.

*Zaključak:* Potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-4) da većina subjekata ruralnog turizma u Republici Srbiji ne realizuje investicije usled nedostatka finansijskih resursa, odnosno adekvatnog modaliteta finansiranja. Nedostatak finansijskih resursa rezultat je nedovoljne akumulativne sposobnosti ruralnog turizma i poljoprivrede, kao i nedostatka kvalitetnih eksternih izvora finansiranja.

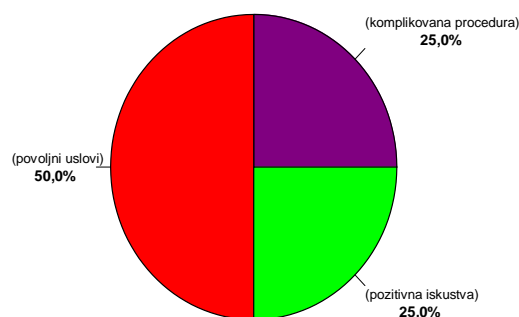
**TABELA 22 MODALITETI FINANSIRANJA AKTUELNIH INVESTICIJA**

Modaliteti finansiranja:	Frekvencija (broj pružalaca usluga)	Procenat (%)
– samofinansiranje	39	37,5
– samofinansiranje i subvencije Pokrajinskog sekretarijata APV	1	1,0
– samofinansiranje i subvencije lokalne samouprave	1	1,0
– samofinansiranje i bankarski krediti	2	1,8
– samofinansiranje i na drugi način (subvencije i krediti Ministarstva privrede Republike Srbije)	1	1,0
– subvencije lokalne samouprave i subvencije Ministarstva poljoprivrede Republike Srbije	1	1,0
– nema aktuelnih investicija	59	56,7
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Grafikon br.8 - Iskustva sa bankarskim kreditima**

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

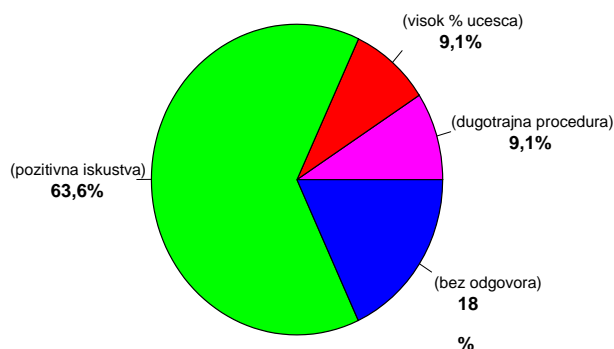
**Grafikon br.9 - Iskustva sa kreditima Fonda za razvoj RS**

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Prema rezultatima statističke analize anketnog istraživanja čak 58,3% anketiranih subjekata izjavilo je da bankarske kredite karakterišu „nepovoljni uslovi“. Loša iskustva sa ovim modalitetom finansiranja imalo je 16,7%, dok je 16,7% anketiranih subjekata navelo „male iznose“ kao osnovnu nepovoljnost ovog načina finansiranja. Odgovor na postavljeno pitanje nije dalo 8,3% anketiranih subjekata, te se može pretpostaviti da oni nisu koristili bankarske kredite kao način finansiranja svog poslovanja. (grafikon br. 8) Na osnovu iskustva sa kreditima Fonda za razvoj Republike Srbije, polovina anketiranih subjekata je navela „povoljne uslove“ kao osnovnu karakteristiku ovih kredita, 25% subjekata smatra da je ovo povoljan modalitet finansiranja, dok preostala četvrtina anketiranih subjekata smatra da ovaj modalitet finansiranja karakteriše „komplikovana procedura“. (grafikon br. 9) Pozitivna iskustva sa subvencijama Ministarstva poljoprivrede Republike Srbije imalo je 63,6%, a

negativna iskustva 18,2% od ukupnog broja anketiranih subjekata. U strukturi subjekata koji su imali nepovoljna iskustva: 9,1% je navelo kao negativnu karakteristiku ”visok procenat učešća”, a 9,1% je istaklo ”dugotrajnu proceduru”, kao nepovoljnost ovog modaliteta finansiranja. Odgovor na postavljeno pitanje nije dalo 18,2% subjekata, te se može pretpostaviti da oni nisu koristili subvencije Ministarstva poljoprivrede Republike Srbije kao modalitet finansiranja ruralnog turizma. (grafikon br.10)

**Grafikon br. 10 - Iskustva sa subvencijama Ministarstva poljoprivrede RS**



*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

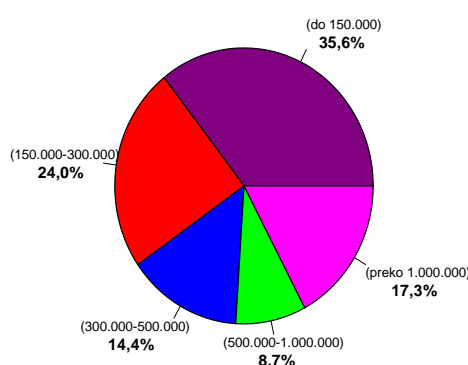
**TABELA 23 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA INVESTICIJA NA NIVOU LOKALNO-EKONOMSKIH ZAJEDNICA**

Modaliteti finansiranja:	Frekvencija	Procenat (%)
– iz državnog budžeta	67	64,4
– iz privatnih izvora finansiranja	1	1,0
– javno-privatnim partnerstvima	3	2,9
– ostalo	1	1,0
– iz državnog budžeta, iz privatnih izvora finansiranja i javno-privatnim partnerstvima	2	1,9
– iz državnog budžeta i iz privatnih izvora finansiranja	1	1,0
– iz državnog budžeta i javno-privatnim partnerstvima	17	16,3
– iz državnog budžeta i ostalo	2	1,9
– javno-privatnim partnerstvima i ostalo	1	1,0
– nema aktuelnih problema	6	5,8
– bez odgovora	3	2,9
<b>Ukupno:</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>

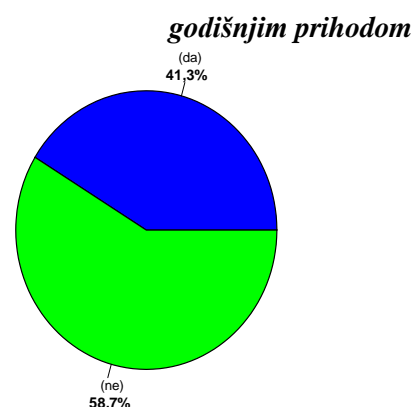
*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

Anektirani pružaoci usluga u ruralnom turizmu složili su se da bi imali više gostiju ukoliko bi se rešili aktuelni problemi u njihovim lokalno-ekonomskim zajednicama i to: problemi loše infrastrukture (saobraćajne i komunalne), problemi sa telefonskim i poštanskim saobraćajem i internet vezama. Većina anketiranih subjekata (64,4%) smatra da izvor finansiranja načina rešavanja navedenih problema treba da bude državni budžet, 16,3% državni budžet i javo-privatna partnerstva, dok 2,9% smatra da bi izvor finansiranja trebala da budu samo javno-privatna partnerstva. Prema mišljenju 7,8% subjekata ruralnog turizma način finansiranja trebao bi da bude kombinacija državnog budžeta, javno-privatnih partnerstava, ali i privatnih izvora finansiranja. Ovi subjekti su spremni da učestvuju u finansiranju investicija u cilju rešavanja problema na nivou lokalno-ekonomskih zajednica, kako bi sebi omogućili povoljnije uslove poslovanja. (tabela broj 23)

**Grafikon br.11 - Visina godišnjeg prihoda (u RSD)      Grafikon br. 12 - Zadovoljstvo realizovanim godišnjim prihodom**



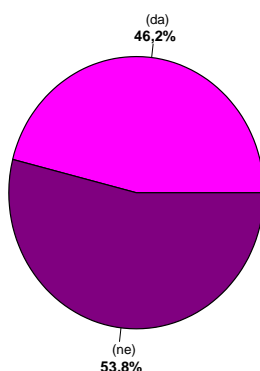
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultati statističke analize podataka dobijenih anketnim istraživanjem, u pogledu visine godišnjih prihoda realizovanih u ruralnom turizmu u Republici Srbiji, prikazani su na grafikonu broj 11. Pod pretpostavkom da su anketirani subjekti bili iskreni, može se zaključiti da većina ostvaruje niske godišnje prihode, a svega 17,3% anketiranih subjekata je odgovorilo da su im godišnji prihodi veći od 1.000.000 RSD. Većina, 58,7%, anketiranih pružalaca usluga nije zadovoljna visinom ostvarenog godišnjeg prihoda, a 53,8% subjekata nije zadovoljno strukturom realizovanog prihoda. (podaci su prikazani na grafikonima br. 12 i 13)

**Grafikon br.13 - Zadovoljstvo strukturom realizovanog godišnjeg prihoda**



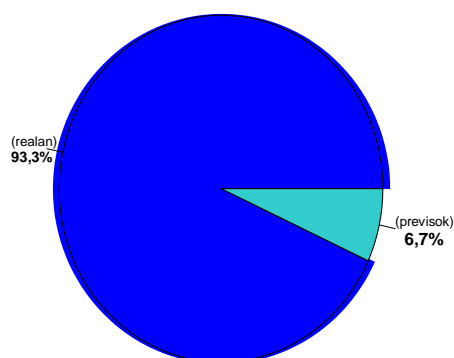
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Prema rezultatima anketnog istraživanja predstavljenim na grafikonu broj 14 većina anketiranih subjekata (93,3%) smatra da je porez na prihod realan, a samo 6,7% smatra da je porez previsok. Dobijeni rezultat se može objasniti na sledeći način:

(a) pružaoci usluga koji smatraju da je porez realan su seoska turistička domaćinstva koja ne plaćaju poseban porez na prihode od ruralnog turizma (u Republici Srbiji on još nije ustanovljen), već plaćaju samo godišnji porez iz poljoprivredne delatnosti, kao registrovana poljoprivredna gazdinstva;

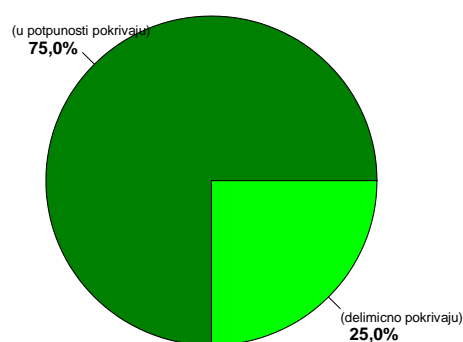
(b) pružaoci usluga koji smatraju da je porez na prihod previsok posluju kao pravna lica koja plaćaju 10% poreza na ostvarene prihode po osnovu pružanja usluga smeštaja i 20% poreza na ostvarene prihode od ugostiteljske delatnosti.

**Grafikon br.14- Stavovi o visini poreza na prihod**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

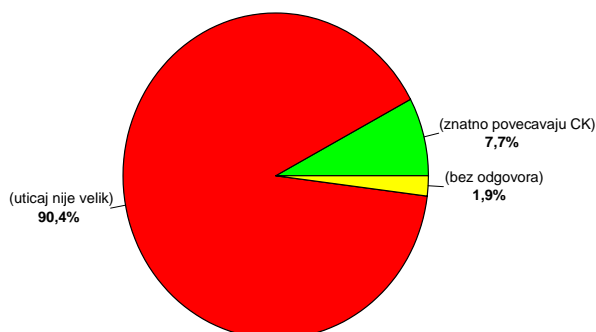
**Grafikon br.15- Pokrivenost troškova prodajnim cenama turističkih usluga**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Prema rezultatima anketnog istraživanja većina anketiranih subjekata (75%) smatra da cene usluga pokrivaju troškove poslovanja, dok 25% subjekata smatra ne pokrivaju. (grafikon br. 15) U pogledu uticaja poreza i doprinosa koje plaćaju na inpute (ulazne troškova), većina anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu (90,4%) smatra da njihov uticaj nije velik, 7,7% subjekata smatra da oni znatno povećavaju cenu koštanja njihovih usluga, dok 1,9% anketiranih subjekata nije dalo konkretan odgovor. (grafikon br. 16)

**Grafikon br.16 - Uticaj poreza i doprinosa koji se plaćaju na inpute**

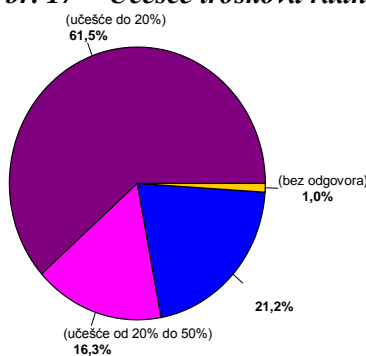


Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja



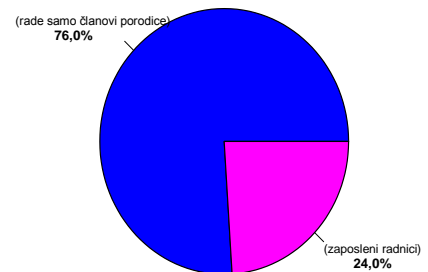
Prema rezultatima statističke obrade podataka dobijenih anketnim istraživanjem, vezano za učešće troškova radne snage u ceni koštanja (grafikonu br.17), vidi se da 61,5% anketiranih subjekata ceni da ovi troškovi čine do 20% cene koštanja; 21,2% učesnika ankete smatra da troškovi radne snage imaju učešće od preko 50% u ceni koštanja; 16,3% anketiranih subjekata smatra da ovi troškovi čine od 20% do 50% cene koštanja; a 1% anketiranih subjekata nije imalo konkretan odgovor na postavljeno pitanje. Velike razlike u odgovorima delimično su objašnjene na narednom grafikonu (broj 18), gde se vidi da angažovanu radnu snagu uglavnom čine članovi porodice pružalaca usluga, a što je slučaj kod 76% anketiranih subjekata. Imajući u vidu da troškove radne snage anketirani subjekti ne plaćaju direktno članovima svoje porodice, odgovori na anketno pitanje su rezultati njihovih procena, a ne preciznih kalkulacija cene koštanja.

Grafikon br. 17 - Učešće troškova radne snage



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

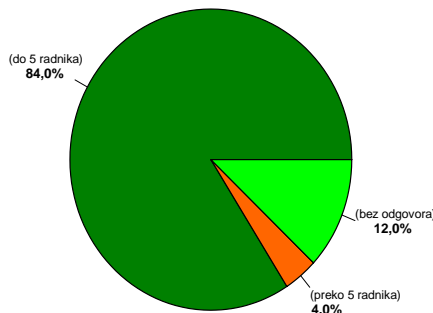
Grafikon br. 18 - Struktura radne snage



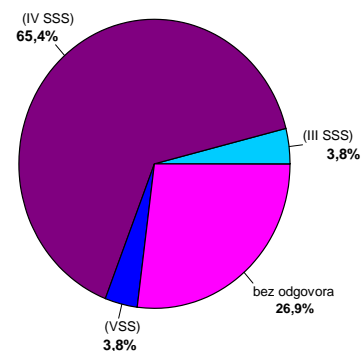
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Na osnovu rezultata statističke obrade anketnog istraživanja predstavljenih na grafikonu broj 19 može se zaključiti da najveći broj (84%) anketiranih pružalaca usluga u domaćem ruralnom turizmu zapošljava do pet radnika. Potrebno je naglasiti da su anketirani subjekti pod pojmom „zapošljava radnike“ podrazumevali i članove svoje porodice koji su angažovani u ruralnom turizmu. U pogledu strukture angažovanih radnika prema nivou obrazovanja (grafikonu broj 20) može se zaključiti da je dominantno učešće zaposlenih sa IV nivou stručne spreme.

Grafikon br.19 - Broj zaposlenih radnika Grafikom br. 20 - Struktura angažovanih radnika prema nivou obrazovanja



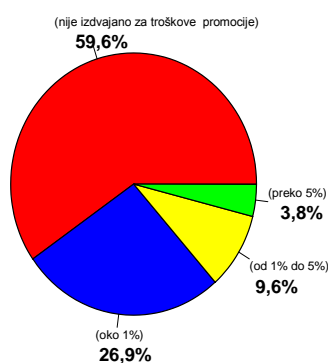
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

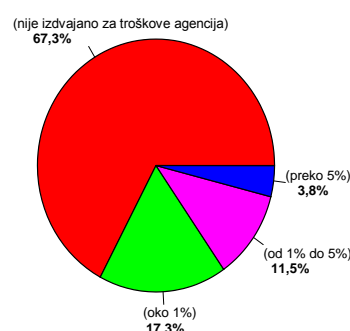
Prema rezultatima statističke obrade podataka dobijenih anketnim istraživanjem, predstavljenim na grafikonu broj 21, može se izvesti zaključak kod većine (59,6%) pružalaca usluga u ruralnom turizmu troškovi promocije ne učestvuju u strukturi rashoda, a samo kod 3,8% anketiranih subjekata ovi troškovi čine više od 5% ukupnog rashoda. Pružaoci usluga u ruralnom turizmu se najčešće „besplatno” promovišu preko prijatelja i to je slučaj kod 33,6% od ukupnog broja anketiranih subjekata. Oni koriste i druge načine besplatnog promovisanja i to: 27,1% subjekata ima sopstveni web sajt; 24,6% koristi usluge turističkih organizacija, a 14,7% anketiranih subjekata plaća neki oblik promocije (štampanje flajera, nastup na sajmovima).

**Grafikon br.21 - Učešće troškova promocije u strukturi rashoda**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

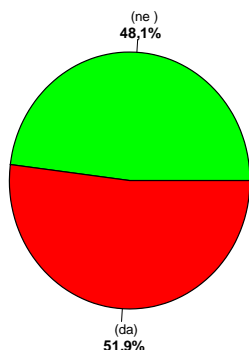
**Grafikon br. 22 - Učešće agencijskih troškova u strukturi rashoda**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

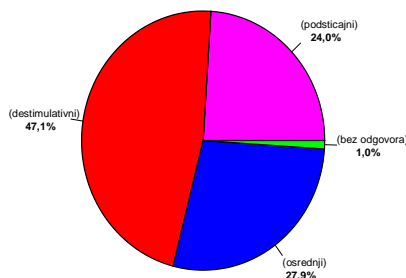
Rezultati anketnog istraživanja su slični i u pogledu agencijskih troškova (rezultati su predstavljeni na grafikonu broj 22) s obzirom na to da kod 67,3% anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu ovi troškovi ne učestvuju u strukturi rashoda, a samo kod 3,8% subjekata agencijski troškovi učestvuju sa više od 5% u strukturi ukupnih troškova poslovanja. Vlasnik etno sela „Latkovac”, u opštini Aleksandrovac, smatra da je aktuelna visina agencijske provizije od 25-30% neprimereno visoka za ruralni turizam, a da bi realna visina provizija turističkih agencija trebala da bude od 6% do 8% (kao što je bila ranije).

**Grafikon br. 23 - Planiranje investicija**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Grafikon br. 24 - Uslovi poslovanja**



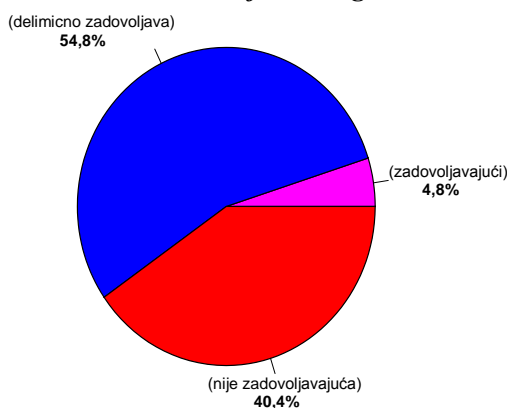
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Većina anketiranih subjekata (51,9%) se izjasnila da planira investicije u narednih pet godina. (grafikon broj 23) U pogledu modaliteta finansiranja budućih investicija rezultati anketnog istraživanja su sledeći:

- (a) 60,7% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da investicije realizuje sopstvenim finansijskim sredstvima;
- (b) 22,6% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da konkuriše za neki oblik državne podrške (subvencija);
- (c) 7,1% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da se kreditno zaduži kod poslovnih banaka, a 1,2% subjekata da konkuriše za kredit inostranog investicionog fonda;
- (d) 2,4% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da konkuriše za sredstva iz programa prekogranične saradnje, a 6% anketiranih subjekata nije dalo konkretan odgovor.

Uslove poslovanja u ruralnom turizmu na području Republike Srbije ocenilo je kao destimulativne, skoro polovina (47,1%) anketiranih subjekata, 27,9% subjekata smatra da su osrednji, 24,0% da su podsticajni, dok 1% anketiranih subjekata se nije izjasnio ni za jedan od ponuđenih odgovora. (grafikon broj 24)

**Grafikon br.25 - Zadovoljstvo ulogom države**



*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

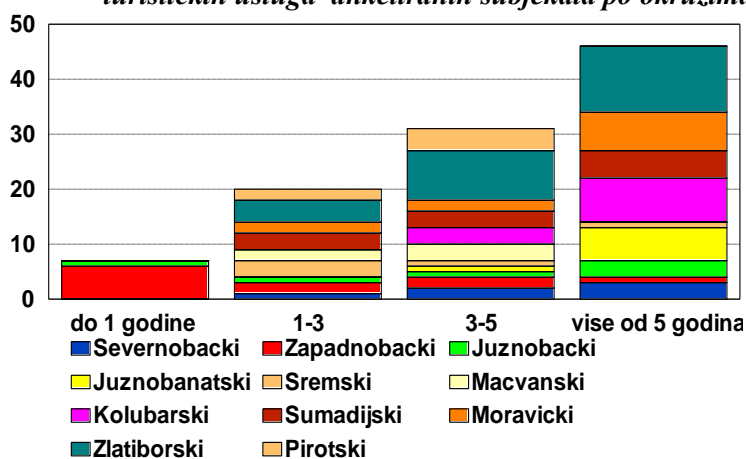
Većina anketiranih subjekata, odnosno 54,8%, je stava da je uloga države delimično zadovoljavajuća, dok 40,4% smatra da je uloga države nezadovoljavajuća, a samo 4,8% anketiranih subjekata smatra da je uloga države zadovoljavajuća u pogledu podrške razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji. (grafikon broj 25) Na osnovu analize urađenih intervjua sa pružaocima usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji može se oceniti da oni ne očekuju samo finansijsku podršku države razvoju ovog vida turizma. Podršku očekuju i u vidu kreiranja povoljnih i stimulativnih mera makroekonomske politike, organizovanja profilisane teoretske i praktične edukacije, podrške preduzetničkim inicijativama u cilju unapređenja ruralnog turističkog proizvoda, a po ugledu na zemlje u okruženju koje su poslednjih godina učinile značajan iskorak u ovom segmentu turističke ponude (Slovenija, Mađarska, Hrvatska, Rumunija). Prema stavovima većine anketiranih pružalaca usluga neophodno je i pojednostavljanje procedura i bolja organizacija poslovanja na lokalnom, regionalnom i državnom nivou. Većina vlasnika seoskih turističkih domaćinstava smatra da je nelogično da oni, kao pružaoci usluga nemaju pravo da naplaćuju pružene usluge, već to moraju da čine preko turističkih organizacija ili nekog drugog pravnog lica sa kojim, prema aktuelnom

Zakonu u turizmu, moraju da imaju potpisan ugovor da bi mogli da se bave ruralnim turizmom.

### 6.1.3.1. Rezultati deskriptivne statističke analize anketnog istraživanja po okruzima

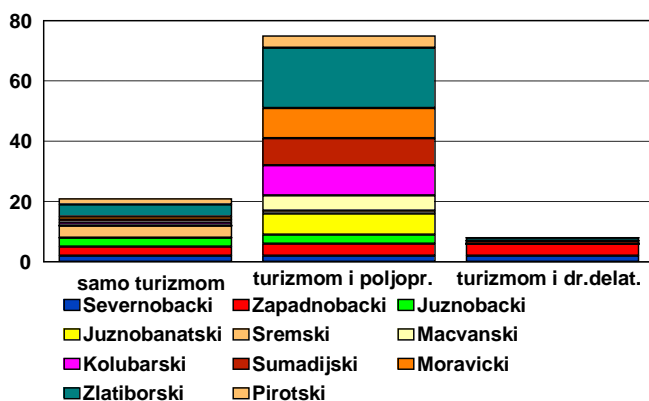
Anketno istraživanje realizovano je u 11 okruga na području Republike Srbije. Rezultati statističke obrade podataka o dužini bavljenja pružanjem turističkih usluga predstavljeni su na grafikonu broj 26, a upućuju na zaključak da se najduže bave ruralnim turizmom anketirani subjekti na području Zlatiborskog, Kolubarskog, Šumadijskog, Južnobanatskog, Moravičkog, Zapadnobačkog, Južnobačkog, i Severnobačkog okruga. Ruralnim turizmom i poljoprivredom se bave pružaoci usluga koji se nalaze na području svih 11 okruga na čijem području je realizovano anketno istraživanje. (grafikon br. 27)

**Grafikon br. 26 - Rezultati statističke obrade podataka o dužini bavljenja pružanjem turističkih usluga anketiranih subjekata po okruzima**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Grafikon br. 27 - Rezultati statističke obrade podataka o povezanosti bavljenja ruralnim turizmom i poljoprivredom po okruzima**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

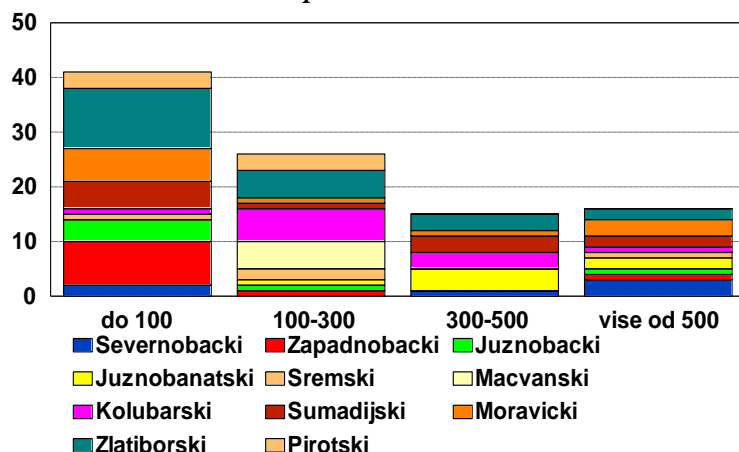
**TABELA 24 REZULTATI STATISTIČKE OBRADE PODATAKA O POVEZANOSTI TURIZMA I POLJOPRIVREDE PO OKRUZIMA**

OKRUZI		Anketirani subjekti se bave:			Ukupno:
		samo turizmom	turizmom i poljoprivredom	turizmom i ostalim delat.	
Severnobački	Broj	2	2	2	6
	% ukupnog	1,9%	1,9%	1,9%	5,8%
Zapadnobački	Broj	3	4	4	11
	% ukupnog	2,9%	3,8%	3,8%	10,6%
Južnobački	Broj	3	3	0	6
	% ukupnog	2,9%	2,9%	,0%	5,8%
Južnobanatski	Broj	0	7	0	7
	% ukupnog	,0%	6,7%	,0%	6,7%
Sremski	Broj	4	1	0	5
	% ukupnog	3,8%	1,0%	,0%	4,8%
Mačvanski	Broj	0	5	0	5
	% ukupnog	,0%	4,8%	,0%	4,8%
Kolubarski	Broj	1	10	0	11
	% ukupnog	1,0%	9,6%	,0%	10,6%
Šumadijski	Broj	1	9	1	11
	% ukupnog	1,0%	8,7%	1,0%	10,6%
Moravički	Broj	1	10	0	11
	% ukupnog	1,0%	9,6%	,0%	10,6%
Zlatiborski	Broj	4	20	1	25
	% ukupnog	3,8%	19,2%	1,0%	24,0%
Pirotski	Broj	2	4	0	6
	% ukupnog	1,9%	3,8%	,0%	5,8%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>21</b>	<b>75</b>	<b>8</b>	<b>104</b>
	<b>% ukupnog</b>	<b>20,2%</b>	<b>72,1%</b>	<b>7,7%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

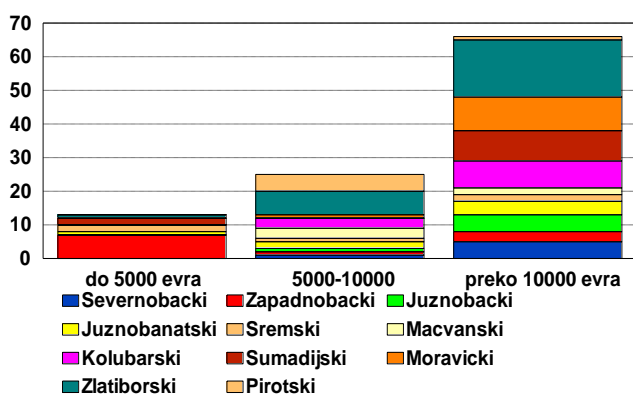
Na osnovu statističke obrade rezultata anketnog istraživanja, prezentovanim u tabeli 24, može se izvesti zaključak da se najveći broj anketiranih subjekata koji se bave i ruralnim turizmom i poljoprivredom nalazi na području Zlatiborskog okruga. Na osnovu prikazanih rezultata na grafikonu broj 28, može se zaključiti da se najveći broj anketiranih subjekata, koji ostvaruju godišnje više od 500 noćenja, nalazi na području Severnobačkog, Moravičkog, Južnobanatskog i Zlatiborskog okruga.

**Grafikon br. 28 - Rezultati statističke obrade podataka o broju realizovanih noćenja u ruralnom turizmu po okruzima**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

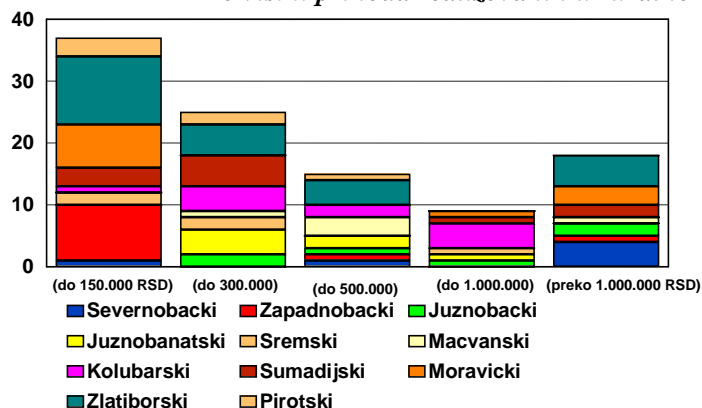
**Grafikon br. 29 - Rezultati statističke obrade podataka o uloženim finansijskim sredstvima po okruzima**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

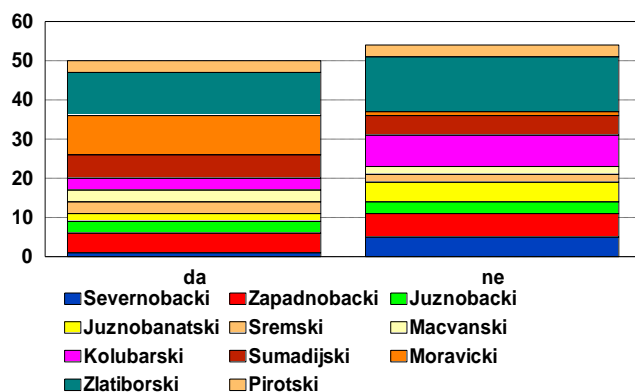
Rezultati statističke obrade podataka, predstavljeni na grafikonu broj 29, upućuju na zaključak da se najveći broj pužalaca usluga u ruralnom turizmu, koji su uložili u razvoj delatnosti više od 10.000 evra, nalazi na teritoriji Zlatiborskog, Moravičkog, Šumadijskog, Kolubarskog, Južnobačanskog, Južnobačkog i Severnobačkog okruga. Prema rezultatima statističke obrade podataka, predstavljenim na grafikonu broj 30, može se zaključiti da se najveći broj pužalaca usluga u ruralnom turizmu, koji godišnje ostvaruju prihod veći od 1.000.000 dinara, nalazi na teritoriji Zlatiborskog, Moravičkog, Šumadijskog, Mačvanskog, Južnobačkog, Zapadnobačkog i Severnobačkog okruga. Rezultati statističke obrade rezultata anketnog istraživanja, u pogledu planiranja investicija u narednih pet godina, predstavljeni su na grafikonu broj 31, gde se vidi da investicije planiraju pružaoci usluga sa teritorije svih okruga. Zapaža se da će najmanje investirati anketirani subjekti sa teritorije Zapadnobačkog okruga.

**Grafikon br. 30** Rezultati statističke obrade podataka  
o visini prihoda realizovanih u ruralnom turizmu - po okruzima



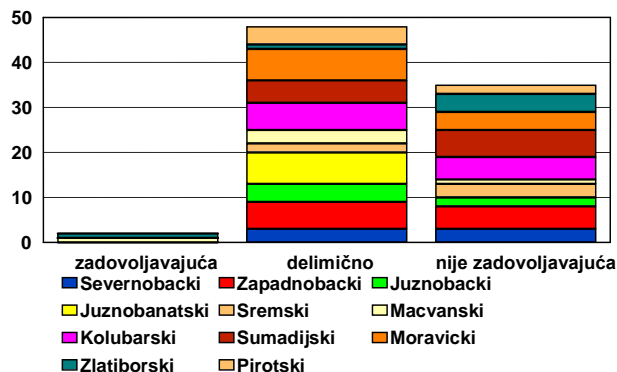
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Grafikon br. 31** - Rezultati statističke obrade podataka  
o planiranim investicijama - po okruzima



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Grafikon br. 32** - Rezultati statističke obrade podataka o stavovima o ulozi države  
u razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji - po okruzima



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Analizom rezultata statističke obrade podataka dobijenih anketnim istraživanjem, predstavljenim na grafikonu broj 32, može se zaključiti da su samo pružaoci usluga sa teritorije Zlatiborskog i Južnobačkog okruga ocenili povoljno ulogu države. Anketirani subjekti, sa teritorije ostalih okruga, izrazili su nezadovoljstvo ili delimično zadovoljstvo ulogom države u razvoju ruralnog turizma na području Republike Srbije.

## 6. 2. Metod statističke analize

Metod statističke analize “istražuje statističku masu (osnovni skup, populaciju) u stanju mirovanja, odnosno istražuje statističku masu u datom momentu ili u određenom vremenskom periodu u kome je ona posmatrana, s tim što se vreme kao faktor uticaja ne uzima u obzir.“ (Stojković, 2006)

### 6.2.1. Primenjene metode statističke analize

Metodi statističke analize koriste se za izračunavanja i zaključivanja o karakteristikama osnovnog skupa na osnovu izabranog uzorka. U istraživanju je korišćen  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) test i *SPPS* programski paket.

#### 6.1.2.1. $\chi^2$ (*Hi*- kvadrat) test

Vrstu neparametarskih statističkih testova predstavlja  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) test. U statističkoj obradi podataka primenjena je jedna vrsta  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) testa - test nezavisnosti obeležja, a „kod ovog testa vrši se testiranje modaliteta dva obeležja jednog istog osnovnog skupa iz koga se formira uzorak, pri čemu su modaliteti obeležja nezavisni.“ (Stojković, 2006)

U svim analizama (ukrštanjima obeležja uzorka) primenjen je test nezavisnosti obeležja, koji se primenjuje za dve kategoričke varijable i ispituje kako jedna kategorička varijabla utiče na drugu. Ukoliko dve varijable nisu povezane  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) pretpostavlja da će brojevi u ukrštenim kolonama biti podjednako raspoređeni, a ukoliko se pokaže da se brojevi ne raspoređuju podjednako, prilikom ukrštanja, to ukazuje da jedna varijabla utiče na drugu i da su povezane. Za svaku varijablu su prvo prikazana ukrštanja, a zatim značajnot  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat -a), koja će se izračunavati na osnovu formule koju definiše Pirsonov *Hi* kvadrat test.

Pirsonov *Hi* kvadrat test se smatra najpouzdanijim *Hi* kvadrat testom. Na osnovu određene formule izračunava se njegova vrednost i što je vrednost veća to je između grupa veća i značajnija razlika. Takođe, putem formule računaju se i stepeni slobode (*df*), odnose se na određen proračun kategorija (broj kolona -1 se množi sa brojem redova - 1). Stepeni slobode učestvuju u formuli za računanje *Hi* kvadrat testa. *Hi* kvadrat test ( $\chi^2$ ) se procenjuje kao značajan, odnosno između posmatranih obeležja postoji povezanost, kada je značajnost (*p*) manja od 0,05 ili 0,01. Preciznije, kada je značajnost manja od 0,05 to znači da je zaključak tačan sa sigurnošću od 95%, a kada je značajnost manja od 0,01, zaključak je značajan sa sigurnošću od 99%.



## 6.1.2.2. Rezultati statističke analize

U ovom poglavlju biće prikazani rezultati statističke analize, odnosno raspodela uzorka i rezultati *Hi* kvadrat testa, za varijable koje su najznačajnije za anketno istraživanje i za dokazivanje postavljenih hipoteza.

**TABELA 25 UKRŠTANJE MODALITETA FINANSIRANJA I GODINA BAVLJENJA RURALNIM TURIZMOM**

Modaliteti finansiranja:	Rezultati:	Period bavljenja ruralnim turizmom:				Ukupno:
		od ove godine	do tri godine	do pet godina	više od pet godina	
– samofinansiranje	Broj	5	13	22	29	69
	Očekivani broj	4,6	11,9	21,2	31,2	69,0
	%	7,2%	18,8%	31,9%	42,0%	100,0%
– državna podrška	Broj	0	2	7	13	22
	Očekivani broj	1,5	3,8	6,8	9,9	22,0
	%	0,0%	9,1%	31,8%	59,1%	100,0%
– bankarski krediti	Broj	1	1	2	1	5
	Očekivani broj	,3	,9	1,5	2,3	5,0
	%	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%
– strane donacije i drugi, navedeni izvori finansiranja	Broj	1	2	1	4	8
	Očekivani broj	,5	1,4	2,5	3,6	8,0
	%	12,5%	25,0%	12,5%	50,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>32</b>	<b>47</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>7,0</b>	<b>18,0</b>	<b>32,0</b>	<b>47,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>6,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>30,8%</b>	<b>45,2%</b>	<b>100,0%</b>

*Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja*

*Rezultat:*

*Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=7,336$ ,  $df=9$ ,  $p=0,602$ ) nije statistički značajna. Ne postoji povezanost između modaliteta finansiranja i perioda bavljenja ruralnim turizmom.*

**TABELA 26 UKRŠTANJE MODALITETA FINANSIRANJA I ČLANSTVA U STRUKOVNIM UDRUŽENJIMA**

Modaliteti finansiranja:	Rezultati:	Članstvo u udruženjima:		Ukupno:
		ne	da	
– samofinansiranje	Broj	27	42	69
	Očekivani broj	31,8	37,2	69,0
	%	39,1%	60,9%	100,0%
– državna podrška	Broj	16	6	22
	Očekivani broj	10,2	11,8	22,0
	%	72,7%	27,3%	100,0%
– bankarski krediti	Broj	2	3	5
	Očekivani broj	2,3	2,7	5,0
	%	40,0%	60,0%	100,0%
– strane donacije i drugi, navedeni izvori finansiranja	Broj	3	5	8
	Očekivani broj	3,7	4,3	8,0
	%	37,5%	62,5%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>48</b>	<b>56</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>48,0</b>	<b>56,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>46,2%</b>	<b>53,8%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

*Rezultat:*

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=7,938$ ,  $df=3$ ,  $p=0,047$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između modaliteta finansiranja i članstva anketiranih subjekata u udruženjima. Analizom je utvrđeno da su anketirani subjekti koji su kao modalitet finansiranja koristili neki oblik državne podrške, u manjoj meri članovi strukovnih udruženja, nego što je očekivano.

**TABELA 27 UKRŠTANJE MODALITETA FINANSIRANJA I ZADOVOLJSTVA OSTVARENIM PRIHODOM**

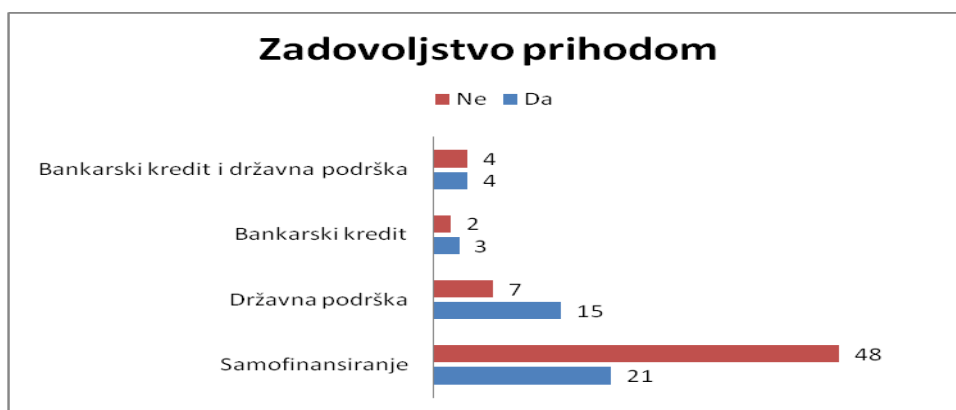
Modaliteti finansiranja:	Rezultati:	Zadovoljstvo prihodom:		Ukupno:
		da	ne	
– samofinansiranje	Broj	21	48	69
	Očekivani broj	28,5	40,5	69,0
	%	30,4%	69,6%	100,0%
– državna podrška	Broj	15	7	22
	Očekivani broj	9,1	12,9	22,0
	%	68,2%	31,8%	100,0%
– bankarski krediti	Broj	3	2	5
	Očekivani broj	2,1	2,9	5,0
	%	60,0%	40,0%	100,0%
– bankarski krediti i državna podrška	Broj	4	4	8
	Očekivani broj	3,3	4,7	8,0
	%	50,0%	50,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>43</b>	<b>61</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>43,0</b>	<b>61,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>41,3%</b>	<b>58,7%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat:

Vrednost *Hi kvadrat* testa ( $\chi^2=10,885$ ,  $df=3$ ,  $p=0,012$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između modaliteta finansiranja i zadovoljstva ostvarenim prihodom. Analizom je utvrđeno da su ostvarenim prihodom manje zadovoljni anketirani subjekti koji su kao modalitet finansiranja koristili samofinansiranje.

Grafikon br. 33 - Ukrštanje modaliteta finansiranja i zadovoljstva ostvarenim prihodom



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**TABELA 28 UKRŠTANJE MODALITETI FINANSIRANJA I PLANIRANJA INVESTICIJA**

Modaliteti finansiranja:	Rezultati:	Planiranje investicija:		Ukupno:
		ne	da	
– samofinansiranje	Broj	39	30	69
	Očekivani broj	33,2	35,8	69,0
	%	56,5%	43,5%	100,0%
– državna podrška	Broj	11	11	22
	Očekivani broj	10,6	11,4	22,0
	%	50,0%	50,0%	100,0%
– bankarski krediti	Broj	0	5	5
	Očekivani broj	2,4	2,6	5,0
	%	0,0%	100,0%	100,0%
– strane donacije i drugi, navedeni izvori finansiranja	Broj	0	8	8
	Očekivani broj	3,8	4,2	8,0
	%	0,0%	100,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>50</b>	<b>54</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>50,0</b>	<b>54,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>48,1%</b>	<b>51,9%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

*Rezultat:*

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=14,041$ ,  $df=3$ ,  $p=0,003$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između modaliteta finansiranja u dosadašnjem periodu i planiranja investicija. Analizom je utvrđeno da investicije planiraju anketirani subjekti koji su u dosadašnjem periodu koristili kao modalitet finansiranja kredite poslovnih banaka.

TABELA 29 UKRŠTANJE MODALITETA FINANSIRANJA I OCENE USLOVA POSLOVANJA.

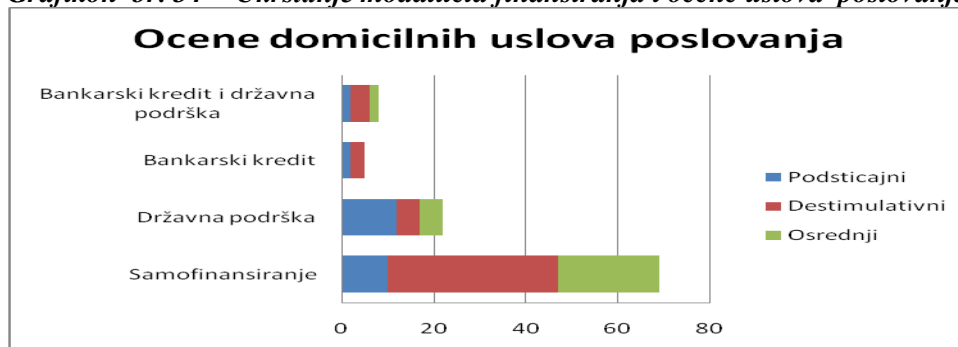
Modaliteti finansiranja:	Rezultati:	Uslovi poslovanja:			Ukupno:
		podsticajni	destimulativni	osrednji	
– samofinansiranje	Broj	10	37	22	69
	Očekivani broj	17,3	32,5	19,2	69,0
	%	14,5%	53,6%	31,9%	100,0%
– državna podrška	Broj	12	5	5	22
	Očekivani broj	5,5	10,4	6,1	22,0
	%	54,5%	22,7%	22,7%	100,0%
– bankarski krediti	Broj	2	3	0	5
	Očekivani broj	1,3	2,4	1,4	5,0
	%	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
– strane donacije i drugi, navedeni izvori finansiranja	Broj	2	4	2	8
	Očekivani broj	2,0	3,8	2,2	8,0
	%	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>26</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>26,0</b>	<b>49,0</b>	<b>29,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>25,0%</b>	<b>47,1%</b>	<b>27,9%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat:

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=16.790$ ,  $df=6$ ,  $p=0,010$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između modaliteta finansiranja i ocene uslova poslovanja. Analizom su potvrđena očekivanja da su uslovima poslovanja zadovoljniji anketirani subjekti koji su u dosadašnjem periodu koristili neki oblike državne podrške kao modalitet finansiranja.

Grafikon br. 34 - Ukrštanje modaliteta finansiranja i ocene uslova poslovanja



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**TABELA 30 UKRŠTANJE MODALITETA FINANSIRANJA I OCENE  
POKRIVENOSTI TROŠKOVA CENAMA USLUGA**

Modaliteti finansiranja:	Rezultati:	Cene usluga pokrivaju troškove poslovanja: _		Ukupno:
		u potpunosti	delimično	
– samofinansiranje	Broj	52	17	69
	Očekivani broj	51,8	17,3	69,0
	%	75,4%	24,6%	100,0%
– državna podrška	Broj	20	2	22
	Očekivani broj	16,5	5,5	22,0
	%	90,9%	9,1%	100,0%
– bankarski krediti	Broj	2	3	5
	Očekivani broj	3,8	1,3	5,0
	%	40,0%	60,0%	100,0%
– strane donacije i drugi, navedeni izvori finansiranja	Broj	4	4	8
	Očekivani broj	6,0	2,0	8,0
	%	50,0%	50,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>78</b>	<b>26</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>78,0</b>	<b>26,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>75,0%</b>	<b>25,0%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

*Rezultat:*

Vrednost *Hi kvadrat testa* ( $\chi^2=8,908$ ,  $df=3$ ,  $p=0,031$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između modaliteta finansiranja i ocene pokrivenosti troškova poslovanja cenama usluga. Analizom je utvrđeno da su anketirani subjekti koji su koristili samofinansiranje kao modalitet finansiranja manje zadovoljni pokrivenošću troškova poslovanja cenama usluga u odnosu na subjekte koji su koristili druge modalitete finansiranja.

**TABELA 31 UKRŠTANJE OSTVARENOG PRIHODA I VISINE  
ULOŽENIH SREDSTAVA**

Koliki godišnji prihod ostvaruju anketirani subjekti:	Rezultati:	Koliko su anketirani subjekti do sada uložili sredstava:			Ukupno:
		do 5.000 €	od 5.000 do 10.000 €	više od 10.000 €	
– do 150.000 RSD	Broj	10	10	17	37
	% ukupnog	9,6%	9,6%	16,3%	35,6%
– do 300.000 RSD	Broj	2	10	13	25
	% ukupnog	1,9%	9,6%	12,5%	24,0%
– do 500.000 RSD	Broj	1	5	9	15
	% ukupnog	1,0%	4,8%	8,7%	14,4%
– do 1.000.000 RSD	Broj	0	0	9	9
	% ukupnog	,0%	,0%	8,7%	8,7%
– preko 1.000.000 RSD	Broj	0	0	18	18
	% ukupnog	,0%	,0%	17,3%	17,3%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>13</b>	<b>25</b>	<b>66</b>	<b>104</b>
	<b>% ukupnog</b>	<b>12,5%</b>	<b>24,0%</b>	<b>63,5%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

*Rezultat:*

Vrednost *Hi kvadrat testa* ( $\chi^2=22,856$ ,  $df=8$ ,  $p=0,004$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između ostvarenog prihoda i visine uloženi sredstava. Analizom je potvrđeno očekivanje da anketirani subjekti, koji su uložili više sredstava, ostvaruju i veće prihode.

TABELA 32 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I GODINA BAVLJENJA RT

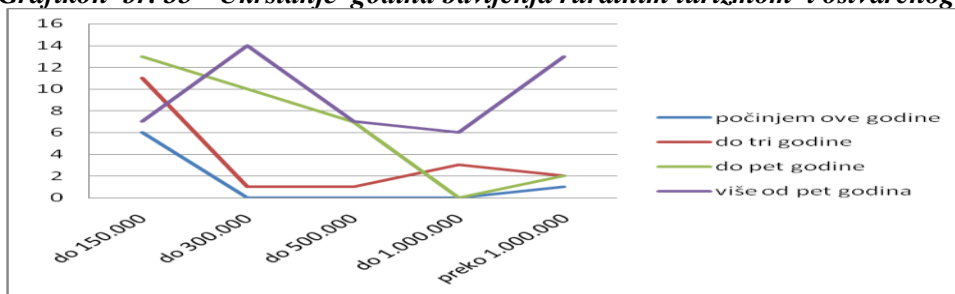
Godine bavljenja anketiranog subjekta	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– počinje ove godine	Broj	6	0	0	0	1	7
	Očekivani broj	2,5	1,7	1,0	,6	1,2	7,0
	%	85,7%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	100,0%
– do tri godine	Broj	11	1	1	3	2	18
	Očekivani broj	6,4	4,3	2,6	1,6	3,1	18,0
	%	61,1%	5,6%	5,6%	16,7%	11,1%	100,0%
– do pet godine	Broj	13	10	7	0	2	32
	Očekivani broj	11,4	7,7	4,6	2,8	5,5	32,0
	%	40,6%	31,2%	21,9%	0,0%	6,2%	100,0%
– više od pet godina	Broj	7	14	7	6	13	47
	Očekivani broj	16,7	11,3	6,8	4,1	8,1	47,0
	%	14,9%	29,8%	14,9%	12,8%	27,7%	100,0%
Ukupno:	Broj	37	25	15	9	18	104
	Očekivani broj	37,0	25,0	15,0	9,0	18,0	104,0
	%	35,6%	24,0%	14,4%	8,7%	17,3%	100,0%

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat:

Vrednost  $\chi^2$  kvadrat testa ( $\chi^2=34,171$ ,  $df=12$ ,  $p=0,001$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i dužine perioda bavljenja ruralnim turizmom. Navedeni rezultat je očekivan s obzirom na to da anketirani subjekti koji se duže bave ruralnim turizmom imaju stabilniju tržišnu poziciju, odnosno veći broj gostiju.

Grafikon br. 35 - Ukrštanje godina bavljenja ruralnim turizmom i ostvarenog prihoda



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja



**TABELA 33 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I PRUŽANJA USLUGA ISHRANE**

Usluga ishrana	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: ( u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
ne	Broj	33	23	13	8	9	86
	Očekivani broj	30,6	20,7	12,4	7,4	14,9	86,0
	%	38,4%	26,7%	15,1%	9,3%	10,5%	100,0%
da	Broj	4	2	2	1	9	18
	Očekivani broj	6,4	4,3	2,6	1,6	3,1	18,0
	%	22,2%	11,1%	11,1%	5,6%	50,0%	100,0%
Ukupno:	Broj		25	15	9	18	104
	Očekivani broj		25,0	15,0	9,0	18,0	104,0
	%		24,0%	14,4%	8,7%	17,3%	100,0%

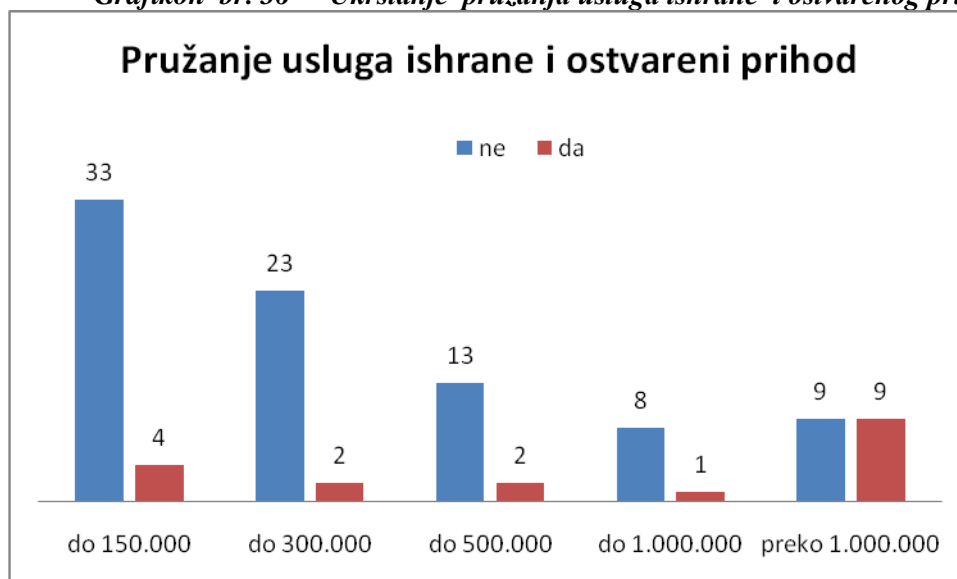
Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat:

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=16,453$ ,  $df=4$ ,  $p=0,002$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i pružanja usluga ishrane.

Zaključak:

Potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-3) da subjekti ruralnog turizma, koji pored usluga smeštaja pružaju i usluge ishrane, ostvaruju veće prihode.

**Grafikon br. 36 - Ukrštanje pružanja usluga ishrane i ostvarenog prihoda**

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**TABELA 34 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I STRUKTURE GOSTIJU**

Gosti	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– domaći	Broj	16	10	4	0	0	30
	Očekivani broj	10,7	7,2	4,3	2,6	5,2	30,0
	%	53,3%	33,3%	13,3%	0,0%	0,0%	100,0%
– stranci	Broj	1	0	0	0	0	1
	Očekivani broj	,4	,2	,1	,1	,2	1,0
	%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
– domaći i strani	Broj	20	15	11	9	18	73
	Očekivani broj	26,0	17,5	10,5	6,3	12,6	73,0
	%	27,4%	20,5%	15,1%	12,3%	24,7%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani i broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Rezultat:**

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=18,542$ ,  $df=8$ ,  $p=0,018$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i strukture gostiju. Analizom je utvrđeno da anketirani subjekti, koji pored domaćih, pružaju usluge i stranim turistima, ostvaruje veće prihode. Rezultat se može objasniti i konkretnim primerima uočenim tokom anketnog istraživanja da su strani turisti često i kupci poljoprivredno-prehrambenih proizvoda (zimmice, sira, kajmaka, rakije, vina, voća,..), kao i proizvoda starih zanata, ručnih radova i raznih suvenira.

**Zaključak:**

Potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-5) subjekti ruralnog turizma, koji, pored domaćih, imaju i strane goste (turiste) ostvaruju veće prihode u odnosu na subjekte koji pružaju turističke usluge samo domaćim turistima.

**TABELA 35 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I PROBLEMA LOŠE INFRASTRUKTURE**

Problem loše infrastrukture:	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: ( u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– ne postoji	Broj	10	6	2	3	11	32
	Očekivani broj	11,4	7,7	4,6	2,8	5,5	32,0
	%	31,2%	18,8%	6,2%	9,4%	34,4%	100,0%
– postoji	Broj	27	19	13	6	7	72
	Očekivani broj	25,6	17,3	10,4	6,2	12,5	72,0
	%	37,5%	26,4%	18,1%	8,3%	9,7%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

*Rezultat:*

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=10,729$ ,  $df=4$ ,  $p=0,030$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i problema sa lošom infrastrukturom. Analizom je utvrđeno da anketirani subjekti, koji su naveli problem loše infrastrukture u anketnom istraživanju, ostvaruju niže prihode u odnosu na ostale anketirane subjekte.

*Zaključak:*

Potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-6) da veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji se nalaze u područjima gde je razvijena ruralna infrastruktura.

**TABELA 36 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I STRUKTURE RADNE SNAGE**

Struktura radne snage:	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– članovi porodice	Broj	35	23	13	7	3	81
	Očekivani broj	28,8	19,5	11,7	7,0	14,0	81,0
	%	43,2%	28,4%	16,0%	8,6%	3,7%	100,0%
– radnici	Broj	0	1	1	1	8	11
	Očekivani broj	3,9	2,6	1,6	1,0	1,9	11,0
	%	0,0%	9,1%	9,1%	9,1%	72,7%	100,0%
– članovi porodice i radnici	Broj	2	1	1	1	7	12
	Očekivani broj	4,3	2,9	1,7	1,0	2,1	12,0
	%	16,7%	8,3%	8,3%	8,3%	58,3%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Rezultat:**

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=49,868$ ,  $df=8$ ,  $p=0,000$ ) je statistički značajna. Postoji visoka povezanost između visine ostvarenog prihoda i strukture radne snage. Analizom je potvrđeno očekivanje da anketirani subjekti, koji ostvaruju veće prihode zapošljavaju radnike, a subjekti koji ostvaruju niže prihode obezbeđuju posao samo za članove svoje porodice.

**Zaključak:**

Potvrđena pojedinačna hipoteza (h-1) da subjekti ruralnog turizma koji ostvaruju veće prihode, odnosno čija se delatnost nalazi na višem nivou razvoja, zapošljavaju pored članova svoje porodice i dodatne radnike.

**TABELA 37 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I OCENE POKRIVENOSTI TROŠKOVA POSLOVANJA CENAMA USLUGA**

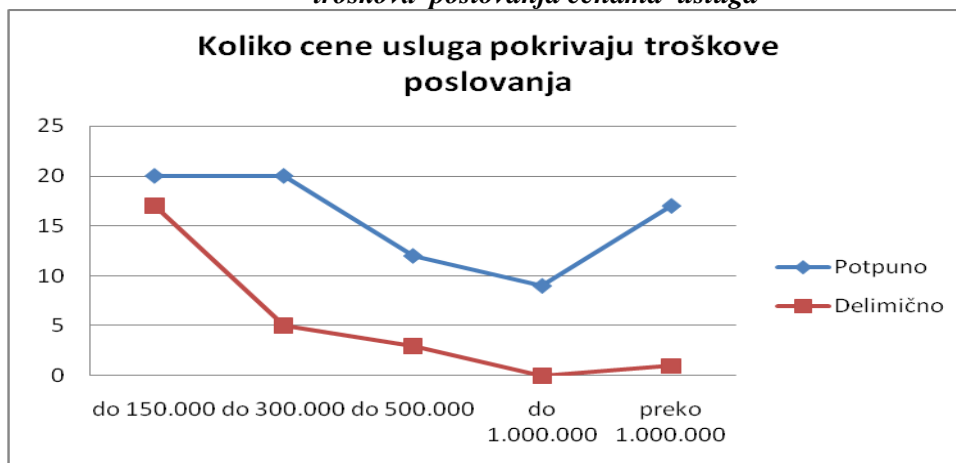
Cene usluga pokrivaju troškove poslovanja:	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– potpuno	Broj	20	20	12	9	17	78
	Očekivani broj	27,8	18,8	11,3	6,8	13,5	78,0
	%	25,6%	25,6%	15,4%	11,5%	21,8%	100,0%
– delimično	Broj	17	5	3	0	1	26
	Očekivani broj	9,3	6,3	3,8	2,3	4,5	26,0
	%	65,4%	19,2%	11,5%	0,0%	3,8%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat:

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=15,821$ ,  $df=4$ ,  $p=0,003$ ) je statistički značajna. Postoji visoka povezanost između visine ostvarenog prihoda i ocene anketiranih subjekata o pokrivenosti troškova poslovanja cenama usluga. Analizom je potvrđeno očekivanje da anketirani subjekti, koji ostvaruju veće prihode smatraju da su troškovi poslovanja pokriveni cenama usluga.

**Grafikon br. 37 - Ukrštanje ostvarenog prihoda i ocene pokrivenosti troškova poslovanja cenama usluga**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**TABELA 38 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I PROMOCIJE PREKO PRIJATELJA**

Reklamiranje preko prijatelja:	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– ne	Broj	3	3	1	0	0	7
	Očekivani broj	2,5	1,7	1,0	,6	1,2	7,0
	%	42,9%	42,9%	14,3%	0,0%	0,0%	100,0%
– da	Broj	34	22	14	9	18	97
	Očekivani broj	34,5	23,3	14,0	8,4	16,8	97,0
	%	35,1%	22,7%	14,4%	9,3%	18,6%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat: Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=3,166$ ,  $df=4$ ,  $p=0,530$ ) nije statistički značajna. Ne postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i promocije anketiranih subjekata preko prijatelja, odnosno ličnim kanalima.

**TABELA 39 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I PROMOCIJE PREKO LOKALNIH TURISTIČKIH ORGANIZACIJA**

Reklamiranje preko lokalnih turističkih organizacija	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– ne	Broj	17	6	4	3	2	32
	Očekivani broj	11,4	7,7	4,6	2,8	5,5	32,0
	%	53,1%	18,8%	12,5%	9,4%	6,2%	100,0%
– da	Broj	20	19	11	6	16	72
	Očekivani broj	25,6	17,3	10,4	6,2	12,5	72,0
	%	27,8%	26,4%	15,3%	8,3%	22,2%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat: Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=7,950$ ,  $df=4$ ,  $p=0,093$ ) nije statistički značajna. Ne postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i promocije anketiranih subjekata preko lokalnih turističkih organizacija.

**TABELA 40 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I PROMOCIJE PREKO SOPSTVENOG INTERNET SAJTA**

Reklami-ranje preko sopstvenog internet sajta:	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– ne	Broj	16	6	4	0	1	27
	Očekivani broj	9,6	6,5	3,9	2,3	4,7	27,0
	%	59,3%	22,2%	14,8%	0,0%	3,7%	100,0%
– da	Broj	21	19	11	9	17	77
	Očekivani broj	27,4	18,5	11,1	6,7	13,3	77,0
	%	27,3%	24,7%	14,3%	11,7%	22,1%	100,0%
Ukupno:	Broj	37	25	15	9	18	104
	Očekivani broj	37,0	25,0	15,0	9,0	18,0	104,0
	%	35,6%	24,0%	14,4%	8,7%	17,3%	100,0%

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

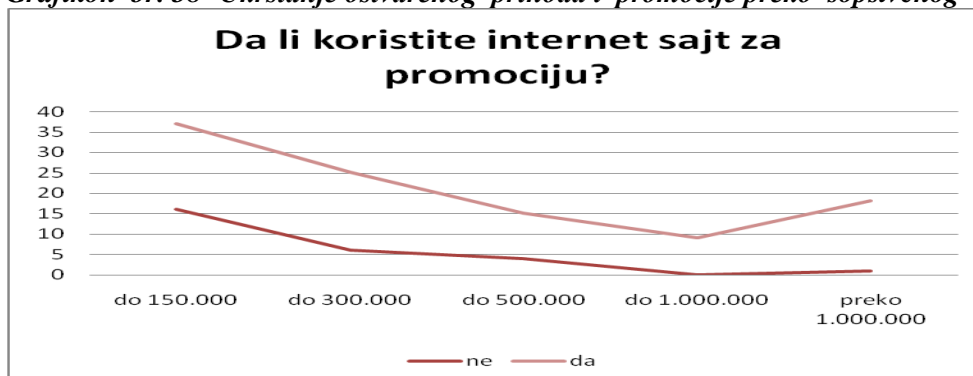
Rezultat:

Vrednost *Hi kvadrat testa* ( $\chi^2=12,858$ ,  $df=4$ ,  $p=0,012$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i promocije anketiranih subjekata preko sopstvenog internet sajta. Analizom je utvrđeno da samo ovaj vid promocije anketiranim subjektima omogućuje da ostvare veći prihode, a time i da im se poveća sposobnost samofinansiranja.

Zaključak:

Potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-7) da veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji imaju razvijenu promociju svog ruralnog turističkog proizvoda.

**Grafikon br. 38 -Ukrštanje ostvarenog prihoda i promocije preko sopstvenog internet sajta**



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**TABELA 41 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I DELATNOSTI**

Delatnosti:	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: ( u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– samo turizam	Broj	10	2	0	4	5	21
	Očekivani broj	7,5	5,0	3,0	1,8	3,6	21,0
	%	47,6%	9,5%	0,0%	19,0%	23,8%	100,0%
– turizam i poljoprivreda	Broj	23	22	14	5	12	76
	Očekivani broj	27,0	18,3	11,0	6,6	13,2	76,0
	%	30,3%	28,9%	18,4%	6,6%	15,8%	100,0%
– turizam i ostalo	Broj	4	1	1	0	1	7
	Očekivani broj	2,5	1,7	1,0	,6	1,2	7,0
	%	57,1%	14,3%	14,3%	0,0%	14,3%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Rezultat:**

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=13,381$ ,  $df=8$ ,  $p=0,099$ ) nije statistički značajna. Ne postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i delatnosti kojima se anketirani subjekti bave. Analizom nisu potvrđena očekivanja da će anketirani subjekti, koji se pored ruralnog turizma bave i poljoprivredom, ostvarivati veće godišnje prihode u odnosu na ostale subjekte.

**Zaključak:**

Nije potvrđena pojedinačna hipoteza (h-2) da subjekti ruralnog turizma, koji se bave i turizmom i poljoprivredom ostvaruju veće prihode u odnosu na ostale pružaoce usluga u ruralnom turizmu na području Republike Srbije.



**TABELA 42 UKRŠTANJE OSTVARENIH PRIHODA I AGENCIJSKIH TROŠKOVA**

Agencijski troškovi:	Rezultati:	Ostvareni godišnji prihod: (u RSD)					Ukupno:
		do 150.000	do 300.000	do 500.000	do 1.000.000	preko 1.000.000	
– nije izdvajano	Broj	33	14	12	7	4	70
	Očekivani broj	24,9	16,8	10,1	6,1	12,1	70,0
	%	47,1%	20,0%	17,1%	10,0%	5,7%	100,0%
– oko 1%	Broj	4	7	2	2	3	18
	Očekivani broj	6,4	4,3	2,6	1,6	3,1	18,0
	%	22,2%	38,9%	11,1%	11,1%	16,7%	100,0%
– do 5%	Broj	0	4	1	0	7	12
	Očekivani broj	4,3	2,9	1,7	1,0	2,1	12,0
	%	0,0%	33,3%	8,3%	0,0%	58,3%	100,0%
– preko 5%	Broj	0	0	0	0	4	4
	Očekivani broj	1,4	1,0	,6	,3	,7	4,0
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>37</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>37,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>9,0</b>	<b>18,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>35,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>14,4%</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

**Rezultat:**

Vrednost  $\chi^2$  kvadrat testa ( $\chi^2=48,697$ ,  $df=12$ ,  $p=0,000$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i izdvajanja za agencijske troškove.

**Zaključak:**

Potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-8) da veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji koriste kanale prodaje ruralnog turističkog proizvoda

**TABELA 43 UKRŠTANJE BROJA LEŽAJA I PRUŽANJA USLUGA PUNOG PANSIONA**

Broj ležaja:	Rezultati:	Usluga punog pansiona:		Ukupno:
		ne	da	
– do 5	Broj	15	20	35
	Očekivani broj	11,4	23,6	35,0
	%	42,9%	57,1%	100,0%
– do 15	Broj	17	29	46
	Očekivani broj	15,0	31,0	46,0
	%	37,0%	63,0%	100,0%
– do 30	Broj	2	12	14
	Očekivani broj	4,6	9,4	14,0
	%	14,3%	85,7%	100,0%
– preko 30	Broj	0	9	9
	Očekivani broj	2,9	6,1	9,0
	%	0,0%	100,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>34</b>	<b>70</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>34,0</b>	<b>70,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>32,7%</b>	<b>67,3%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

*Rezultat:*

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=8551$ ,  $df=3$ ,  $p=0,036$ ) je statistički značajna. Postoji povezanost između broja ležaja i pružanja usluga punog pansiona. Analizom je utvrđeno da anketirani subjekti koji raspolažu sa većim smeštajnim kapacitetima češće pružaju i usluge punog pansiona u odnosu na ostale anketirane subjekte.

**TABELA 44 UKRŠTANJE BROJA LEŽAJA I ZADOVOLJSTVA OSTVARENIM PRIHODOM**

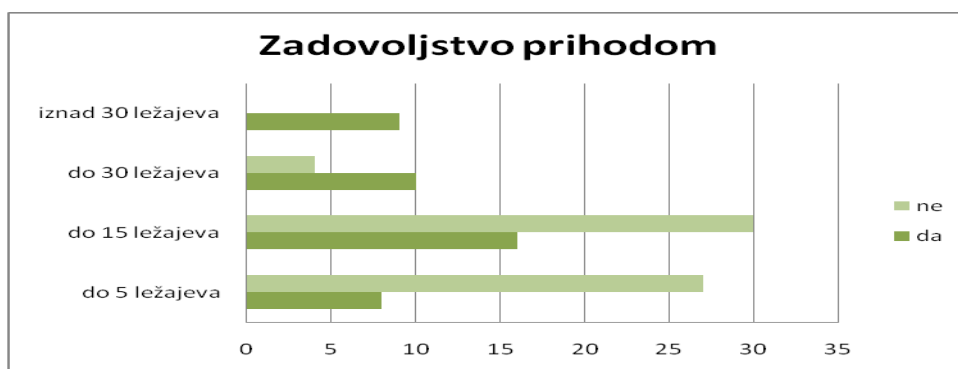
Broj ležaja:	Rezultati:	Zadovoljstvo prihodom:		Ukupno:
		da	ne	
– do 5	Broj	8	27	35
	Očekivani broj	14,5	20,5	35,0
	%	22,9%	77,1%	100,0%
– do 15	Broj	16	30	46
	Očekivani broj	19,0	27,0	46,0
	%	34,8%	65,2%	100,0%
– do 30	Broj	10	4	14
	Očekivani broj	5,8	8,2	14,0
	%	71,4%	28,6%	100,0%
– preko 30	Broj	9	0	9
	Očekivani broj	3,7	5,3	9,0
	%	100,0%	0,0%	100,0%
<b>Ukupno:</b>	<b>Broj</b>	<b>43</b>	<b>61</b>	<b>104</b>
	<b>Očekivani broj</b>	<b>43,0</b>	<b>61,0</b>	<b>104,0</b>
	<b>%</b>	<b>41,3%</b>	<b>58,7%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

Rezultat:

Vrednost Hi kvadrat testa ( $\chi^2=23,742$ ,  $df=3$ ,  $p=0,000$ ) je visoko statistički značajna. Postoji povezanost između broja ležaja i zadovoljstva ostvarenim godišnjim prihodom. Analizom je potvrđeno očekivanje da su anketirani subjekti koji raspolažu sa većim smeštajnim kapacitetima zadovoljniji ostvarenim prihodom u odnosu na ostale anketirane subjekte. Najzadovoljniji su anketirani subjekti koji raspolažu sa brojem ležaja preko 30 (100%), dok su najmanje zadovoljni oni koji imaju do 5 ležaja (samo 22,9%).

Grafikon br. 39 - Ukrštanje broja ležaja i zadovoljstva ostvarenim prihodom



Izvor: Statistička obrada anketnog istraživanja

### 6.3. Rezime rezultata istraživanja

Na osnovu rezultata statističke obrade anketnog istraživanja mogu se izvesti sledeći zaključci:

1) Dominantan modalitet finansiranja anketiranih subjekata - pružalaca usluga u ruralnom turizmu na području Republike Srbije, u dosadašnjem periodu, bilo je samofinansiranje. Ovaj modalitet finansiranja je kod 68,1% anketiranih subjekata samostalno učestvovao u strukturi izvora finansiranja, u kombinaciji sa drugim izvorima kod 27,9% subjekata, odnosno 96% anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu koristilo je samofinansiranje kao jedini ili dopunski izvor finansiranja u dosadašnjem periodu;

2) Modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno finansiranja ruralne turističke ponude, na području Republike Srbije u dosadašnjem periodu, pored samofinansiranja, bili su i:

- (a) subvencije Ministarstva poljoprivrede šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije;
- (b) subvencije Ministarstva privrede Republike Srbije;
- (c) beneficirani krediti Ministarstva privrede plasirani preko Fonda za razvoj Republike Srbije;
- (d) subvencije Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu; (e) subvencije Pokrajinskog sekretarijata za privredu;
- (f) subvencije organa lokalne samouprave;
- (g) krediti poslovnih banaka;
- (h) sredstva iz programa prekogranične saradnje;
- (i) donacije Fonda za dostizanje milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije;
- (j) donacija Globalnog fonda za zaštitu životne sredine (*GEF*);
- (k) donacija Švedske u saradnji sa *International Management Group (IMG)*;
- (l) donacija Američke agencije za međunarodni razvoj (*USAID*).

3) Rezultati anketnog istraživanja značajni za (ne)mogućnost samofinansiranja investicija pružalaca usluga u ruralnom turizmu na području Republike Srbije:

- (a) 39,4% anketiranih subjekata je u prethodnoj godini realizovao do 100 turističkih noćenja, što predstavlja nisku iskorišćenost smeštajnih kapaciteta, a time i nisku rentabilnost i akumulativnost;
- (b) 70,2% anketiranih subjekata ima u strukturi i domaće i strane turiste, a statističkom analizom je utvrđeno da anketirani subjekti sa ovom strukturom gostiju ostvaruju i veće prihode, a time imaju i veću mogućnost samofinansiranja;
- (c) 72,1% anketiranih subjekata se bavi i ruralnim turizmom i poljoprivredom, ali statističkom analizom je utvrđeno da oni ne ostvaruju veće prihode od subjekata koji se bave samo ruralnim turizmom, što upućuje na zaključak da se neadekvatno valorizuju poljoprivredni proizvodi kroz turističku delatnost, kao i da anketirani subjekti ne koriste mogućnost trgovine sopstvenim poljoprivrednim proizvodima (prodaja povrća, voća, sira, kajmaka, rakije, domaćih sokova, zimnice);
- (d) 67,3 % anketiranih subjekata pruža usluge punog pansiona, statističkom analizom je potvrđeno da subjekti koji pružaju i usluge ishrane, odnosno punog

pansiona, ostvaruju veće prihode, a time imaju i veće mogućnosti samofinansiranja;

(e) anketirani subjekti koji su se promovisali preko svog sopstvenog internet sajta ostvarivali su veće prihode, odnosno imaju veću sposobnost samofinansiranja;

(f) postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i dužine perioda bavljenja ruralnim turizmom, odnosno ostvareni prihod zavisi od stabilnosti tržišne pozicije, odnosno broja gostiju;

4) Rezultati anketnog istraživanja vezani za aktuelne investicije su:

(a) 56,7% anketiranih subjekata nema aktuelnih investicija;

(b) 37,5 % anketiranih subjekata finansira aktuelne investicije iz sopstvenih sredstava;

(c) 1,8% anketiranih subjekata finansira aktuelne investicije kombinacijom sopstvenih sredstava i kredita poslovnih banaka;

(d) 1% anketiranih subjekata finansira aktuelne investicije kombinacijom sopstvenih sredstava i nekog oblika državne podrške.

5) Nedostatak aktuelnih investicija je rezultat:

(a) nemogućnost da se investicije finansiraju iz sopstvenih izvora zbog nedovoljne iskorišćenosti smeštajnih kapaciteta, niske rentabilnosti, odnosno akumulativne sposobnosti ruralnog turizma;

(b) niske akumulativnosti poljoprivredne proizvodnje, kao komplementarne delatnosti, s obzirom na to da se 72,1% anketiranih subjekata izjasnilo da se paralelno bavi poljoprivredom i ruralnim turizmom;

(c) nedostatka kvalitetnih eksternih izvora finansiranja ruralnog turizma.

6) Zapaženo je da se većina (51,9%) anketiranih subjekata, iako nema aktuelnih, izjasnila da planira investicije u narednih pet godina, a u pogledu modaliteta finansiranja rezultati statističke obrade su sledeći:

(a) 60,7% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da investicije realizuje sopstvenim sredstvima;

(b) 22,6% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da konkuriše za neki oblik državne podrške (subvencija);

(c) 7,1% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da se kreditno zaduži kod poslovnih banaka, a 1,2% subjekata da konkuriše za kredit inostranog investicionog fonda;

(d) 2,4% od ukupnog broja anketiranih subjekata planira da konkuriše za sredstva iz programa prekogranične saradnje, a 6% anketiranih subjekata nije dalo konkretan odgovor.

7) Blizu polovine anketiranih subjekata (46,2%) nije učlanjeno u neko udruženje pružalaca usluga u ruralnom turizmu. Udruživanje subjekata ruralnog turizma neophodno je u cilju: (a) jačanja tržišne pozicije pružalaca usluga u ruralnom turizmu; (b) veće pregovaračke snage na relaciji sa prodavcima ruralnog turističkog proizvoda; (c) u cilju njihove bolje saradnje sa državnim organima; (d) uticaja na formiranje adekvatnog normativnog okvira za ovaj vid turizma; (e) konkurisanje za sredstva iz evropskih fondova.

## 7. MODALITETI FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI

U Republici Srbiji su u dosadašnjem i aktuelnom periodu korišćeni sledeći modaliteti finansiranja ruralnog turizma:

- (1) samofinansiranje;
- (2) finansiranje uz podršku države;
- (3) finansiranje uz korišćenje inostranih donacija;
- (4) finansiranje uz korišćenje kredita poslovnih banaka;
- (5) finansiranje uz korišćenje sredstava iz IPA programa prekogranične saradnje.

### 7.1. Samofinansiranje

Na osnovu sprovedenog anketnog istraživanja zaključilo se da je samofinansiranje dominantan modalitet finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji. Izvori samofinansiranja privrednih subjekata, odnosno preduzetnika ili fizičkih lica bili su, pretežno, akumulirani prihodi iz drugih privrednih delatnosti. Veoma mali broj subjekata ruralnog turizma u Republici Srbiji ostvaruje prihode od ove delatnosti, koji omogućavaju samofinansiranje.

#### 7.1.1. Primeri dobre prakse

*Seosko turističko domaćinstvo u Koštunićima (opština Gornji Milanovac)*- Seoska turistička domaćinstva na području opštine Gornji Milanovac predstavljaju primer primene samofinansiranja, kao osnovnog modaliteta finansiranja ruralnog turizma. Domaćinstvo Obradović u Koštunićima je registrovano poljoprivredno i kategorisano turističko gazdinstvo. Ovo domaćinstvo se ruralnim turizmom bavi već više od jedne decenije, a kao modalitet finansiranja isključivo koristi samofinansiranje. Prvobitni kapital, koji je bio potreban za razvijanje turističke delatnosti, obezbeđen je od akumulacije prihoda ostvarenih u poljoprivrednoj proizvodnji. Ovo seosko-turističko domaćinstvo svrstano je u II kategoriju, raspolaže sa ukupno osam ležaja, a poljoprivredno-prehrambene proizvode, za potrebe turističke delatnosti, domaćini sami proizvode. Posebnu pažnju turista privlače vajati koje je domaćica opremila sopstvenim rukotvorinama u skladu sa tradicionalnim etno obeležjima, kao i mnogobrojni cvetni mozaici u dvorištu.



Slike 1 i 2 - Izgled dvorišta i enterijer vajata u domaćinstvu Obradović u Koštunićima (Izvor: R. G.)

**Vila „Angelina“ u Kušićima (opština Ivanjica)** - Vila „Angelina“ je, u skladu sa aktuelnim Zakonom o turizmu, svrstana u objekat domaće radinosti, ima I kategoriju i raspolaže sa 14 soba, odnosno ukupno 30 ležaja. Svaka soba ima svoje kupatilo sa tuš kabinom. Vlasnik se ruralnim turizmom bavi od 2002. godine. Objekat ima centralno grejanje, zajedničku prostoriju sa TV prjemnikom i čajnom kuhinjom. Vila „Angelina“ se nalazi na velikom imanju koje ima četiri hektara pod šumom, a u okviru poseda je i sopstveni izvor čiste planinske vode. U objektu starom 200 godina danas se nalazi kafana „Mali odmor“, gde se turisti hrane, a vlasnik poljoprivredne proizvode kupuje od meštana. Objekat radi tokom cele godine, zapošljava članove porodice, a po potrebi i dodatne radnike. Gosti su i domaći i strani, pretežno iz Velike Britanije, Francuske i Nemačke. Ovo domaćinstvo je u 2012. godini ostvarilo preko 500 noćenja. Prihod od ruralnog turizma je zadovoljavajući. U dosadašnjem periodu, kao modalitet finansiranja, je isključivo korišćeno samofinansiranje, po osnovu akumuliranog prihoda od turističke delatnosti. Vlasnik ne planira investicije, smatra da su uslovi poslovanja u ruralnom turizmu osrednji, a da je uloga države, u pogledu podsticaja razvoju ruralnog turizma, delimično zadovoljavajuća. Neophodno je veće angažovanje lokalne samouprave u uređenju sela, u cilju njegove veće turističke privlačnosti. Od turističkih sadržaja gostima su na raspolaganju bilijar, stoni tenis, šetnja planinskim stazama, skijanje, sankanje, lov, ribolov, branje lekovitog bilja na Javoru, kao i obilazak kanjona Uvac.

**Seosko turističko domaćinstvo u Vlaski (opština Kragujevac)** - Prva seoska turistička domaćinstva registrovana su na teritoriji opštine Kragujevac 2010. godine, a zaključno sa novembrom 2014. godine bilo je ukupno 15 subjekata ruralnog turizma. Seosko turističko domaćinstvo Pavlović u selu Vlaska jedno je od retkih gde složno žive tri generacije i bave se poljoprivredom i ruralnim turizmom. Vlasnici su mladi, visoko obrazovani ljudi, koji su osnovali Udruženje domaćina za seoski turizam. Ruralni turizmom se bave samo nekoliko godina, kao modalitet finansiranja u dosadašnjem periodu isključivo su koristili samofinansiranje. Domaćinstvo je kategorisano i svrstano u II kategoriju. Raspolaže sa tri sobe (6 ležaja), koje imaju jedno zajedničko kupatilo. Iz sopstvene poljoprivredne proizvodnje obezbeđuju značajan deo prehrambenih proizvoda za ugostiteljsku delatnost. Turistička sezona traje od proleća do jeseni, a pored domaćih imaju i strane goste i to iz Rusije, Poljske, Izraela i Austrije. Kao načine promovisanja svog turističkog domaćinstva koristili su lične kontakte, web sajt i društvene mreže. Prema stavovima istaknutim u anketi, predstavnici ovog domaćinstva smatraju da su uslovi poslovanja u ruralnom turizmu destimulativni, a uloga države je delimično zadovoljavajuća. Od problema u okruženju ističu problem loše infrastrukture i snabdevanja vodom (vodovoda) Domaćini posebno ističu problem visine boravišne takse, koja je na teritoriji jedne opštine ista, bez obzira da li turisti borave u gradu ili na selu.

**„Stara kuća“ u Kruščici (opština Arilje)** - „Stara kuća“ je prema aktuelnom Zakonu o turizmu svrstana u objekat domaće radinosti, ima II kategoriju i raspolaže sa pet ležaja. Ovaj turistički objekat nalazi se u selu Kruščica, na istočnim obroncima Zlatibora i udaljeno je 22 km od Arilja. Objekat je sagrađen 1870. godine u tradicionalnom stilu ovog kraja, adaptiran je i osposobljen za zadovoljenje potreba savremenih turista, uz zadržana tradicionalna obeležja. „Stara kuća“ je član Udruženja za seoski turizam, Arilje. Vlasnik se bavi, već pet godina, samo turizmom, preciznije, pruža usluge prenoćišta i doručka u letnjem periodu. Poljoprivredne proizvode ovo domaćinstvo kupuje od poljoprivrednih proizvođača u okruženju. Gosti su u dosadašnjem periodu bili i domaći i strani. Domaćinstvo je kao modalitet finansiranja koristilo isključivo samofinansiranje. Vlasnik je pokušao da ostvari pravo na subvencije Ministarstva poljoprivrede, ali nije uspeo, jer je po njegovom mišljenju

veoma komplikovana i duga procedura. Predeo u kome se nalazi „Stara kuća“ poznat je kao lečilište za dečiji bronhitis, a idealan je i za odmor i rehabilitaciju. Od turističkih sadržaja gostima su na raspolaganju šetnje, planinarenje, kupanje u Velikom i Malom Rzavu. Prema mišljenju vlasnika ovog objekta, u cilju uspešnijeg bavljenja ruralnim turizmom u Republici Srbiji, neophodna su ulaganja u infrastrukturu. U tom cilju potrebna je značajna podrška države, a njena uloga u dosadašnjem periodu nije bila zadovoljavajuća.

**Seosko turističko domaćinstvo u Kovačici** - Seosko turističko domaćinstvo bavi se ruralnim turizmom pet godina, svrstano je u III kategoriju i raspolaže sa 6 ležaja. Pored turizmom bavi se i poljoprivredom, te turistima plasira svoje poljoprivredno-prehrambene proizvode. Domaćinstvo pruža usluge punog pansiona u prolećnoj i letnjoj sezoni, u 2011. godini ostvarilo je između 300 i 500 prenoćišta. Najčešći gosti su radnici slovačkih preduzeća koja su angažovana na ovom području. Prema tvrdnji vlasnika prodajne cene turističkih usluga delimično pokrivaju troškove poslovanja, a ostvareni prihod nije zadovoljavajući. Domaćinstvo je u dosadašnjem periodu koristilo kao modalitet finansiranja - samofinansiranje, što planira i za buduće investicije. U turizmu su angažovani svi članovi porodice, a reklamiraju se preko prijatelja, turističke organizacije i web sajta. Smatraju da su uslovi poslovanja u ruralnom turizmu podsticajni, ali da je uloga države delimično zadovoljavajuća. Veliki problem predstavlja tzv. siva ekonomija u ruralnom turizmu, odnosno neprijavlivanje turista i neplaćanje boravišne takse. Turistima su u Kovačici na raspolaganju brojni turistički sadržaji: Galerije naivne umetnosti, moderan Relax velnes centar, Radionica graditelja violine Jana Nemčeka, Zadužbina Mihajla Pupina u Idvoru. Kovačica je multietničko mesto gde žive Srbi, Slovaci, Mađari i Rumuni, a turistima su dostupni i verski objekti ovih naroda.

**„Cvetna kuća“ u Vrdniku (opština Irig)** - „Cvetna kuća“ je kategorisana kao domaća radinost, svrstana je u II kategoriju i raspolaže sa četiri ležaja. Vlasnici su kao modalitet finansiranja koristili isključivo samofinansiranje, što planiraju i za aktuelnu investiciju. Turistička sezona traje cele godine s obzirom na to da se objekat nalazi u mestu koje je poznato banjsko lečilište. U proteklo periodu gosti su 80% bili domaći, a 20% strani i to iz Nemačke, Poljske, Švedske i Slovenije. U turizmu su angažovani svi članovi porodice. Kao način promovisanja korišćeni su web sajt i „lični kanali“, a planiraju da u narednom periodu angažuju turističke agencije u cilju bolje posećenosti objekta.



Slike 3 i 4 - Spoljni i unutrašnji izgled „Cvetne kuća“ u Vrdniku

(Izvor: <http://www-cvetna-kucavrdnik.co,sajtu> pristupljeno: novembar 2014.)

Domaćini smatraju da su uslovi poslovanja u ruralnom turizmu podsticajni, ali da uloga države nije zadovoljavajuća. Konkretno, lokalna samouprava bi trebala da reši problem lošeg osvetljenja, kao i da izgradi pešačke staze u cilju veće bezbednosti turista. „Cvetna



kuća“ je osnivač Udruženja davalaca turističkih usluga, koje je formirano zbog nezadovoljstva subjekata koji se bave ruralnim turizmom u Vrdniku aktivnostima lokalne turističke organizacije u pogledu reklamiranja ove turističke destinacije.

## **7.2. Finansiranje ruralnog turizma uz podršku države**

Prema teorijskim izvorima ekonomski uticaj države je danas značajan i u tržišno-razvijenim privredama i realizuje se kroz četiri osnovne funkcije države: (1) poboljšanje ekonomske efikasnosti; (2) smanjenje ekonomske nejednakosti; (3) stabilizovanje ekonomije kroz makroekonomsku politiku; (4) sprovođenje međunarodne ekonomske politike. (Samjuelson, Nordhaus, 2005)

Koordinirajući uticaj države je posebno izražen i potreban u cilju razvoja turizma, imajući u vidu da on integriše više privrednih delatnosti, te se često koristi izraz „turistička industrija“. U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji neophodna je snažna strateška i finansijska podrška države. Potrebno je da država „kreira potreban ambijent i promoviše određeni koncept razvoja.“ (Pejanović, Njegovan, 2011) Finansijska podrška države je neophodna imajući u vidu da je nedostatak finansijskih sredstava, pored depopulacije, osnovno razvojno ograničenje ruralnih područja. Podrška treba da se realizuje na osnovu odgovarajućih razvojnih dokumenata, ali i da se sistemski prate njihovi efekti.

Finansijska podrška države razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji u dosadašnjem periodu realizovala se posredstvom:

- (1) bespovratnih sredstava – subvencija Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede;
- (2) bespovratnih sredstava – subvencija Ministarstva privrede (u proteklom periodu Ministarstva finansija i privrede);
- (3) kreditnih sredstava Ministarstva privrede i Fonda za razvoj Republike Srbije;
- (4) bespovratnih sredstava – subvencija Sekretarijata za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu AP Vojvodine;
- (5) bespovratnih sredstava – subvencija Sekretarijata za privredu AP Vojvodine.

### **7.2.2. Subvencije Ministarstva poljoprivrede Republike Srbije**

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije uvelo je od 2004. godine u strukturu agrarnog budžeta i podršku ruralnom razvoju. Ova podrška ustanovljena je u cilju da se podstakne diverzifikacija ruralne ekonomije, da se omogući bolja tržišna valorizacija poljoprivrednih proizvoda njihovim plasmanom kroz turizam, te da se realizuje bolje korišćenje raspoloživih resursa u ruralnim predelima i obezbede alternativni vidovi zaposlenja ruralnom stanovništvu. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede je u tom cilju podržalo različite investicije i projekte usmerene na ruralni razvoj. Većina sredstava je izdvojena za razvoj infrastrukture i to za rekonstrukciju i proširenje lokalnih puteva, elektrifikaciju, izgradnju vodovoda i kanalizacione mreže u ruralnim predelima. Za navedene namene ukupno je u 2004. i 2005. godini izdvojeno iz agrarnog budžeta oko četiri miliona evra. Za diverzifikaciju ruralne ekonomije kroz razvoj agro-eko-turizma, tradicionalnih zanata i preradu poljoprivrednih proizvoda iz agrarnog budžeta je, u navedenim godinama, izdvojeno oko 1,6 miliona evra. (Đorđević-Milošević, Milovanović, 2012)

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede je putem direktne budžetske podrške nastojalo da omogući razvoj ruralnog turizma pružanjem podrške malim porodičnim poljoprivrednim gazdinstvima koja su iskazala nameru da se bave ovim vidom turizma. Na ovaj način se nastojalo i da se stimuliše stanovništvo da ostane na selu, odnosno da se spreči depopulacija ruralnih područja. Cilj navedene budžetske podrške bio je i da doprinese poboljšanje kvaliteta života na selu, smanjenju regionalnih razlika u razvijenosti, kao i da doprinese ukupnom privredno-ekonomskom razvoju zemlje.

**TABELA 45 SUBVENCIJE MINISTARSTVA POLJOPRIVREDE, ŠUMARSTVA I VODOPRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA**

<b>GODINA</b>	<b>SREDSTVA AGRARNOG BUDŽETA NAMENJENA RAZVOJU RURALNOG TURIZMA</b>	<b>REALIZOVANA BUDŽETSKA SREDSTVA U CILJU RAZVOJA RURALNOG TURIZMA</b>	<b>AGRARNI BUDŽET</b>	<b>UČEŠĆE REALIZ. SRED. U AGRAR. BUDŽ. (%)</b>
2006.	-	27.827.116 RSD	23.593.481.000 RSD	0,11
		352.242 €	298.651.658 €	
2007.	40.000.000 RSD	27.028.686 RSD	21.410.029.000 RSD	0,12
	504.820 €	341.115 €	270.205.146 €	
2008.	40.000.000 RSD	36.724.413 RSD	27.634.337.342 RSD	0,13
	451.462 €	414.492 €	311.896.450 €	
2009.	59.000.000 RSD	58.685.782 RSD	15.964.071.000 RSD	0,36
	615.296 €	612.019 €	166.485.252 €	
2010.	80.000.000 RSD	podaci nisu dostupni	20.572.438.000 RSD	-
	758.307 €	-	195.002.740 €	
<b>Ukupno:</b>	<b>219.000.000 RSD</b>	<b>150.265.997 RSD</b>	<b>109.174.356.342 RSD</b>	<b>0,13 (bez 2010)</b>
	<b>2.329.885 €</b>	<b>1.719.868 €</b>	<b>1.242.241.246 €</b>	

Izvor: (Pejanović, Radović, 2013a)

Napomena: Iznosi izraženi u evrima računati su na bazi srednjeg kursa NBS poslednjeg radnog dana posmatrane godine

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije merama ruralnog razvoja podržava i podstiče razvoj ruralnog turizma. Podsticajnim sredstvima se podržavaju investicije za: (a) izgradnju i adaptaciju objekata po ugledu na autentične seoske kuće; (b) restauraciju autentičnih objekata na selu: vodenica, valjarica, vinskih podruma; (c) nabavku opreme za proširenje sadržaja u ponudi ruralnog turizma; (d) promociju ruralnog turizma; (e) podršku manifestacijama koje neguju udruženja žena, kao i aktivnostima koje su

usmerene na zapošljavanje žena u seoskim područjima; (f) nabavku repromaterijala, sirovina i neophodne opreme u cilju održavanja starih, tradicionalnih zanata. [155]

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede je u periodu od 2006. do 2010. godine ukupno obezbedilo bespovratnih – podsticajnih sredstava u iznosu od 219 miliona dinara ili 2,3 miliona evra, a zaključno sa 2009. godinom realizovano je 150,3 miliona dinara ili 1,7 miliona evra podsticajnih sredstava. Pravo na korišćenje podsticajnih sredstava imala su: fizička lica – nosioci registrovanih poljoprivrednih gazdinstava, preduzetnici, zemljoradničke zadruge, crkve i manastiri, udruženja građana i stručne poljoprivredne službe. Prosečno učešće realizovanih sredstava subvencija za razvoj ruralnog turizma u agrarnom budžetu Republike Srbije u periodu 2006.-2009. godina bilo je svega 0,13%. (tabela 45)

**TABELA 46 VRSTE PODSTICAJA ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA I MAKSIMALNI IZNOSI PO KORISNIKU**

Vrste programa i podsticaja	Specifikacija prihvatljivih investicija
Program za podršku investicijama za izgradnju, dogradnju i adaptaciju objekata i nabavku opreme, a u cilju pružanja ugostiteljskih usluga u domaćoj radinosti ili seoskom turističkom domaćinstvu.	
1) Podsticaji za izgradnju objekata po ugledu na autentične seoske kuće, odnosno salaše ili vajate, uz očuvanje narodnog graditeljstva i tradicionalne arhitekture.	– Maksimalni iznos ovih podsticaja je 1.000.000 dinara po korisniku.
2) Podsticaji za izgradnju, dogradnju i adaptaciju kupatila i uvođenje sistema centralnog grejanja i slično, odnosno privođenje nameni objekata po ugledu na autentične seoske kuće, odnosno salaše i vajate, uz očuvanje narodnog graditeljstva i tradicionalne arhitekture, a u cilju pružanja ugostiteljskih usluga u poslovima domaće radinosti ili seoskom turističkom domaćinstvu.	– Maksimalni iznos ovih podsticaja je 800.000 dinara po korisniku.
3) Podsticaji za restauraciju autentičnih objekata na selu – vodenica, valjarica, kao i vinskih podruma, a koji su u funkciji ruralnog turizma.	– Maksimalni iznos ovih podsticaja je 600.000 dinara po korisniku.
4) Podsticaji za poboljšanje pratećih sadržaja u oblasti rekreacije, parternog uređenja dvorišta i nabavke dvorišnog mobilijara u cilju unapređenja ponude i pružanja ugostiteljskih usluga u poslovima domaće radinosti ili u seoskom turističkom domaćinstvu.	– Maksimalni iznos ovih podsticaja je 600.000 dinara po korisniku.
5) Podsticaji za opremanje prostorija za pružanje usluga ishrane, a koje su u funkciji ruralnog turizma.	– Maksimalni iznos ovih podsticaja je 200.000 dinara po korisniku.
Podsticaji za investicije u nabavku opreme u cilju bavljenja starim i umetničkim zanatima koji su certifikovani u skladu sa posebnim propisima, a maksimalni iznos ovih podsticaja je 300.000 dinara po korisniku.	

Izvor: .[147]

Na osnovu komparativne analize prezentovanih podataka u tabeli 45, može se zaključiti da je učešće realizovanih sredstava subvencija u agrarnom budžetu u prve tri godine posmatranog perioda bilo skoro na istom nivou, a u 2009. godini je došlo do rasta ovog

učešća. Bitno je istaći, da razlog nije rast realizovanih sredstava subvencija, već značajan pad agrarnog budžeta, koji je u 2009. godini smanjen u odnosu na prethodnu godinu za 42%. Ministarstvo poljoprivrede nije odobravalo u periodu od 2011. do 2013. godini subvencije za razvoj ruralnog turizma. Ova vrsta budžetske podrške realizovana je u 2014. godini, a podaci su još u postupku obrade.

Vlada Republike Srbije usvojila je u 2013. godini Pravilnik o podsticajima za unapređenje ekonomskih aktivnosti na selu kroz podršku nepoljoprivrednim aktivnostima. [147] U okviru Pravilnika definisane su vrste podsticaja, uslovi i način ostvarivanja prava na njih, kao i maksimalni iznosi po korisniku i vrsti podsticaja (tabela 46). Podsticaji se, prvenstveno, odnose na razvoj ruralnog turizma i zanatstva (na osnovu tradicije starijih zanata).

Pravilnikom je precizirano da, u cilju ostvarivanja prava na navedene podsticaje, fizička lica – nosioci komercijalnog porodičnog poljoprivrednog gazdinstva, preduzetnici i pravna lica treba da, pored uslova propisanih zakonom kojim se uređuju podsticaji u poljoprivredi i ruralnom razvoju, zadovoljavaju i sledeće uslove: (a) da su realizovali investicije po osnovu propisa kojima se uređuju mere za podršku ruralnom razvoju za prethodnu godinu; (b) da su prema ministarstvu nadležnom za poslove poljoprivrede izmirili dospele preuzete obaveze po osnovu poljoprivrednih kredita, kao i da po nekom drugom osnovu ne koriste podsticaje za predmetnu investiciju. Pravilnikom je definisano da će pravo na podsticaje korisnici ostvarivati po osnovu konkursa koji raspisuje Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede – Uprava za agrarna plaćanja.

Podrška razvoju ruralnog turizma realizuju se i iz budžeta lokalnih samouprava u skladu sa Zakonom o lokalnoj samoupravi. [134]

### 7.2.2.1. Primeri dobre prakse

***Seosko turističko domaćinstvo u Belom Polju (opština Gornji Milanovac)*** - Domaćinstvo porodice Janković bavi se ruralnim turizmom više od pet godina. Domaćinstvo je turističku delatnost nadogradilo na poljoprivrednu, a danas proizvodi skoro sve poljoprivredne proizvode koje, u okviru ugostiteljske ponude, plasira gostima. Ovo poljoprivredno-turističko domaćinstvo kategorisano je i ima II kategoriju, raspolaže sa šest soba, odnosno 13 ležaja. U izgradnji smeštajnih kapaciteta domaćini su uložili pretežno sopstvena sredstva, ali su i dobili 2008. godine 400.000 dinara (5.000 evra) bespovratnih – podsticajnih sredstava za razvoj ruralnog turizma od republičkog Ministarstva poljoprivrede.



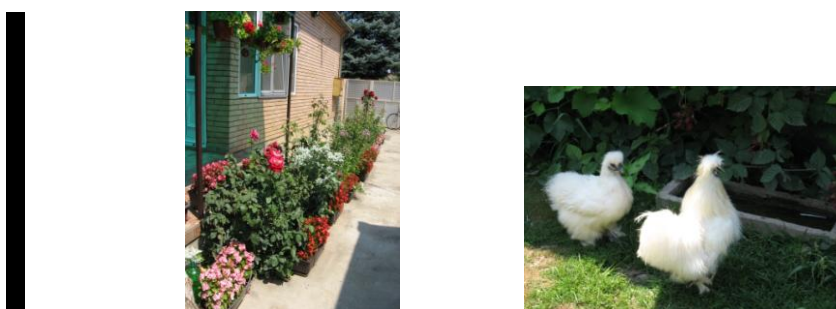
Slike 5 i 6 - Domaćinstvo porodice Janković u Belom Polju (Izvor:Radović G.)

***Vila „Plavi horizonti“ u Zaovini (opština Bajina Bašta)*** - Vila „Plavi horizonti“ se nalazi na nadmorskoj visini od 1.112 metara u selu Zaovine kod Bajine Bašte. Smeštena je

između Zaovljanskog jezera i najviših vrhova Tare. Vlasnik se već pet godina, pored poljoprivredom, bavi i ruralnim turizmom. Vila raspolaže sa dva apartmana, kategorisana je i ima I kategoriju. Vlasnik ističe da je imao pozitivno iskustvo sa subvencijama Ministarstva poljoprivrede, koje je koristio u iznosu od 2.000 evra i koje su uz samofinansiranje bili osnovni izvori finansiranja za osposobljavanje domaćinstva za bavljenje turističkom delatnošću. Turistička sezona traje cele godine, a gosti su i domaći i strani, i to uglavnom iz Francuske i Nemačke. Za dolazak stranih gostiju ključno je predstavljanje domaćinstva na web sajtu. Vlasnik nije zadovoljan ostvarenim prihodom, smatra da je u cilju razvoja ruralnog turizma neophodno da se reše problemi loše infrastrukture i snabdevanja vodom i strujom, a za rešavanje ovih problema ključna je uloga države. Prema mišljenju ovog anketiranog subjekta u dosadašnjem periodu uloga države, u pogledu podsticaja razvoju ruralnog turizma, bila je samo delimično zadovoljavajuća, a uslovi za bavljenje ovom delatnošću su bili osrednji.

**Seosko turističko domaćinstvo u Podnemiću (opština Ljubovija)**- Domaćinstvo se bavi poljoprivredom, a od 2010. godine i ruralnim turizmom. Domaćinstvo raspolaže sa samo jednom sobom, odnosno sa ukupno dva ležaja i kupatilom, svrstano je u I kategoriju, a turistima, u okviru ugostiteljskih sadržaja, nudi poljoprivredno-prehrambene proizvode iz sopstvene proizvodnje. Turistička sezona traje od aprila do oktobra, a u 2012. godini realizovano je oko 300 turističkih noćenja. Gosti su domaći i strani i to iz Mađarske, Francuske i Rusije. Vlasnik nije zadovoljan ostvarenim prihodom od ruralnog turizma. Prema njegovom mišljenju uslovi za bavljenje ruralnim turizmom u Republici Srbiji su podsticajni, a uloga države je zadovoljavajuća. Ovo domaćinstvo je kao modalitete finansiranja koristilo subvencije Ministarstva poljoprivrede, a planira da za njih konkuriše i u cilju realizacije investicije - proširenja smeštajnih kapaciteta. Domaćinstvo ne zapošljava dodatne radnike, već angažuje samo članove porodice. U reklamne svrhe koristilo je lične preporuke, podršku turističke organizacije i web sajt. U dosadašnjem periodu nije realizovalo saradnju sa turističkim agencijama, niti je izdvajalo sredstva za troškove marketinga.

**Seosko turističko domaćinstvo u Skorenovcu (opština Kovin)** - Seosko turističko domaćinstvo Koršoš nalazi se u Skorenovcu u opštini Kovin. Domaćinstvo se pored poljoprivredom od 2002. godine bavi i ruralnim turizmom. Svrstano je u II kategoriju, ukupno ima 11 ležaja i tri kupatila, a pruža usluge prenoćišta sa doručkom.



Slike 7 i 8 - Cvetni aranžmani i ukrasna živina u dvorištu porodice Koršoš u Skorenovcu

(Izvor: Radović G.)

Vlasnici samostalno proizvode poljoprivredno-prehrambene proizvode za potrebe ruralnog turizma. Domaćinstvo je u 2012. godini ostvarilo više od 500 noćenja, gosti su, uglavnom iz Mađarske, ali i Rumunije i Bugarske. Dobri rezultati u ruralnom turizmu su rezultat članstva u Udruženju domaćina u Eko-ruralnom turizmu - Skorenovac. Domaćinstvo Koršoš je

koristilo subvencije Ministarstva poljoprivrede od 3.000 evra i planira da i za investiciju (uvođenje centralnog grejanja) konkuriše za državne subvencije.

### 7.2.3. Subvencije i dotacije Ministarstva privrede Republike Srbije

Ministarstvo privrede<sup>1</sup> odobrava od 2007. godine subvencije i dotacije za finansiranje projekata za razvoj turizma, a okviru njih i za razvoj ruralnog turizma. Iznos sredstava za ove namene se godišnje planirao u Zakonu o budžetu Republike Srbije, a sredstva su se dodeljivala na osnovu Programa rasporeda i korišćenja subvencija i dotacija, koji je svake godine usvajala Vlada Republike Srbije.

**TABELA 47 SUBVENCIJE MINISTARSTVA PRIVREDE REPUBLIKE SRBIJE ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA**

GODINA	UKUPNE SUBVENCIJE ZA TURIZAM	SUBVENCIJE ZA RURALNI TURIZAM	UČEŠĆE SUBVENCIJA ZA RURALNI TURIZAM U UKUPNIM SUBVENCIJAMA ZA TURIZAM (%)
2007.	460.608.705,30 RSD	330.970.164,70 RSD	71,85
	5.813.109,47 €	4.177.007,03 €	
2008.	1.189.440.245,74 RSD	989.610.098,25 RSD	83,19
	13.424.681,95 €	11.169.288,13 €	
2009.	708.165.868,00 RSD	431.123.711,00 RSD	60,87
	7.385.282,41 €	4.496.079,94 €	
2010.	458.815.194,18 RSD	391.327.728,18 RSD	85,29
	4.349.033,39 €	3.709.330,86 €	
2011.	787.340.608,76 RSD	684.515.608,76 RSD	86,94
	7.524.214,80 €	6.541.568,44 €	
2012.	525.953.800,00 RSD	377.549.800,00 RSD	71,78
	4.625.058,59 €	3.320.044,35 €	
2013.	427.742.955 RSD	81.000.000 RSD	18,94
	3.731.119,00 €	706.547,33 €	
<b>Ukupno:</b>	<b>4.558.067.376,98 RSD</b>	<b>3.286.097.110,89 RSD</b>	<b>72,82</b>
	<b>46.852.499,61 €</b>	<b>34.119.866,08 €</b>	

Izvor: (Pejanović, Radović, 2013a)

Napomena: Iznosi izraženi u evrima računati su na bazi srednjeg kursa NBS poslednjeg radnog dana posmatrane godine

Ministarstvo privrede je sufinansiralo projekte promocije, unapređenja kvaliteta ponude, edukacije u ruralnom turizmu, kao i infrastrukturne projekte u opštinama koje su

<sup>1</sup> U skladu sa Zakonom o izmenama i dopunama Zakona o ministarstvima, Službeni glasnik Republike Srbije br.76/2013, Ministarstvo finansija i privrede je podeljeno na dva ministarstva, Ministarstvo finansija i Ministarstvo privrede u okviru koga se nalazi i Sektor za turizam.

prema Zakonu o regionalnom razvoju razvrstane u drugu, treću i četvrtu grupu, kao i u devastirana područja.

U dosadašnjem periodu subvencije i dotacije za razvoj ruralnog turizma su se dodeljivali po osnovu konkursa. Prema konkursnim uslovima za finansiranje projekata promocije i unapređenja kvaliteta ponude i edukacije u turizmu učešće sredstava Ministarstva privrede moglo je da iznosi najviše 50% od ukupne vrednosti projekta, a korisnici ovih sredstava mogli su najviše tri puta da ostvare pravo na podsticaje. Sufinansiranje projekata u prvoj godini realizacije moglo je da bude najviše 50%, u drugoj godini 30%, i u trećoj godini najviše 10% od ukupne vrednosti projekta. Subvencije i dotacije mogle su da se koriste i za izgradnji i unapređenju komunalne infrastrukture, kao i uređenju građevinskog zemljišta, a za ove namene subvencije su se odobravale u iznosu koji je pokrivaio celokupnu vrednost projekta. Podsticajna sredstva Ministarstva privrede su bila namenjena i za sufinansiranje projekata koji se finansiraju iz fondova Evropske unije i drugih inostranih donatora. [156]

U tabeli 47 prikazane su subvencije i dotacije koje je dodeljivalo Ministarstvo privrede u cilju razvoja ruralnog turizma u periodu od 2007. do 2013. godine. U prikazanim podacima su obuhvaćena i ulaganja pet specijalizovanih agencija Ujedinjenih nacija u opštine u kojima je realizovan projekat „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“.[156] Na osnovu prikazanih podataka može se zaključiti da je u posmatranom periodu (2007.-2013.) bilo visoko učešće (72,82%) subvencija i dotacija za razvoj ruralnog turizma u ukupnim podsticajnim sredstvima za razvoj turizma u Republici Srbiji. Navedeni podatak je značajan i svedoči o prepoznavanju ruralnog turizma kao ključnog faktora razvoja turističke ponude Republike Srbije. Primetno je značajno smanjenje prosečnog učešća subvencija i dotacija za ruralni turizam u 2013. godini, koje su u odnosu na prethodnu godinu smanjene za 73,61%. Smanjenje je rezultat završetka projekta „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“, kao i manjeg izdvajanja sredstava iz državnog budžeta za razvoj ruralnog turizma. Potrebno je istaći da je u periodu od 2007. do 2012. godine „u okviru subvencija i dotacija za ruralni turizam čak 90,11% (2.888.260.762,39 dinara) plasirano u infrastrukturne projekte, a 9,89% (316.836.348,50 dinara) u projekte promocije i edukacije.“ [156]

### 7.2.3.1. Primer dobre prakse

**Manifestacija „Dani mađarske kuhinje“ u Skorenovcu (opština Kovin)** - Uspešan razvoj ruralnog turizma zavisi od razvijenosti turističkih sadržaja, adekvatno odabrane ciljne grupe turista, ozbiljnog marketinškog nastupa i vrednog udruženog rada. Ovakav pristup, prema rečima Erne Danija, predsednika Udruženja domaćina u Eko-ruralnom turizmu, daje odlične rezultate u banatskom selu Skorenovac. Skorenovac se nalazi u opštini Kovin i u ovom selu se godišnje ostvari (prema nezvaničnim podacima) najveći broj noćenja u ruralnom turizmu na području Republike Srbije. Realizovani broj noćenja u 2012. godini bio je oko 8.000, a u 2013. godini oko 10.000. Ruralni turizam se ovde razvija već 10 godina, u selu ima 16 kategorisanih seoskih turističkih domaćinstava, koja ukupno raspolazu sa 120 ležaja. U ovom selu se nalazi i hostel koji ima 30 ležaja. Odlični rezultati u ruralnom turizmu su rezultat rada Udruženju domaćina u Eko-ruralnom turizmu - Skorenovac, čiji su članovi svi pružaoci turističkih usluga u selu. U prethodnom periodu, uz podršku subvencija Ministarstva privrede, sa 50% isfinansirana je kupovina bine za održavanje raznih takmičenja, kao i tradicionalne manifestacije „Dani mađarske kuhinje“, koja svake godine u jesen privuče nekoliko hiljada turista.

### 7.2.4. Krediti Ministarstva privrede i Fonda za razvoj Republike Srbije

Ministarstvo privrede odobravalo je u periodu od 2008. do 2012. godine, posredstvom Fonda za razvoj Republike Srbije, kreditna sredstva za razvoj ruralnog turizma. Krediti su se plasirali po osnovu konkursa za dodelu kreditnih sredstava za podsticanje kvaliteta turističke ponude.

**TABELA 48 KREDITI MINISTARSTVA PRIVREDE I FONDA ZA RAZVOJ REPUBLIKE SRBIJE ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA**

GODINA	KREDITI PLASIRANI U RAZVOJ RURALNOG TURIZMA (RSD / €)	KREDITI FONDA ZA RAZVOJ REPUBLIKE SRBIJE PLASIRANI ZA RAZVOJ TURIZMA I UGOSTITELJSTVA (RSD / €)	UČEŠĆE KREDITA PLASIRANIH U RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U UKUPNIM KREDITIMA ZA RAZVOJ TURIZMA (%)
2008.	55.500.000 RSD	861.900.000 RSD	6,43
	626.403 €	9.727.881 €	
2009.	57.600.000 RSD	1.170.150.000 RSD	4,92
	600.696 €	12.203.198 €	
2010.	25.550.000 RSD	775.633.000 RSD	3,29
	242.184 €	7.352.097 €	
2011.	4.800.000 RSD	667.547.502 RSD	0,71
	45.871 €	6.379.413 €	
2012.	6.814.672 RSD	624.202.852 RSD	1,09
	59.926 €	5.489.027 €	
<b>Ukupno:</b>	<b>150.264.672 RSD</b>	<b>4.099.433.354 RSD</b>	<b>3,66</b>
	<b>1.575.080 €</b>	<b>42.151.616 €</b>	

Izvor: (Pejanović, Radović, 2013a)

Napomena: Iznosi izraženi u evrima računati su na bazi srednjeg kursa NBS poslednjeg radnog dana posmatrane godine

Pravo na korišćenje kreditnih sredstava imala su: registrovana poljoprivredna gazdinstva, mala i srednja privredna društva kojima je ugostiteljska delatnost registrovana kao pretežna i preduzetnici koji su registrovani za obavljanje ugostiteljske delatnosti. Minimalni iznos odobrenih kreditnih sredstava za poljoprivredna gazdinstva i preduzetnike bio je 500 hiljada dinara, a za mala i srednja privredna društva dva miliona dinara. Učešće kreditnih sredstava u projektu nije moglo da bude veće od 50% ukupne vrednosti projekta. Krediti su se odobavali uz kamatnu stopu od 1% na godišnjem nivou, valutnu klauzulu, na rok otplate do 72 meseca, po isteku odloženog roka koji je trajao 12 meseci i računao se od dana povlačenja sredstava. Otplata kredita je bila u kvartalnim anuitetima uz uobičajene instrumente obezbeđenje kredita. [156] Ministarstvo privrede je u periodu od 2008. do 2012. godine



ukupno odobrilo 150,265 miliona dinara kreditnih sredstava za razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji ili 1,575 miliona evra. (tabela 48)

Na osnovu analize prikazanih podataka u tabeli 48 može se zaključiti da je iznos sredstava plasiranih u kredite za razvoj ruralnog turizma zabeležio smanjenje od 88% u 2012. godini u odnosu na početnu, 2008. godinu. U posmatranom periodu prosečno učešće posmatranih kredita u ukupnim dugoročnim kreditima Fonda za razvoj Republike Srbije, koji su odobravani za razvoj turizma i ugostiteljstva, bilo je svega 3,66%. Krediti nisu plasirani u 2013. i 2014. godini. Prema mišljenju anketiranih subjekata krediti su bili povoljni, a jedina negativna karakteristika bila je valutna klauzula.

#### 7.2.4.1. Primer dobre prakse

*Etno selo “Karadorđev vajat” Orašac (opština Arandelovac)* - Etno selo “Karadorđev vajat” izgrađeno je pre osam godina. Vlasnici se bave ruralnim turizmom i poljoprivredom, te u okviru ugostiteljskih sadržaja turistima nude namirnice iz sopstvene poljoprivredne proizvodnje (povrtarstvo i stočarstvo). Etno selo je kategorisano, ima II kategoriju, raspolaže sa 10 ležaja u tri vajata, a svaki je opremljen kupatilom. U okviru etno sela nalazi se restoran “Etno krčma” koja raspolaže sa 60 mesta. Ukupno je u 2012. godini ostvareno oko 500 noćenja, a gosti su bili sa područja Republike Srbije, ali i iz inostranstva i to iz Holandije, Rusije, Velike Britanije, Švajcarske i Finske. Turistima su na raspolaganju i brojni turistički sadržaji: biciklizam, sankanje, šetnja planinskom stazom do Topole (12 km), ribolov na Markovačkom jezeru (9km), branje povrća, pečenje rakije, pravljenje zimnice, usluge fitnes centra, koji se nalazi u blizini, kao i bazen. U ovom kraju se tokom cele godine organizuju brojne manifestacije: Sretenje, Smotra umetnosti „Mermerni zvuci”, Oplenačka berba grožđa i sl. Za izgradnju etno sela, kao modaliteti finansiranja, korišćeni su: samofinansiranje i krediti Fonda za razvoj Republike Srbije.

#### 7.2.5. Subvencije Sekretarijata za poljoprivredu APV

Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu od 2006. godine finansijski podržava, u okviru mera ruralnog razvoja, i razvoj ruralnog turizma.

Sekretarijat je u proteklom periodu subvencionisao obnovu tradicionalnih seoskih domaćinstava, obnovu salaša, izgradnju, dogradnju i adaptaciju objekata koji služe u svrhe turizma i nabavku opreme za bavljenje ruralnim turizmom. Cilj subvencionisanja je diverzifikacija aktivnosti na poljoprivrednim gazdinstvima ili u njihovom okruženju radi obezbeđivanja alterantivnih prihoda seoskom stanovništvu. Subvencije nisu realizovane samo u 2009. godini, jer za tu godinu nije bio usvojen godišnji Program ruralnog razvoja.[165]

Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu je u periodu od 2006. do 2013. godine, prema prezentovanim podacima prikazanim u tabeli 49, odobrio podsticajna sredstva za razvoj ruralnog turizma u ukupnom iznosu od 347,632 miliona dinara ili 3,56 miliona evra. Učešće subvencija za razvoj ruralnog turizma u budžetu Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu bilo je: (a) u 2006. godini, 5,07%; (b) u 2013. godini 0,4%; (c) prosečno učešće u periodu (2006.-2013.) bilo je 2,66 %.

**TABELA 49 SUBVENCije SEKRETARIJATA ZA POLJOPRIVREDU APV  
ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA**

GODINA	ODOBRENA PODSTICAJNA SREDSTVA ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA	UKUPAN REALIZOVANI BUDŽET SEKRETARIJATA ZA POLJOPRIVREDU	UDEO PODSTICAJNIH SRED.ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U UKUPNOM BUDŽETU SEKRETARIJATA ZA POLJOPRIVREDU (%)
2006.	50.040.827 RSD	986.039.625 RSD	5,07
	633.428 €	12.481.514 €	
2007.	35.000.000 RSD	821.438.354 RSD	4,26
	441.717 €	10.366.958 €	
2008.	37.691.532 RSD	1.444.563.547 RSD	2,61
	425.408 €	16.304.145 €	
2009.	-	2.493.532.793 RSD	-
		26.004.422 €	
2010.	70.000.000 RSD	2.556.176.614 RSD	2,73
	663.518 €	24.229.576 €	
2011.	47.400.000 RSD	3.705.377.863 RSD	1,27
	452.978 €	35.410.417 €	
2012.	90.000.000 RSD	3.891.297.168 RSD	2,31
	791.429 €	34.218.742 €	
2013.	17.500.000 RSD	4.626.251.210,07RSD	0,4
	152.649 €	40.353.859,62 €	
<b>Ukupno:</b>	<b>347.632.359 RSD</b>	<b>13.404.893.171 RSD</b>	
	<b>3.561.127 €</b>	<b>133.011.352 €</b>	

Izvor: (Pejanović, Radović, 2013a)

Napomena: Iznosi izraženi u evrima računati su na bazi srednjeg kursa NBS poslednjeg radnog dana posmatrane godine

Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu je u posmatranom periodu, u okviru plasiranih bespovratnih sredstava za razvoj ruralnog turizma, posebno dodeljivao subvencije za razvoj salašarskog, kao specifičnog oblika ruralnog turizma na području AP Vojvodine.

#### 7.2.5.1. Primer dobre prakse

**Etno kuća „Mali Bodrog“ u Bačkom Monoštoru (opština Sombor)** - Etno kuća „Mali Bodrog“ je subjekat ruralnog turizma već pet godina. Objekat je prevashodno namenjena za izletnički turizam, a prepoznatljiv je po gastronomskoj ponudi zasnovanoj na tradicionalnim kulinarskim specijalitetima ovog kraja. Etno kuća je građena u tipičnom monoštorskom stilu, karakterično za period od pre 150 godina, a svoj autentičan izgled zadržala je i danas. Subvencijama Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu podržana je restauracija etno kuće „Mali Bodrog“, a u njoj su do sada, pored

brojnih domaćih, boravili i turisti iz Švajcarske i Sjedinjenih američkih država. Bački Monoštor se nalazi u okviru Specijalnog rezervata prirode „Gornje Podunavlje“, što povećava atraktivnost ove turističke destinacije. Atraktivnost turističke ponude Bačkog Monoštora zasnovana je i na bogatom kulturnom nasleđu, brojnim narodnim običajima, očuvanoj tradiciji starih zanata, ali i folkloru, hrani i muzici, koji su zadržali svoj izvorni oblik u protekla dva veka. Festival hrane, tradicije i starih zanata „Bodrog fest“ na najbolji način promovise navedene društvene resurse. Manifestaciju poseti preko deset hiljada turista, odnosno skoro trostruko više nego što selo ima stanovnika.



Slike 9,10 i 11 - Sto za ručavanje u dvorištu, izgled spavaće i „čiste sobe“ u etno kući „Mali Bodrog“ u Bačkom Monoštoru (Izvor:Radović G.)

### 7.2.6. Subvencije Sekretarijata za privredu APV

Pokrajinski sekretarijat za privredu je u periodu od 2007. do 2013. ukupno uložio u razvoj turizma na području pokrajine 382,78 milijardi dinara ili 4,026 miliona evra. (tabela 50). Celokupna ulaganja mogu se smatrati ulaganjima u razvoj ruralnog turizma imajući u vidu da je na teritoriji AP Vojvodine, od ukupno 45 opština, čak 40 ruralno u skladu sa kriterijumom Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD).

**TABELA 50 SUBVENCije SEKRETARIJATA ZA PRIVREDU APV  
ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA**

GODINA	PODSTICAJNA SREDSTVA ZA RAZVOJ TURIZMA U AP VOJVODINI	
	RSD	€
2007.	110.000.000	1.388.254
2008.	55.250.000	623.582
2009.	52.600.000	548.552
2010.	2.850.000	27.015
2011.	25.500.000	243.691
2012.	60.500.000	532.016
2013.	76.080.000	663.631
<b>Ukupno:</b>	<b>382.780.000.000</b>	<b>4.026.741</b>

Izvor: (Pejanović, Radović, 2013a)

Napomena: Iznosi izraženi u evrima računati su na bazi srednjeg kursa NBS poslednjeg radnog dana posmatrane godine

U okviru finansijske podrške države razvoju ruralnog turizma na području Autonomne Pokrajine Vojvodine plasirana su i sredstva Fonda za razvoj AP Vojvodine, koji je 2008. godine raspisao konkurs po ovom osnovu. Na konkurs se prijavilo 37 subjekata, a samo 11 je

ostvarilo pravo na kreditna sredstva u ukupnoj vrednosti od 856.350 evra. Krediti su se odobravali na period do tri godine, uz jednu godinu grejs perioda, a otplaćivali su se kvartalno uz kamatnu stopu od 4,2% na godišnjem nivou, ukoliko je garancija bila hipoteka ili uz kamatnu stopu od 2,8% na godišnjem nivou, i uz bankarsku garanciju.

### 7.2.6.1. Primer dobre prakse

*Suvenirnica u Skorenovcu (opština Kovin)* -U Skorenovcu je uz podršku subvencija Pokrajinskog sekretarijata za privredu postavljena suvenirnica, kako bi brojni turisti koji posete ovo selo u opštini Kovin, mogli da kupe suvenire, koje pretežno čine ručni radovi, kao i zimnica napravljena po tradicionalnim receptima.



Slike 12 i 13 - Etno proizvodi i zimnica u suvenirnici u Skorenovcu (Izvor:Radović G.)

## 7.3. Finansiranje iz inostranih donacija

Finansiranje ruralnog turizma u Republici Srbiji je u dosadašnjem periodu finansirano i iz inostranih donacija, od kojih su najznačajnije:

- (1) donacija Fonda za dostizanje milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije u okviru projekta „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“;
- (2) donacija Globalnog fonda za zaštitu životne sredine (*GEF*);
- (3) donacija Švedske u saradnji sa *International Management Group (IMG)*;
- (4) donacija Američke agencije za međunarodni razvoj (*USAID*).

### 7.3.1. Donacije Fonda za dostizanje Milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije

Program „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ finansirao je Fond za dostizanje milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije sa četiri miliona američkih dolara. U realizaciju Programa učestvovali su: Ministarstvo poljoprivrede, trgovine, šumarstva i vodoprivrede, Ministarstvo ekonomije i regionalnog razvoja (Ministarstvom privrede), Turistička organizacija Srbije i pet agencija Ujedinjenih nacija: Organizacija za hranu i poljoprivredu (*FAO*), Svetska turistička organizacija (*UNWTO*), Fond za decu (*UNICEF*) i Program Ujedinjenih nacija za razvoj (*UNDP*). Rezultati Projekta „Održivi turizam u funkciji

ruralnog razvoja“ usvojeni su od strane Vlade Republike Srbije u okviru Nacionalnog master plana održivog razvoja ruralnog turizma i Program razvoja održivog ruralnog turizma.

Programa „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ realizovan je u periodu od decembra 2009. do maja 2012. godine na teritoriji četiri grupe opština, odnosno na području:

- (a) centralne Srbije (Ljig, Valjevo, Kosjerić, Mionica, Gornji Milanovac);
- (b) istočne Srbije (Golubac, Kladovo, Majdanpek, Požarevac, Veliko Gradište);
- (c) južnog Banata (Alibunar, Vršac, Kovin);
- (d) donjeg Podunavlja (Knjaževac, Zaječar, Dimitrovgrad, Negotin).

Ciljevi Programa „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ bili su:

- (1) da se na nacionalnom nivou razvije pravni i politički okvir za podršku diverzifikaciji ruralne ekonomije kroz razvoj ruralnog turizma s ciljem da se doprinese ostvarivanju Milenijumskih ciljeva<sup>2</sup> razvoja Ujedinjenih nacija; [191]
- (2) da se na lokalnom nivou ostvari bolje povezivanje i organizovanje lokalnog ruralnog turizma i privrednih aktivnosti koje ga prate, kao i usklađivanje kapaciteta zainteresovanih strana iz lokalnih zajednica u cilju pružanja usluga i proizvodnje dobara u skladu sa nacionalnim strategijama.

U okviru projekta „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ dodeljena su bespovratna sredstva u cilju razvoja ruralnog turizma na području Republike Srbije u ukupnom iznosu od 600.000 američkih dolara (*USD*). Bespovratna sredstva su dodeljena na osnovu konkursa, tokom 2010. i 2011. godine, na teritoriji 19 opština, a podsticajnim sredstvima isfinansirano je ukupno 68 projekata. (tabela br. 51) Ovom donacijom podržano je i formiranje četiri lokalne akcione grupe u cilju obezbeđenja podrške lokalnim zajednicama da iskoriste nacionalne i fondove Evropske unije čija su sredstva namenjena za ruralni razvoj. Program „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ je među prvima promovisao primenu *Leader* metodologije u cilju ruralnog razvoja u Republici Srbiji.

**TABELA 51 PREGLED PROJEKATA FINANSIRANIH DONACIJOM FONDA ZA DOSTIZANJE MILENIJUMSKIH CILJEVA VLADE KRALJEVINE ŠPANIJE**

Agencije UN	Broj podržanih projekata	REGIONI			
		centralna Srbija	istočna Srbija	donje Podunavlje	južni Banat
FAO	15	5	5	3	2
UNDP	10	3	2	3	2
UNICEF	6	3	1	1	1
UNWTO	37	11	12	7	7
<b>Ukupno:</b>	68	22	20	14	12

Izvor:[158]

Konkurs za dodelu bespovratnih sredstava u okviru tematske oblasti “Diverzifikacija ruralne ekonomije kroz turizam” podržavao je dve grupe projekata:

<sup>2</sup> Milenijumski ciljevi razvoja su: iskorenjivanje ekstremnog siromaštva i gladi, omogućavanje univerzalnog osnovnog obrazovanja, promovisanje jednakosti polova, smanjenje smrtnosti kod dece, poboljšanje zdravlja majki, borba protiv HIV-a, malarije i drugih oboljenja, obezbeđivanje ekološke održivosti, stvaranje globalnog partnerstva za razvoj.

- (1) proizvodnja prehrambenih i neprehrambenih proizvoda i aktivnosti za potrebe lokalnog/regionalnog turističkog tržišta;
- (2) podrška za projekte ekološki održivog turizma.

**TABELA 52 PREGLED PROJEKATA KOJI SU FINANSIRANI S CILJEM PROIZVODNJE PREHRAMBENIH I NEPREHRAMBENIH PROIZVODA I AKTIVNOSTI ZA POTREBE TURISTIČKOG TRŽIŠTA**

Naziv projekta	Cilj projekta	Nosioci projekta	Vrednost projekta
„Mirisi i ukusi banatskih vina i sireva“	Unapređenje proizvodnje tradicionalnih vina i sireva u cilju razvoja ruralnog turizma.	Organizacija civilnog društva „Agroznanje“ iz Vršca i poljoprivredna gazdinstva iz Gudurice i Bele Crkve koja se bave proizvodnjom hrane i pružanjem usluga u ruralnom turizmu.	<b>30.000 USD</b>
„Stimulisanje starih zanata“	Upotpunjavanje turističke ponude i jačanje zajedničkog identiteta kroz razvoj proizvodnje predmeta od grnčarije i to u cilju prodaje suvenira, ali i upotrebe ovih predmeta u ruralnim turističkim domaćinstvima.	Predstavnici javnog, privatnog i civilnog sektora u opštinama Kladovo, Majdanpek, Požarevac i Veliko Gradište.	<b>32.000 USD</b>
Plodovi u „Srpskoj magazini“	Plasman proizvoda (hrane i suvenira) malih ruralnih turističkih domaćinstava na lokalnom turističkom, ali i nacionalnom tržištu.	Udruženje građana i predstavnici javnog i privatnog sektora na teritoriji opštine Ljig.	<b>40.000 USD</b>

Izvor: [191]

U okviru projekata koji su finansirani s ciljem proizvodnje prehrambenih i neprehrambenih proizvoda i aktivnosti za potrebe lokalnog/regionalnog turističkog tržišta sredstvima iz donacije Fonda za dostizanje milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije realizovana su tri projekta:

- (1) projekat “Mirisi i ukusi banatskih vina i sireva”;
- (2) projekat “Stimulisanje starih zanata”;
- (3) projekat “Plodovi u Srpskoj magazini”.

Ukupna vrednost donacije za navedene projekte bila je 102.000 američkih dolara.

U okviru projekata koji su realizovani u cilju razvoja ekološki održivog turizma i finansirani su iz donacije Fonda za dostizanje milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije bili su projekti:

- (1) “Silver eko”;
- (2) “Unapređenje infrastrukture u funkciji razvoja ruralnog turizma u opštini Kladovo”;
- (3) “Internet kao alat za razvoj seoskog turizma”.

Ukupna vrednost donacije za navedene projekte bila je 63.500 američkih dolara.

**TABELA 53 PREGLED PROJEKATA KOJI SU FINANSIRANI S CILJEM PODRŠKE RAZVOJU EKOLOŠKI ODRŽIVOG TURIZMA**

Naziv projekta	Cilj projekta	Nosioci projekta	Vrednost projekta
„Silver eko“	Objedinjavanje i promovisanje turističke ponude u cilju obezbeđenja sedmodnevnog turističkog sadržaja.	Udruženje građana „Afirmacija“ iz Velikog Gradišta i drugi lokalni partneri sa teritorije ove opštine, kao i opština Golubac i Požarevac.	<b>21.000 USD</b> <b>(bespovratna sredstva 19.000 USD učešće predlagača projekta 2.000 USD)</b>
„Unapređenje infrastrukture u funkciji razvoja ruralnog turizma u opštini Kladovo“	Unapređenje infrastrukture za odlaganje (separaciju) smeća u cilju razvoja ruralnog turizma.	Udruženje građana „Asocijacija za razvoj Kladova“ i predstavnici javnog i civilnog sektora sa područja opštine Kladovo.	<b>22.500 USD</b>
„Internet kao alat za razvoj seoskog turizma“	Izrada websajta www.selo.co.rs u cilju objedinjene promocije ruralne turističke ponude u Republici Srbiji.	Udruženje „Seoski turizam Srbije“, čije je sedište u Ljigu.	<b>32.500 USD (bespovratna sredstva 22.000 USD, učešće predlagača projekta 10.500 USD)</b>

Izvor: [191]

Program „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ tematski i idejno je doprineo razvoju ruralnog turizma na području Republike Srbije.

### 7.3.1.1. Primeri dobre prakse

*Seosko turističko domaćinstvo u Rsovcima (opština Pirot)* - Seosko turističko domaćinstvo porodice Jovanović u Rsovcima, u opštini Pirot, dobilo je donaciju u iznosu od 1.200 USD za rekonstrukciju kuće, a u cilju bavljenja ruralnim turizmom. Ovo domaćinstvo se primarno bavi poljoprivredom, a u okviru turističke ponude raspolaže sa jednom trokrevetnom i jednom dvokrevetnom sobom, koje imaju zajedničko kupatilo. Domaćinstvo je svrstano u III kategoriju u skladu sa Pravilnikom resornog ministarstva. Ovo domaćinstvo je u 2011. godini ostvarilo oko 200 noćenja, pored domaćih, ugostilo je i turiste iz Mađarske i Slovenije. U okviru ugostiteljskih sadržaja domaćinstvo pretežno plasira namirnice koje samostalno proizvodi. Turistička sezona traje cele godine, u cilju promovisanja koriste sopstveni web sajt, preporuke prijatelja i gostiju, kao i podršku turističke organizacije. U cilju razvoja ruralnog turizma, predstavnici ovog domaćinstva smatraju da je potrebno da država uloži u razvoj infrastrukture, ali i turističke signalizacije. Domaćinstvo je kao modalitet finansiranja ruralnog turizma u dosadašnjem periodu, pored donacije, koristilo i samofinansiranja. Prihode ostvarene od ruralnog turizma ocenjuju kao zadovoljavajuće.

### 7.3.2. Donacija Globalnog fonda za zaštitu životne sredine

Republika Srbija je primila donaciju u iznosu od 4.500.000 USD od Globalnog fonda za zaštitu životne sredine (*GEF*) i dobila kredit u iznosu od 12.500.000 evra od Međunarodne banke za obnovu i razvoj (*IBRD*) u cilju realizacije Projekta reforme poljoprivrede Srbije u tranziciji (*STAR Project - Serbian Transitional Agriculture Reform Project*). Projekat je realizovan u periodu od juna 2007. godine do septembra 2012. godine.

Treća komponenta „Star projekta“ realizovana je na području parka prirode Stara planina sa ciljem unapređenja upravljanja ovim parkom i razvoja ruralnog turizma na održivim osnovama. Budžet treće komponente „Star projekta“ bio je 4.500.000 USD, a finansiran je iz donacije Globalnog fonda za zaštitu životne sredine. Finansiranje je realizovano na osnovu Zakona o potvrđivanju sporazuma o donaciji iz Globalnog fonda za zaštitu životne sredine («Projekat reforme poljoprivrede u tranziciji») između Republike Srbije i Međunarodne banke za obnovu i razvoj u svojstvu agencije za implementaciju donacije Globalnog fonda za zaštitu životne sredine (Sl. glasnik br RS 83/08). Nosilac realizacije projekta bilo je Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije.

Osnovni cilj „Star projekta“ bio je poboljšanje konkurentnosti poljoprivrede Republike Srbije, a globalni ekološki cilj bio je da se sačuvaju značajni ekosistemi u planinskom području Stare planine. Projekat je realizovan kroz niz strateški važnih investicija koje su imale za svrhu da podstaknu razvoj sela i očuvanje biološke raznovrsnosti parka prirode „Stara planina“, a u cilju razvoja ruralnog turizma na ovom području.

U toku implementacije „Star projekta“ realizovani su: [180]

- (a) infrastrukturni radovi: asfaltirani su putevi u dva staroplaninska sela pirotske i u jednom selu dimitrovgradske opštine, napravljen je most u selu Gostuša, dečje igralište, javni toalet i plato za kontejnere u selu Dojkinci, kao i put do sela Senokos, a ukupna vrednost investicija je preko jedan milion evra;
- (b) finansirana je obnova seoskih kuća u cilju bavljenja ruralnim turizmom u pilot selima parka prirode Stara planina (Gostuša, Dojkinci i Senokos), a ukupna vrednost investicije je oko 130.000 evra (finansirani projekti prikazani su u tabeli 54);
- (c) završena je rekonstrukcija Centra za posetioce Parka prirode "Stara planina" u naselju Vrelo, a vrednost radova koje je *STAR* projekat finansirao je 330.000 evra;
- (d) završeno je obeležavanje zone pod režimom I stepena zaštite Parka prirode "Stara planina", a vrednost radova koje je *STAR* projekat finansirao je 18.290 evra;
- (e) završena je rekonstrukcija planinarskog doma u selu Senokos u cilju stvaranja uslova za ozbiljniji razvoj ruralnog turizma u ovom selu;
- (f) asfaltiran je put Kamenica-Senokos, u cilju razvoja ruralnog turizma u ovom selu.

Svaki učesnik konkursa, čija je izgradnja objekta, odnosno rekonstrukcija, dogradnja ili uređenje finansirano podsticajnim sredstvima „Star projekat“ morao je da ispuni sledeće uslove: (a) da izgradi nepropusnu septičku jamu sa odvodom za buduće priključenje kanalizacionoj mreži; (b) da na kraju projekta svako gazdinstvo ima kategorisano najmanje dve sobe i četiri ležaja; (c) da svaki projekat izgradnje ili obnove objekta bude u stilu narodne arhitekture sa područja Stare planine.



**TABELA 54 PREGLED DODELJENIH BESPOVRATNIH SREDSTAVA U OKVIRU „STAR PROJEKTA“ U CILJU RAZVOJA RURALNOG TURIZMA**

<b>DODELJENA BESPOVRATNA SREDSTVA U 2010. GODINI (u RSD)</b>					
<b>Potprogram 1</b>					
<b>Red. broj</b>	<b>Subjekat ruralnog turizma</b>	<b>Mesto</b>	<b>Traženi iznos</b>	<b>Realizovan iznos</b>	<b>Status ugovora</b>
1.	S. K.	Dimitrovgrad	1.000.000,00	1.000.000,00	Realizovan ugovor
2.	S.A.	Dimitrovgrad	1.000.000,00	1.000.000,00	Realizovan ugovor
3.	S.G.	Dimitrovgrad	234.315,00	0,00	Raskinut ugovor
4.	B.V.	Pirot	1.000.000,00	1.000.000,00	Realizovan ugovor
5.	M.Ć.	Pirot	1.000.000,00	1.000.000,00	Realizovan ugovor
6.	D.M.	Pirot	1.000.000,00	0,00	Raskinut ugovor
7.	S. P.	Pirot	1.000.000,00	1.000.000,00	Realizovan ugovor
8.	G.T.	Pirot	1.000.000,00	1.000.000,00	Realizovan ugovor
9.	M. P.	Pirot	1.000.000,00	808.406,00	Realizovan ugovor
			8.234.315,00	6.808.406,00	
<b>DODELJENA BESPOVRATNA SREDSTVA U 2011. GODINI (u RSD)</b>					
<b>Potprogram 1</b>					
<b>Red. broj</b>	<b>Subjekt ruralnog turizma</b>	<b>Mesto</b>	<b>Traženi iznos</b>	<b>Realizovan iznos</b>	<b>Status ugovora</b>
1.	S.Ć.	Dojkinci	1.030.000,00	1.030.000,00	Realizovan ugovor
2.	I.P.	Gostuša	1.030.000,00	1.030.000,00	Realizovan ugovor
3.	S.K.	Senokos	1.030.000,00	1.030.000,00	Realizovan ugovor
4.	S.S.	Senokos	1.030.000,00	1.030.000,00	Realizovan ugovor
			4.120.000,00	4.120.000,00	
<b>DODELJENA BESPOVRATNA SREDSTVA U 2012.GODINI</b>					
<b>Potprogram 1</b>					
<b>Red. broj</b>	<b>Subjekt ruralnog turizma</b>	<b>Mesto</b>	<b>Traženi iznos</b>	<b>Realizovan iznos</b>	<b>Status ugovora</b>
1.	N.E.	Senokos	1.030.000,00	1.030.000,00	Realizovan ugovor
2.	N.N.	Senokos	1.030.000,00	1.030.000,00	Realizovan ugovor
3.	Lj. P.	Gostuša	1.030.000,00	1.030.000,00	Realizovan ugovor
			3.090.000,00	3.090.000,00	

Izvor: [180]

Napomena: Potprogram 1 je usmeren na razvoj sela i očuvanje biološke raznovrsnosti parka prirode Stara planina, a u cilju razvoja ruralnog turizma.

Stara planina je najveće zaštićeno prirodno dobro na području Republike Srbije, a

realizovani projekat je značajno doprineo razvoju ruralnog turizma u ovoj oblasti.

### 7.3.2.1. Primeri dobre prakse

**Seosko turističko domaćinstvo u Gostuši (opština Pirot)** - Seosko turističko domaćinstvo porodice Tošić u selu Gostuša, u opštini Pirot, bavi se ruralnim turizmom duže od pet godina. Domaćinstvo se primarno bavi poljoprivredom i namirnice koje su u ugostiteljskoj ponudi, skoro u celini samostalno proizvodi. Domaćinstvo je svrstano u IV kategoriju, raspolaže sa tri dvokrevetne sobe koje imaju zajedničko kupatilo. Turistička sezona traje cele godine, a u 2012. godini ovo domaćinstvo je ostvarilo oko 300 noćenja. Pored prenoćišta turistima pruža i usluge polupansiona ili punog pansiona. U cilju bavljenja ruralnim turizmom uloženo je u dosadašnjem periodu oko 10.000 evra, od čega su 1.000.000 RSD dobili preko „Star projekta“. Prema mišljenju vlasnice ograničavajući faktor za razvoj ruralnog turizma na ovom području predstavlja loš kvalitet saobraćajne infrastrukture.

**Domaća radinost u Senokosu (opština Dimitrovgrad)** - Domaćinstvo Aleksandrov nalazi se u selu Senokos, u opštini Dimitrovgrad, u podnožju Stare planine, odnosno u najistočnijem delu Srbije, svega nekoliko kilometara udaljeno od granice sa Bugarskom. Ovo domaćinstvo se ruralnim turizmom bavi od 2012. godine, svrstano je u domaću radinost s obzirom na to da je u okviru njega zastupljena samo turistička, a ne i poljoprivredna delatnost. Domaćinstvo raspolaže sa četiri ležaja i zajedničkim kupatilom, ima III kategoriju, a turistima pruža usluge prenoćišta. Turistička sezona je samo u letnjim mesecima, a gosti su pretežno domaći (penzioneri). Ovo domaćinstvo je u 2012. godini ostvarilo svega 20-30 noćenja. Prema rečima vlasnika, modaliteti finansiranja početne faze bavljenja ruralnim turizmom bila su sopstvena sredstva (samofinansiranje) i sredstva dobijena preko STAR projekta u ukupnoj (neto) vrednosti 8.000 evra. Preciznije, domaćinstvo je iz donacije dobilo 10.000 evra ali je 20% bio odbitak po osnovu poreza na dodatu vrednost.

### 7.3.3. Donacija Švedske u cilju ekonomskog osnaživanja žena kroz razvoj ruralnog turizma

Uprava za rodnu ravnopravnost Ministarstva rada, zapošljavanja i socijalne politike Republike Srbije je u saradnji sa *International Management Group (IMG)* i uz finansijsku podršku Švedske raspisala u decembru 2011. godine javni poziv za podnošenje predloga projekata u cilju unapređenja ponude ruralnog turizma, a u cilju ekonomskog osnaživanja žena u ruralnim predelima, kao jednog segmenta Nacionalnog akcionog plana za poboljšanje položaja žena (*NAP*). U okviru navedenog konkursa finansirane su aktivnosti čiji je cilj bio unapređenje turističkih sadržaja registrovanih seoskih turističkih gazdinstava u cilju unapređenja njihove turističke ponude, a što bi imalo uticaja i na ekonomsko osnaživanje žena u ruralnim predelima. Dodatni cilj Projekta, bilo je unapređenje promocije Republike Srbije kao turističke destinacija, te promocija i unapređenje kvaliteta ponude turističkih mesta, regija i prostora, kao i unapređenje turističko-ugostiteljske ponude. Prema propozicijama konkursa, sredstva namenjena pojedinačnom projektu nisu smela biti manja od 5.000 evra (u dinarskoj protivvrednosti) niti prelaziti ukupan iznos od 15.000 evra.

Podnosioci predloga projekata, u okviru javnog konkursa za dodelu bespovratnih (podsticajnih) sredstava, mogle su biti:

(a) sve preduzetnice i sva privredna društva koja se bave razvojem ruralnog turizma, ali koja su u isključivom ili većinskom vlasništvu žena;

(b) privredni subjekti koji su registrovani u Agenciji za privredne registre i u kojima je većina zaposlenih ženskog pola.

Komisija za procenu predloga projekata je nakon vrednovanja svih blagovremeno pristiglih predloga, donela odluku da podrži sledeće projekte: [223]

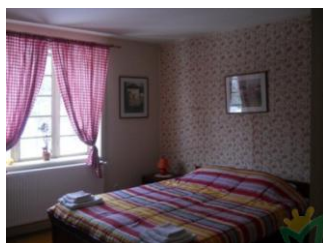
- (1) „Rekonstrukciju i adaptaciju ambara starog 150 godina u okviru kulturno-turističkog kompleksa – Etno sela Latkovac u opštini Aleksandrovac“;
- (2) „Otvorena vrata Banstola“, opština Indija;
- (3) „Unapređenje turističko-ugostiteljske ponude u SUR Sedlar“, opština Knjaževac;
- (4) „Afirmacija žena u opštini Beočin u cilju podsticanja razvoja ruralnog turizma, proizvodnje i plasmana proizvoda iz domaće radinosti“.

Realizacijom Konkursa za ekonomsko osnaživanje žena u cilju razvoja ruralnog turizma na području Republike Srbije podržana su navedena četiri projekta, a ukupno vrednost donacije bila je 52.972 evra.

### 7.3.3.1. Primer dobre prakse

**Etno selo „Latkovac“ - Latkovac (opština Aleksandrovac)** - Etnoselo „Latkovac“ bavi se ruralnim turizmom od 2006. godine, svrstano je u I kategoriju, a raspolaže sa 30 ležaja i 35 mesta u restoranu. Etno selo se sastoji od četiri kućice, sagrađene od blata, slame i greda, materijal koji je karakterističan za nekadašnju gradnju kuća u ovom delu Srbije. U okviru etno sela se, pored etno restorana, nalazi i biblioteka i etno dućan. U etno dućanu prodaju se predmeti koje su izradili članovi Društva mentalno nedovoljno razvijenih osoba iz Aleksandrovca, članovi Etno mreže Rasina iz Kruševca, ali i proizvodi domaće kuhinje ovog etno sela (slatko od voća, džemovi i sl). Vlasnici se pored ruralnog turizma bave i voćarstvom, delimično i stočarstvom. U okviru turističkih sadržaja gosti mogu da čuvaju stoku, da nauče da prave domaći sir i kajmak, zimnicu, vino, domaću rakiju, kao i da spremaju tradicionalna srpska jela. U ovom etnoselu održavaju se brojni festivali (etnovizija, festival klasične muzike, festival „Zvuci Sećanja“), kao i umetničke kolonije. Turistička sezona traje cele godine, u 2012. godini ostvareno je oko 3.000 noćenja, polovina gostiju su domaći, a polovina strani turisti.

Etno selo „Latkovac“ ima najheterogeniju strukturu modaliteta finansiranja u odnosu na druge subjekte u okviru realizovanog anketnog istraživanja. U cilju razvoja ruralnog turizma ovaj subjekt je koristio sledeće modalitete finansiranja: (a) samofinansiranje; (b) subvencije Ministarstva poljoprivrede 2007. i 2008. godine; (c) Kredite Fonda za razvoj Republike Srbije 2006.godine; (d) bankarske kredite; (e) donaciju Švedske vlade od 15.000 evra (za adaptaciju starog ambara); (f) donaciju USAID-a od 6.000 evra (za snabdevanje vodom).



Slike 14, 15 i 16 - Dvorište, spavaća soba i restoran u etno selu „Latkovac“

(Izvor: <http://www.selo.rs/RS/ponuda/etno-selo-latkovac> ; sajtu pristupljeno: novembar 2014)

### 7.3.4. Donacije Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID)

Američka agencija za međunarodni razvoj (*USAID*) donirala je sredstva za razvoj ruralnog turizma na području Republike Srbije. Ukupna vrednost donacije bila je 95.000 američkih dolara, a domaćinstva su mogla da iskoriste sredstva za opremanje turističkih kapaciteta, ali i da steknu neophodna znanja putem edukacija i studijskih putovanja.

Donacija Američke agencije za međunarodni razvoj omogućila je da se u opštini Prijepolje razviju komplementarni turistički smeštajni kapacitet u ruralnom turizmu s obzirom na to da ova opština nema hotel, niti motel. Na teritoriji opštine Prijepolje je u novembru 2012. godine bilo 37 kategorisanih seoskih turističkih domaćinstava, koja su ukupno raspolagala sa 187 ležaja.

#### 7.3.4.1. Primer dobre prakse

*Seosko turističko domaćinstvo u Sopotnici (opština Prijepolje)* - Seosko turističko domaćinstvo Janjušević bavi se ruralnim turizmom od 1995. godine, svrstano je u IV kategoriju prema aktuelnom Pravilniku. Domaćinstvo se nalazi u blizini slapova reke Sopotnice, za koju domaćini kažu da je i “dovela” prve goste - planinare koji su prvo boravili u eko-kampu pored reke. U početku su domaćini izdavali samo jednu sobu. Vremenom su sopstvenim sredstvima, ali i uz donaciju *USAID-a* od 2.000 američkih dolara uspeali da prošire turističku ponudu, tako da danas raspolažu sa četiri sobe i dva kupatila. U turističkoj ponudi su, pored prenoćišta, i ugostiteljski sadržaji, koji se zasnivaju na domaćoj hrani iz sopstvene poljoprivredne proizvodnje. Turistička sezona traje cele godine, gosti su i domaći i strani, a u 2011. godini ostvareno je oko 400 noćenja. U okviru turističkih sadržaja u ponudi su: rafting na Limu, uživanje u prirodnim lepotama slapova reke Sopotnice, poseta manastiru Mileševa, etnografskom muzeju „Tičije polje“, kao i mogućnost šetnji, planinarenja, biciklizma i sl. Domaćinstvo Janjušević je iniciralo osnivanje Udruženje „Centar za održivi razvoj - Sopotnica“ u cilju razvoja poljoprivrede i turizma u ovom selu. Prema mišljenju vlasnika uslovi u ruralnom turizmu su destimulativni, a uloga države nije zadovoljavajuća u pogledu podsticaja razvoja ruralnog turizma, kao i poljoprivrede. Veliki problem za razvoj ruralnog turizma u Sopotnici, posebno u zimskom periodu, predstavljaju loši putevi.



Slike 17 i 18 - Slapovi reke Sopotnice i ćilim u domaćinstvu Janjušević (Izvor: Radović G.)

## 7.4. Finansiranje iz kredita poslovnih banaka

Na osnovu realizovanog istraživanja može se zaključiti da su u dosadašnjem periodu, u strukturi modaliteta finansiranja ruralnog turizma anketiranih subjekata, krediti poslovnih banaka bili neznatno prisutni (samo kod 1% anketiranih subjekata).

### 7.4.1. Primer dobre prakse

*Salaš „Jelen“ na Paliću (opština Subotica)* - Ovaj objekat ruralnog turizma mogao bi se nazvati „ruralnim hotelom“, ali takva klasifikacija ne postoji u okviru aktuelnog Zakona o turizmu. Salaš raspolaže sa 65 ležaja i restoranom, koji ima 200 mesta, ruralni turizam se razvija pet godina, a turističkoj ponudi su usluge prenoćišta, polupansiona i pansiona, kao i brojni turistički sadržaji. Vlasnici salaša poljoprivredne proizvode kupuje od meštana. Turististička sezona traje cele godine. U 2012. godini ostvareno je više od 500 noćenja, a gosti su bili i domaći i strani (iz Poljske, Slovenije, Mađarske, Norveške). Salaš zapošljava deset radnika (srednje stručne sprema), a po potrebi i više. Troškove reklame čini oko 5% ukupnih rashoda, a isti procenat ukupnog rashoda (5%) odlazi i na provizije turističkih agencija sa kojima Salaš saraduje. Vlasnici su zadovoljni ostvarenim prihodom. Salaš „Jelen“ je kao modalitet finansiranja ruralnog turizma u dosadašnjem periodu koristio bankarski kredite i samofinansiranje. Vlasnici salaša su stava da su krediti nepovoljni, ali da su nužnost, usled nedostatka sopstvenih finansijskih sredstava.

## 7.5. Finansiranje iz IPA prekograničnih projekata

Republika Srbija je u proteklom periodu za finansiranje ruralnog turizma koristila drugu komponentu IPA pretpristupne pomoći (*IPA -Instrument for Pre-Accession Assistance*), odnosno programe za prekograničnu saradnju.

Programi za prekograničnu saradnju (*IPA CBC-Cross-Border Cooperation*) su finansijski instrumenti Evropske unije za podršku institucijama i civilnom društvu u cilju saradnje u prekograničnim oblastima. Ovi programi su važan deo regionalne politike Evropske unije i njihova svrha je da ublaže ekonomske i socijalne nejednakosti prekograničnih područja. Sredstva su bespovratna, dodeljuju se po osnovu javnog konkursa, a obaveza korisnika sredstava je da minimalno 15% vrednosti projekta (investicije) sufinansira. Kancelarija za evropske integracije Vlade Republike Srbije je nacionalno telo, odnosno operativna struktura zadužena za sprovođenje ovih programa. [214]

### 7.5.1. Prekogranična saradnja Republike Hrvatske i Republike Srbije u funkciji finansiranja ruralnog turizma

Evropska Komisija usvojila je 20. decembra 2007. godine programski dokument IPA II-Prekogranični program Hrvatska-Srbija za period 2007.-2013.godina. Cilj Programa bio je podsticanje prekogranične saradnje u cilju diverzifikacije i unapređenja regionalne ekonomije na socijalno i ekološki održiv način uz permanentno unapređenje dobrosusedskih odnosa. Razvoj ruralnog turizma bio je rangiran u okviru najznačajnijih specifičnih ciljeva programa prekogranične saradnje Republike Hrvatske i Republike Srbije u navedenom periodu. [219]

Projekat "Tradicija za budućnost-ruralni turizam bez granica" dobio je u decembra 2010. godine podršku na *IPA* programu Evropske unije. Projekat je realizovan 18 meseci, njegova ukupna vrednost bila je 226.000 evra, a iz *IPA II* je finansirano 190.000 evra. Nosioci projekta bili su: opština Apatin, udruženja „Somborski salaši“, "Kraljevsko istorijsko društvo", Centar za preduzetništvo u Osijeku, opštine Bilje i Jagodnjak, kao i grad Osijek.

Projekat "Tradicija za budućnost-ruralni turizam bez granica" bio je usmeren ka seoskom stanovništvu u Osiječko-baranjskoj županiji i Zapadnobačkom okrugu, koje je imalo potencijala i interesa da se uključi u ruralni turizam. Osnovni cilj projekta bio je da razvojem i promocijom ruralnog turizma i ekološke poljoprivredne proizvodnje, sa obe strane Dunava, doprinese razvoju lokalnih privreda, te kreira nove mogućnosti za zapošljavanje. U okviru projekta urađena je studija o mogućnostima razvoja klastera u ekološkoj poljoprivredi i ruralnom turizmu, kao i razvoja marketinga ruralnog turizma u prekograničnoj oblasti. Realizovana su i studijska putovanja, obrazovne, promotivne i aktivnosti umrežavanja zainteresovanih subjekata, kao i sajmovi „Tradicija za budućnost“. Sajmovi su se neizmenično organizovali u Srbiji i Hrvatskoj u svrhu promocije narodnih rukotvorina, zanatskih, ali i poljoprivrednih proizvoda, a sve u cilju razvoja ruralnog turizma na ovom području. Ovaj projekat, koji je kofinansiran iz *IPA II* komponente, može se smatrati nastavkom projekta „Održivi razvoj, turizam projekti u Slavoniji i Baranji“, koji je finansiran iz komponente *CARDS 2004*.

U okviru programa prekogranične saradnje Republike Hrvatske i Republike Srbije, za period 2007.-2013. godina, kofinansiran je i projekat "Formiranje centra za unapredjenje znanja u ruralnom turizmu". Nosioci projekta bili su opština Bački Petrovac, Turistička organizacija Bački Petrovac, Turistička organizacija Srbije, grad Vukovar, Turistička zajednica grada Vukovara i Turistička zajednica Županje. Ukupna vrednost projekta bila je 378 hiljada evra, a u sufinansiranju 15% učešća Republike Srbije, učestvovao je i Pokrajinski sekretarijat za regionalni razvoj sa 974 hiljada dinara.

## 8. AKTUELNI OBLICI RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI I MODALITETI FINANSIRANJA

Prema rezultatima anketnog istraživanja na području Republike Srbije zastupljeni su sledeći oblici ruralnog turizma: agroturizam, salašarski, manifestacioni, vinski, eko-ruralni, pčelarski i bio-agroturizam. Zastupljeni su i oblici koji se ne navode u literaturi, a koji se mogu nazvati: agro-ornitološki, eko-agroturizam i ruralno-kongresni turizam.

### 8.1. Agroturizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja)

Agroturizam je, prema rezultatima sprovedenog anketnog istraživanja, najzastupljeniji oblik ruralnog turizma u Republici Srbiji. Dominantan modalitet njegovog finansiranja u dosadašnjem periodu bilo je samofinansiranje. Seoska turistička domaćinstva su, pored ovog modaliteta, za finansiranje agroturizma koristila: (a) subvencije Ministarstva poljoprivrede; (b) kredite Fonda za razvoj Republike Srbije; (c) bankarske kredite; (d) zajednička ulaganja.

Finansiranje agroturizma je složen proces, koji mora da obuhvati finansiranje dve različite a komplementarne delatnosti: poljoprivrede i ruralnog turizma.

#### 8.1.2. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja)

*Seosko turističko domaćinstvo „Gostoljublje“ u selu Mionica (opština Kosjerić) - „Gostoljublje“* jedno je od najuspešnijih poljoprivredno-turističkih domaćinstava sa područja opštine Kosjerić, na čijoj teritoriji je, zaključno sa novembrom 2014. godine, bilo 11 kategorisanih seoskih turističkih domaćinstava koja su ukupno raspolagalo sa 126 ležaja. Poljoprivreda je u ovom domaćinstvu osnovna, a ruralni turizam i prodaja poljoprivredno-prehrambenih proizvoda su dopunske delatnosti, koje su počele da se razvijaju od 2005. godine. Primarni oblik ruralnog turizma je agroturizam, ali domaćini paralelno razvijaju i oblik turizma koji se može nazvati „ruralno-kongresni“ s obzirom na to da se ovde organizuju poslovni sastanci i seminari (do 50 učesnika). Domaćinstvo planira i razvoj avanturističkog oblika ruralnog turizma. U Mionici se od 2006.godine održava manifestacija „Dani seoskog turizma, a u selu postoji Udruženje pružalaca turističkih usluga „Vesnik“. Udruženje je iniciralo projekat, koji je isfinansirala Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID), a po osnovu koga je u selu urađena turistička signalizacija, info centri i trim staza, što je značajno doprinelo razvoju ruralnog turizma.

Poljoprivredna delatnost: - Domaćinstvo se bavi povrtarstvom, voćarstvom, poseduju 800 stabala šljiva. Zastupljeno je i stočarstvo, domaćini imaju krave, ovce, svinje, koze i kokoške. Ovo domaćinstvo vrlo uspešno plasira poljoprivredne proizvode preko turističke delatnosti, kako u okviru ugostiteljstva, tako i putem direktne prodaje turistima. Turisti ovde mogu da probaju i kupe razne specijalitete od meda i voća, razne džemove, suve šljive i sl. Domaćini ne mogu samostalno da proizvedu sve poljoprivredno-prehrambene proizvode, koji su im potrebni za baljenje turističkom delatnošću, te u tom cilju saraduju sa ostalim proizvođačima u selu.

Turistička delatnost – STD „Gostoljublje“ je kategorisano i ima II kategoriju. Raspolaze smeštajnim kapacitetima za 30 turista, koje čini pet manjih vajata i jedan veliki, a svaki ima svoje kupatilo. Domaćinstvo poseduje i restoran, koji ima 50 mesta, a pruža

turističke usluge na bazi punog pansiona. U 2011. godini realizovano je 1.200 noćenja, a turistička sezona traje od polovine juna do polovine septembra. Gosti dolaze porodično, ali dolaze i poslovni ljudi, često i diplomate. U „Gostoljublju“ mogu da se organizuju tim bildinzi, kao i manji seminari. Domaćinstvo ima svoj sajt, ali se promovise i preko turističkih organizacija i udruženja za seoski turizam. Domaćini planiraju izgradnju parkinga i parka za ekstremne sportove. Veliku pažnju poklanjaju stalnoj edukaciji i podizanju kvaliteta usluga. U turističkoj ponudi su zastupljeni brojni sadržaji: park sa dečijim igralištem, otvoreni bazen, pripremanje zimnice od poljoprivrednih proizvoda ovog domaćinstva, kao i mogućnost obilaska okoline, šetnje i planinarenja na Divčbarima, planini koja je u neposrednoj blizini.

Aktuelni modaliteti finansiranja – Uložena sredstva u izgradnju i razvoj seoskog turističkog domaćinstva su obezbeđena: (a) samofinansiranjem; (b) subvencijama Ministarstva poljoprivrede RS; (c) bankarskim kreditima; (d) kreditima Fonda za razvoj RS.



Slike 19 i 20 - Park sa dečijim igralištem i izgled STD „Gostoljublje“ u selu Mionica  
(Izvor: Radović G.; <http://www.gostoljublje.com> (sajtu pristupljeno: novembar 2013.))

**Seosko turističko domaćinstvo „Tri hrasta“ u Klatičevu (opština Gornji Milanovac)**  
- Domaćinstvo „Tri hrasta“ bavi se ruralnim turizmom od 2004. godine. Primarna je turistička delatnost, a poljoprivredna se razvija u cilju razvoja turizma. Domaćinstvo „Tri hrasta“ je spoj tradicionalnog i modernog. Kvalitet turističke usluge nagradila je Turistička organizacija Srbije, koja je ovom gazdinstvu dodelila 2012. godine Turistički cvet u kategoriji seosko turističko domaćinstvo. Domaćinstvo „Tri hrasta“ nalazi se u selu Klatičevo, koje je šest kilometara udaljeno od Gornjeg Milanovca, na čijem području je zaključno sa 2012. godinom, bilo 90 kategorisanih poljoprivrednih domaćinstava, koja su ukupno raspolagala sa 630 ležaja. Na području ove opštine je u 2011. godini zabeleženo oko 10.000 noćenja u seoskim turističkim domaćinstvima.



Slike 21 i 22 - Dvorište sa bazenom i unutrašnjost vajata u STD „Tri hrasta“ u Klatičevu  
(Izvor: Radović G.)



Poljoprivredna delatnost: Domaćinstva „Tri hrasta” bavi se voćarstvom, povrtarstvom i uzgojom pilića. Poljoprivredni proizvodi se plasiraju kroz ugostiteljstvo, a turisti mogu i samostalno da beru voće i konzumiraju ga.

Turistička delatnost: *STD* „Tri hrasta” je kategorisano i ima I kategoriju. Raspolaze smeštajnim kapacitetom od 29 ležaja, koji se nalaze u dva zasebna objekta i tri vajata. Turistička usluga je na bazi polupansiona ili pansiona, a specifičnost je da domaćica priprema jela u skladu sa željama turista. Turistička sezona traje od početka maja do početka oktobra. Domaćinstvo je od osnivanja, 2004. godine, do oktobra 2012. godine zabeležilo 8.000 noćenja. Gosti su iz svih delova Srbije, iz Italije, Norveške, Poljske, Nemačke, Francuske, ali i iz SAD i Australije. Domaćica govori strane jezike, italijanski i engleski, što doprinosi većoj posećnosti stranih turista. U okviru domaćinstva postoji otvoreni bazen, sauna, a od turističkih sadržaja dostupno je i pešačenje i biciklizam u okruženju. Strani turisti su za „Tri hrasta” saznali putem interneta. Domaćinstvo poseduje svoj sajt, ali se promovise i preko turističkih organizacija i udruženja za seoski turizam: „Turizam u selima Srbije” iz Gornjeg Milanovca i Udruženja preduzetnika u seoskom turizmu Srbije.



Slike 23 i 24 - Ulazna vrata i izgled saune u *STD* „Tri hrasta” u Klatičevu (Izvor: Radović G.)

Aktuelni modaliteti finansiranja: Uložena sredstva za izgradnju i razvoj seoskog turističkog domaćinstva obezbeđena su: (a) samofinansiranjem; (b) zajedničkim ulaganjima.

**Seosko turističko domaćinstvo u Podbukovu (opština Valjevo)** - Domaćinstvo porodice Obradović bavi se ruralnim turizmom više od 10 godina. Primarna delatnost je poljoprivreda, a turizam je razvijen kao „nadogradnja”. Domaćin smatra da u selu Podbukovu „ruralni turizam može da bude grana poljoprivrede” i nastoji da zainteresuje meštane za razvoj turističke delatnosti, kako bi zajednički obezbedili 50 ležaja smeštajnih kapaciteta. Domaćinstvo je član Udruženje domaćina Valjevo, koje aktivno radi na edukaciji domaćina, ali i na promociju ruralnog turističkog proizvoda ovog kraja. Na teritoriji opštine Valjevo, zaključno sa 2013. godinom, bilo je 24 kategorisana seoska turistička domaćinstva, koja su ukupno raspolagala sa 100 ležaja. Značajni rezultati u ruralnom turizmu u ovoj opštini zabeleženi su u 2007. godini, kada je ostvareno preko 2.000 noćenja u samo 12 seoskih turističkih domaćinstava.

Poljoprivredna delatnost: Domaćinstvo se bavi stočarstvom, povrtarstvom i voćarstvom i samostalno proizvodi skoro sve namirnice za potrebe ugostiteljstva.



Slike 25 i 26 - Dvorište i etno soba STD u selu Podbukovo (Izvor: Radović G.)

**Turistička delatnost:** Domaćinstvo je svrstano je u I kategoriju, raspolaže sa ukupno osam ležaja, turistima pruža usluge prenoćišta i ishrane. Turistička sezona traje od aprila do oktobra. U 2012. godini realizovano je oko 400 noćenja, a gosti su bili domaći, ali i iz Francuske, Nemačke, Rusije i Ukrajine. U okviru turističkih sadržaja u ponudi su: sakupljanje lekovitog bilja i pečuraka, plivanja u Crnoj reci, kao i mogućnost ribolova u jezeru koje je domaćin napravio u cilju razvoja turizma. Prema mišljenju vlasnika, ograničavajući faktor za razvoj ruralnog turizma u ovom kraju predstavlja loš kvalitet infrastrukture, kao i problemi sa telefonskim saobraćajem i internet vezama. Domaćin smatra da su uslovi poslovanja u ruralnom turizmu podsticajni, pod uslovom da pojedinac ima dobar projekat i viziju, dok je uloga države u pogledu podsticaja razvoju ruralnog turizma samo delimično zadovoljavajuća.

**Aktuelni modaliteti finansiranja:** U dosadašnjem periodu kao modalitet finansiranja korišćeno je samofinansiranje, ali domaćin planira investicije i za njih će konkurisati za subvencije države.

## 8. 2. Salašarski turizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja)

Salašarski turizam, kao poseban oblik ruralnog turizma, karakterističan je za područje Autonomne Pokrajine Vojvodine i predstavlja dobro razvijen, promovisan i popularan ruralni turistički proizvod.

**TABELA 55 UČEŠĆE SUBVENCIIJA ZA RAZVOJ SALAŠARSKOG TURIZMA  
U SREDSTVIMA ZA RURALNI RAZVOJ BUDŽETA APV**

Godina	Subvencije za razvoj salašarskog turizma	Ukupna sredstva za ruralni razvoj	Učešće subvencija za salašarski turizam u ukupnim sredstvima za ruralni razvoj
2011.	28.400.000 RSD	98.900.000 RSD	29%
	271.404 €	945.137 €	
2012.	35.000.000 RSD	200.000.000 RSD	18%
	307.778 €	1.758.732 €	
2013.	17.500.000 RSD	163.223.000 RSD	11%
	152.649 €	1.423.761 €	

Izvor: [101]

Napomena: Iznosi izraženi u evrima računati su na bazi srednjeg kursa NBS poslednjeg radnog dana posmatrane godine

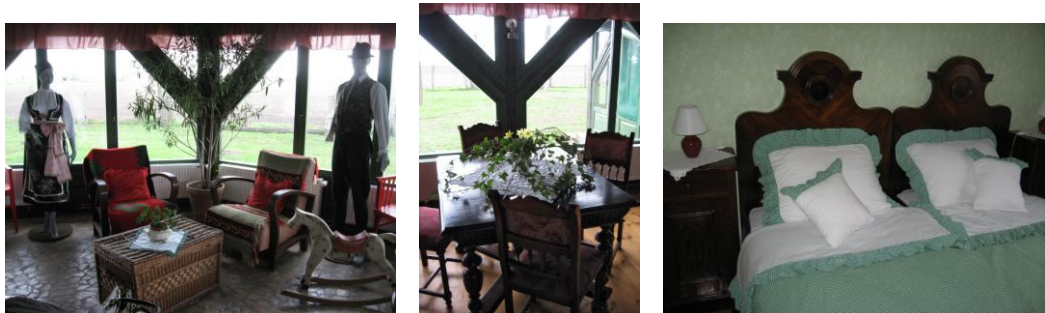
Na osnovu rezultata realizovanog anketnog istraživanja može se izvesti zaključak da su pružaoci usluga u okviru salaškog oblika ruralnog turizma koristili vrlo heterogene modalitete finansiranja: (a) samofinansiranje; (b) subvencije Ministarstva poljoprivrede; (c) subvencije Ministarstva privrede; (d) subvencije Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu; (e) subvencije Pokrajinskog sekretarijata za privredu; (f) subvencije organa lokalne samouprave; (g) kredite Fonda za razvoj RS; (h) bankarske kredite; (i) sredstva međunarodnih donacija; (j) IPA prekogranične projekte. Sekretarijat za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu APV je u prethodnom periodu, u okviru subvencija za ruralni razvoj, posebno dodeljivao subvencije za razvoj salaškog turizma (tabela 55). Subvencije za razvoj salaškog turizma su u 2011. godini iznosile skoro trećinu ukupnih sredstava izdvojenih iz budžeta APV u cilju ruralnog razvoja, ali se narednih godina smanjivao njihov i apsolutni i relativni iznos.

### 8.2.1. Primeri dobre prakse (rezultati istraživanja)

***Dida Hornjakov salaš (opština Sombor)*** - Salaš se nalazi na tri kilometra od Sombora, sagrađen je 1901. godine, a u vlasništvu porodice Hornjak je od 1929. godine. Zahvaljujući ljubavi vlasnika prema tradicionalnom salašarskom načinu života, upornosti i kontinuiranim finansijskim ulaganjima u restauraciju, salaš je danas zadržao svoj izvorni izgled, ali istovremeno može da ponudi gostima i savremeni komfor. Salaš je registrovan kao seosko turističko domaćinstvo i veliki problem u poslovanju predstavlja zakonska odredba da seoska turistička domaćinstva ne mogu samostalno da naplaćuju usluge ishrane, već moraju da imaju zaključen ugovor sa nekim privrednim subjektom.

**Poljoprivredna delatnost** - Osnovna delatnost na salašu je do 2010. godine bila poljoprivreda, a od tada se razvija i ruralni turizam. Poljoprivredna delatnost je platforma turističkoj, kako u pogledu snabdevanja potrebnim namirnicama, tako i u pogledu finansiranja, jer ovaj subjekat od turizma još ne može da zaradi dovoljno sredstava koliko je potrebno za kontinuiranu restauraciju salaša. Porodica Hornjak obrađuje 120 hektara zemlje, od čega se u neposrednoj okolini salaša nalazi 10 hektara. Bave se ratarstvom, stočarstvom, na salašu imaju ovce, svinje, patke, guske, morke i brojnu živinu. Povrtarstvo je u funkciji potrebnih količina proizvoda za turističku delatnost.

**Turistička delatnost** - Salaš je kategorisan i ima I kategoriju, raspolaže smeštajnim kapacitetima od pet ležaja, odnosno dve sobe, koje imaju posebna kupatila, a vlasnici ne planiraju povećanje smeštajnih kapaciteta, jer bi se tako narušila autentičnost salaša. Centralno grejanje je uvedeno, a kotao zagreva sojina slama. Turistička sezona na salašu traje tokom cele godine, ali je svaku posetu potrebno prethodno najaviti. Gostima se pružaju usluge na bazi punog pansiona, a u cenu je uključeno i sve što je u ponudi van redovnih obroka (sveže voće, domaća rakija, sokovi,...) Domaćica hranu sama priprema, u ponudi je tradicionalna hrana ovoga područja: morčija supa, rinflajš, sosevi, fašir šnicle, punjena patka, pohovana piletina, kao i štrudla od maka ili višanja. U restoranu se nalazi i etno postavka sa tradicionalnom bunjevačkom nošnjom. Turisti mogu da posete suvenirnicu ili da se uključe u rad radionice starih zanata. Pored duboreza, ovde se uči i oslikavanje starih biber crepova, kao i flaša, ali i trukovanje, zanat koji je skoro iščezao u vojvođanskim selima. Turisti mogu da nauče da vezu, a želja domaćice je i da nabavi mali razboj za tkanje.

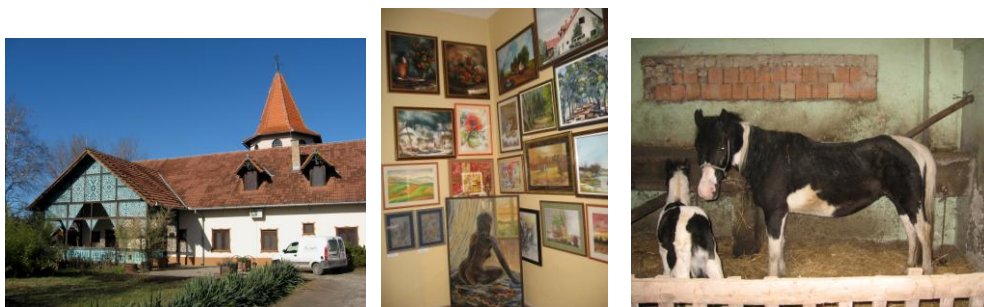


Slike 27, 28 i 29 - Etno postavka, izgled trpezarije i spavaće sobe na Dida Hornjakovom salašu  
(Izvor: Radović G.)

Aktuelni modaliteti finansiranja - Uložena sredstva za revitalizaciju salaša, u cilju razvoja turističke delatnosti, obezbeđena su: (a) samofinansiranjem; (b) subvencijama Ministarstava poljoprivrede RS; (c) subvencijama Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu; (d) kreditima Fonda za razvoj RS; (e) subvencijama lokalne samouprave (sredstva su uložena za pokretanje radionice starih zanata).

**Majkin i Cvetni salaš (opština Subotica)** - Etno park „Majkin salaš“ udaljen je oko tri kilometra od Palića, prostire se na 30 hektara i obuhvata dva salaša: Majkin i Cvetni. Salaši su u vlasništvu porodice Gabrić, koja od 2003. godine uspešno razvija i poljoprivredu i turizam. Etno park „Majkin salaš“ trenutno zapošljava preko 20 radnika, a realizacijom planiranih investicija taj broj će biti veći. Navedeno svedoči o značaju razvoja ruralnog turizma za zapošljavanje i obezbeđivanje dodatnih prihoda članovima lokalno-ekonomske zajednice.

Poljoprivredna delatnost - Poljoprivredna proizvodnja se do 1998. godine pretežno zasnivala na stočarstvu, ali tada je preusmerena na voćarstvo. Danas dominiraju zasadi jabuka i šljiva, a domaćini su razvili i povrtarstvo. Polovinu namirnica za potrebe turizma samostalno proizvode. Na salašu je zastupljeno i stočarstvo, uzgajaju se mangulice, a svake jeseni ovde se organizuje poznat bački svinjokolj - disnotor, koji je turistima izuzetno zanimljiv.



Slike 30, 31 i 32 - Centralni objekat, galerija i mini ergela na „Cvetnom salašu“ (Izvor: Radović G.)

Turistička delatnost - Salaši su kategorisani i svrstani su u I kategoriju. Cvetni salaš, koji je od Majkinog udaljen svega 50 metara, izgrađen je u cilju bavljenja turizmom i u okviru njega se nalaze smeštajni kapaciteti. Cvetni salaš raspolaže sa 15 komfornih soba, a svaka je klimatizovana i ima kupatilo. Tu se nalazi i trpezarija, recepcija, tv sala, sala za sastanke, sauna, mini teretana, kao i bazen. U turističkoj ponudi su brojni sadržaji. U okviru etno parka nalazi se mini ergela, ribnjak, tradicionalno seosko dvorište, voćnjak, povrtnjak, ali i dečije igralište, bazen, teren za golf, odbojku i mali fudbal, kao i suvenirnica i likovna galerija. Ovde se organizuju likovne kolonije, kao i radionice starih zanata. Na Majkinom salašu nalazi se restoran domaće kuhinje, koji može da primi do 500 ljudi. Specijaliteti kuće su jabukovo vino

i ajvar od jabuke. Vlasnici planiraju investiciju u proširenje smeštajnih kapaciteta i izgradnju malog velnes centra i teretane, što će upotpuniti turističku ponudu. Investicija u biološki prečistač otpadnih voda je realizovana. Ona je bila primarna, jer na salašu nema kanalizacije. Turisti su, uglavnom, domaći, ali i iz Hrvatske, Makedonije, Slovenije, Nemačke, Francuske i Mađarske.



Slike 33,34,35 i 36 - Centralni objekat, ribnjak, peć i originalni umivaonik na Majkinom salašu  
(Izvor: Radović G.)

Aktuelni modaliteti finansiranja - Uložena sredstva za revitalizaciju salaša u cilju razvoja turističke delatnosti obezbeđena su: (a) samofinansiranjem; (b) bankarskim kreditima.

### 8.3. Manifestacioni turizam - značaj za finansiranje ruralnog turizma

Manifestacije imaju veliki značaj za razvoj ruralnog turizma s obzirom na to da se većina etnografskih i gastronomskih manifestacija u Republici Srbiji održava u ruralnim područjima. Manifestacije imaju društveni značaj u očuvanju tradicije i kulturne baštine, ali mogu da imaju i ekonomski značaj ukoliko se integrišu u ruralnu turističku ponudu i adekvatno promovišu na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

#### 8.3.1. Etnografske i gastronomske manifestacije u funkciji razvoja ruralnog turizma

Etnografske manifestacije „predstavljaju prikaz narodnih običaja, verovanja, rituala, starih načina privređivanja stanovništva.“ (Košić, 2012) U cilju razvoja ruralnog turizma veliki značaj ima gastronomija, ali i gastronomske manifestacije koje su „zasnovane na kulinarskim specijalitetima.“ (Muhi, 2009) Aktuelne turističke manifestacije koje se organizuju u ruralnim predelima imaju „manje ili više vašarski karakter...nedostaje dobro osmišljen turistički marketing i uozbiljavanje organizacije manifestacije, kako bi se znalo šta se nudi, kako se nudi, pošto se nudi, gde se odseda i sl.“ (Lazić, 2007)

Procenjuje se da se godišnje u Republici Srbiji organizuje oko 1.500 različitih turističkih manifestacija. Na osnovu realizovanog istraživanja, zasnovanog na analizi brojnosti etnografskih i gastronomskih manifestacija, može se izvesti zaključak da u Republici Srbiji najveće potencijale za razvoj ruralnog turizma imaju opštine: Bačka Palanka, Beograd, Čajetina, Deliblato, Inđija, Irig, Kikinda, Kraljevo, Krupanj, Loznica, Novi Sad, Niš, Pančevo, Subotica, Sombor, Titel, Topola, Valjevo, Zrenjanin, Žagubica i Žitište. Opština sa najvećim brojem etnografskih i gastronomskih manifestacija koje se tokom godine održavaju na njenom području je Subotica (na čijoj teritoriji se nalazi Palić, gde se i održava većina navedenih manifestacija). Na teritoriji opštine Subotica ukupno se godišnje održava 15 etnografskih i gastronomskih manifestacija. (Pejanović, Radović, 2012)

### 8.3.1. Potencijalni značaj manifestacija za finansiranje ruralnog turizma

Na osnovu realizovanog istraživanja može se izvesti zaključak da etnografske i gastronomske manifestacije na području Republike Srbije nisu bile adekvatno turistički valorizovane u prethodnom periodu, te se predlaže:

(1) u cilju realizacije većeg finansijskog efekta turističkih manifestacija sa aspekta lokalno-ekonomske zajednice potrebno je izbeći održavanje sličnih manifestacija, te prilikom definisanja manifestacija istaći etnografske i gastronomske autentičnosti pojedinih područja;

(2) u cilju kreiranja finansijskog efekta za subjekte ruralnog turizma (seoska turistička domaćinstva) potrebno je vremenski i prostorno povezati nekoliko manifestacija sa ponudom smeštaja u seoskim domaćinstvima, te formirati etnografsko-gastronomski ruralni turistički proizvod, adekvatno ga promovisati na turističkom tržištu i obezbediti kanale prodaje;

(3) u cilju kreiranja većeg finansijskog efekta za lokalno-ekonomske zajednice i subjekte ruralnog turizma potrebno je otvaranje etno-muzeja u kojima bi turisti mogli tokom cele godine da se upoznaju sa kulturom, običajima, folklorom, narodnom nošnjom, starim zanatima i sl. U etno-muzeju bi trebala da se nalazi izložba lokalne gastronomije, ali i suvenirnica. Na ovaj način bi se obezbedio kontinuirani prihod lokalno-ekonomskoj zajednici od prodaje ulaznica. Subjekti ruralnog turizma bi mogli da kontinuirano prodaju proizvode domaće radinosti, ali i zimnicu i druge adekvatne lokalne-gastronomske specijalitete. Istovremeno bi se obezbedio autentičan turistički sadržaj koji nije vezan samo za određeni period godine, kao što je to slučaj kod manifestacija.

Realizacijom navedenih predloga obezbedila bi se veća akumulativna sposobnost subjekata ruralnog turizma, a time i mogućnost samofinansiranja. Obezbedili bi se i veći prihodi lokalno-ekonomskih zajednica, koji bi se mogli usmeriti u subvencije, odnosno finansiranje ruralnog turizma.

## 8. 4. Vinski turizam - značaj za finansiranje ruralnog turizma

Vinski turizam je izuzetno popularan oblik ruralnog turizma, koji je najčešće povezan sa gastronomskim, te se zajedno nazivaju eno-gastronomski turizam. Vinski turizam podrazumeva turističko putovanje koje uključuje posetu vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i izložbama vina, pri čemu degustacija vina i/ili doživljaj atrakcije vinogradarske regije predstavlja primarni motiv za putovanje. [186] Vinski turizam u Evropi se najviše razvija kroz forme vinskih puteva. Vinski put „predstavlja poseban oblik prodaje vina, ugostiteljskih, turističkih i poljoprivrednih proizvoda jednog vinarskog kraja.” (Pivac, 2012) Turističku ponudu vinskog puta čine i prirodne lepote predela kroz koje put prolazi, kulturno-istorijske znamenitosti, tradicija i autentičnost vinogradarstva tog kraja, kao i vina i gastronomije, ali „turistička ponuda vinskog puta obuhvata i bliže turističke atrakcije, koje nisu direktno na trasi puta, a povećavaju etno-turističku ponudu.“ (Pivac, 2012)

### 8.4.1. Vinski putevi u Republici Srbiji

Ministarstvo privrede Republike Srbije iniciralo je projekat „Vinski putevi Srbije“, čiji je cilj bio definisanje turističke ponude vinskog turizma. U okviru ovog projekta definisano je devet vinskih puteva na području Republike Srbije, koji se nalaze i na turističkoj mapi Evrope. Istovremeno „izvršeno je i lociranje vinarija pomoću GPS uređaja za mobilno mapiranje” [234] i postavljena je turističko-saobraćajna signalizacija.

Vinski putevi u Republici Srbiji su: (a) put vina Fruška gora; (b) put vina Vršac; (c) put vina Palić; (d) put vina Smederevo; (e) put vina Oplenac; (f) put vina Negotin; (g) put vina Knjaževac; (h) put vina Župa; (i) put vina Kosovo i Metohija.

#### **8.4.2. Potencijalni značaj vinskih puteva za finansiranje ruralnog turizma**

Definisanje vinskih puteva je značajan početni korak u razvoju vinskog turizma u Republici Srbiji. U cilju daljeg razvoja neophodna je promocija ovog vida turizma, a u tom pogledu primarna je podrška države, odnosno resornih ministarstava, kao i nacionalne, regionalnih i lokalnih turističkih organizacija.

Razvoj vinskih puteva mogao bi da omogući finansiranje ruralnog turizma s obzirom na to da ima pozitivne finansijske efekte na:

(a) nacionalnu ekonomiju - Razvoj vinskih puteva doprinosi atraktivnosti ruralnih turističkih destinacija, što povećava turistički promet i omogućava razvoj vinskog, odnosno ruralnog turizma, a time i ruralni, regionalni i ukupni privredni razvoj države. Navedeno bi omogućilo i veća izdvajanja iz državnog budžeta za subvencionisanje razvoja ruralnog turizma. Ukoliko bi se vinski turizam promovisao i na međunarodnom turističkom tržištu i realizovao dolazak stranih turista, mogao bi da se ostvari i veći multiplikativni efekat na lokalnu i nacionalnu ekonomiju, kao i pozitivan uticaj na platni bilans;

(b) lokalno-ekonomske zajednice - Razvoj vinskog turizma omogućio bi privredni razvoj, a time i veći finansijski potencijal lokalno-ekonomskih zajednica, a deo sredstava mogao bi da se usmeri za finansiranje ruralnog turizma i to u svim segmentima razvoja ruralne turističke ponude (razvoj smeštajnih kapaciteta, turističkih sadržaja, infrastrukture, edukacija kadrova i sl.)

(c) subjekte ruralnog turizma - Vinski putevi mogli bi da utiču i na povećanje finansijskog potencijala subjekata ruralnog turizma. U tom cilju potrebno je da turističke agencije formiraju autentičan vinsko-ruralni turistički proizvod, gde bi turistički aranžmani podrazumevali i smeštaj turista u seoskim turističkim domaćinstvima. Ruralni domaćinstva bi u okviru turističke ponude trebala da imaju i prodaju poljoprivredno-prehrambenih proizvoda, suvenira, proizvoda starih zanata i domaće radinosti, što bi objedinjeno povećalo finansijski potencijal subjekata ruralnog turizma i omogućilo im samofinansiranje turističke delatnosti;

Vinski putevi bi mogli da budu zamajac revitalizacije vinogradarstva i vinarstva u Republici Srbiji. Razvoj vinskog turizma povećava ekonomsku snagu poljoprivredno-turističkih gazdinstava, a time omogućava i finansijska ulaganja u nove zasade vinograda.

### **8.5. Eko-ruralni turizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja)**

Eko-ruralni turizam je poseban oblik ruralnog turizma kod koga je motiv dolaska turista u ruralna područja vezan za posetu zaštićenim područjima, parkovima prirode i specijalnim rezervatima, a u cilju posmatranja ili proučavanja retkih biljnih i životinjskih vrsta. Turistima se može ponuditi smeštaj u poljoprivrednim domaćinstvima, koja se često nalaze u blizini zaštićenih područja prirode. Ovakva turistička ponuda može se nazvati eko - agroturizam s obzirom na to da je proizvod dva oblika ruralnog turizma: agroturizma i eko-ruralnog turizma.

Razvoj eko-agroturizma je uslovljen razvojem održive poljoprivrede i razvojem održivog turizma, odnosno održivim integralnim ruralnim razvojem. Koncept razvoja turizma

na održivim osnovama pretpostavlja poštovanje principa sadržanih u *Agendi 21*, dokumentu koga su usvojile vlade 182 države na Konferenciji Ujedinjenih nacija za životnu sredinu i razvoj (*UNCED*) održanoj 14. juna 1992.godine. [188]

Na osnovu realizovanog anketnog istraživanja može se zaključiti da su modaliteti finansiranja subjekata koji se bave eko-ruralnim i eko-agroturizmom na području Republike Srbije, u dosadašnjem periodu, bili veoma različiti. Pored samofinansiranja, kao najčešćeg modaliteta finansiranja, oni su koristili i državne subvencije, bankarske kredite, kao i sredstava iz *IPA* prekograničnih projekata. Prednost ovog oblika ruralnog turizma je to što njegova atraktivnost omogućava konkurisanje za sredstva iz različitih međunarodnih projekata i donacija.

### 8.5.1. Primer dobre prakse - rezultati istraživanja

**Rokin salaš** - Salaš se nalazi na području Specijalnog rezervata prirode „Ludaško jezero“. Ime je dobio po mađarskoj reči „roka“ što u prevodu znači lisica, kojih je nekada bilo mnogo na ovom područja. Salaš postoji već 170 godina, a od 1987. godine je u vlasništvu porodica Hulo i Čeke iz Subotice, koje su ga 1993. godine renovirali i vratili mu izvorni izgled. Na salašu se danas nalazi trodelna kuća, stara više od jednog veka, koja predstavlja zaštićeno nepokretno kulturno dobro. Reč je o tipičnoj trodelnoj panonskoj kući, koja se sastoji iz tri prostorije. U okviru ove etno kuće nalazi se etnografska, arheološka i zbirka posvećena prirodnim vrednostima rezervata. Rokin salaš je i zaštićeni spomenik kulture. Eko-ruralni turizam se na ovom salašu razvija od 1993. godine. Turistička ponuda Rokinog salaša može se nazvati: eko-agroturizam s obzirom na to da je na njemu zastupljena i poljoprivredna proizvodnja. Vlasnik salaša smatra da proširenje turističke ponude može da se realizuje u okviru razvoja ruralnog turizma cele mikroregije Ludaš-Kireš. U tom cilju neophodno je da se veći broj domaćinstava organizuje i stvori jednu ozbiljnu mrežu, a što bi omogućilo otvaranje novih radnih mesta, ali i očuvanje tradicije i arhitekture salaša sa severa Vojvodine.

Poljoprivredna delatnost: Na Rokinom salašu zastupljeno je stočarstvo, ovde se nalazi farma, koja prosečno ima desetak mangulica, a uzgajaju se i ćurke, patke, guske, morke i pilići. Od sopstvene proizvodnje značajna je i proizvodnja povrća, kao i voća. Na salašu se nalaze zasadi skoro svog voća koje uspeva na ovom području, ali i zasadi aronije. Poljoprivredni proizvodi proizvedeni na salašu plasiraju se kroz ugostiteljsku ponudu, a nedostajući proizvodi kupuju se u okolini.

Turistička delatnost: Rokin salaš je kategorisan i ima IV kategoriju. Smeštajni kapaciteti obuhvataju 30 ležaja, a restoran može da primi 150 osoba. U gastronomskoj ponudi su tradicionalna domaća jela, karakteristična za mađarsku kuhinju, koja se pripremaju po starim receptima, a pića se drže u arhaičnim podrumima. Turistička sezona traje od polovine aprila do oktobra. Turisti su, uglavnom, deca školskog uzrasta. Na salašu nema električne energije, voda za održavanje higijene se zagreva pomoću solarnih ploča, odnosno putem obnovljivih i ekološki čistih izvora energije, što predstavlja i jedini moderan detalj na salašu. U okviru salaša nalazi se i suvenirnica, gde se prodaje i zimnica, koju lično sprema vlasnica salaša, po tradicionalnim narodnim receptima iz ovog kraja.





Slike 37, 38 i 39 - Ograda pored Ludaškog jezera, etno zbirka ispred i unutar trodelne kuće na Rokinom salašu

(Izvor: Radović G.)

Rokin salaš poseduje vrednu etnografsku zbirku, koja se nalazi u etno kući, obuhvata oko 800 predmeta i predstavlja zbirku predmeta koji oslikavaju život ljudi sa ovog područja s početka XX veka. Zbirka obuhvata nameštaj, fotografije, kućne predmeta, a tu je i originalni stari instrument citra. Rokin salaš ima i zbirku posvećenu prirodnim vrednostima rezervata, a najveći deo izložbe posvećen je pticama s obzirom na to da je ovo područje značajno stanište ptica. Na Rokinom salašu organizuju se škole u prirodi, kao i ekološki kampovi, zavičajni, istorijski i jezički kampovi (na mađarskom jeziku) za decu školskog uzrasta. Pored edukacije učenika organizuju se i kursevi tkanja, grnčarije i drugih starih zanata



Slike 40, 41 i 42 - Suvenirnica, sok od zove u etno ambalaži i razboj za tkanje na Rokinom salašu

(Izvor: Radović G.)

Aktuelni modaliteti finansiranja: Finansijska sredstva za revitalizaciju salaša, u cilju razvoja turističke delatnosti, obezbeđena su na osnovu sledećih modaliteta: (a) samofinansiranja; (b) subvencija Pokrajinskog sekretarijata za privredu; (c) subvencija Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i javno informisanje; (d) stranih donacija (Fondacije iz Mađarske); (e) IPA projekata prekogranične saradnje. Finansijska sredstva su obezbeđena preko dva IPA prekograničnu projekta koja su realizovana sa susednom Mađarskom, a na kojima su vlasnici salaša učestvovali sa udruženjem građana „Etnolife“. Prvi projekat, pod nazivom „Negujmo tradiciju“, je realizovan u saradnji sa mađarskom opštinom Ileš, a sredstva su plasirana u razvoj smeštajnih kapaciteta na salašu. Drugi projekat je realizovan pod sloganom „Upoznajmo naše susede“ i u okviru ovog programa šest puta su na Rokin salaš dolazila deca iz Mađarske.

## 8. 6. Drugi oblici ruralnog turizma - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja)

Prema rezultatima realizovanog anketnog istraživanja u Republici Srbiji su prisutni i sledeći oblici ruralnog turizma su: (a) agro-ornitološki turizam; (b) bio-agroturizam; (c) pčelarski turizam.

### 8.6.1. Agro-ornitološki turizam-aktuelni modaliteti finansiranja

Pojam „agro-ornitološki“ ruralni turizam ne postoji u literaturi. Postojanje ovog oblika ruralnog turizma potvrđuju rezultati realizovanog anketnog istraživanja. Na području Republike Srbije postoje subjekti koji se, pored poljoprivrednom proizvodnjom, bave i ruralnim turizmom, čiji je osnovni turistički sadržaj posmatranje ptica.

Aktuelni modaliteti finansiranja ovog oblika ruralnog turizma su: (a) samofinansiranje; (b) subvencije Ministarstva poljoprivrede.

#### 8.6.1.1. Primer dobre prakse - rezultat istraživanja

*Kuća na Orlovoj steni, selo Komarani (opština Nova Varoš)* -Domaćinstvo porodice Gujančić se, pored osnovnom poljoprivrednom delatnošću, bavi i ruralnim turizmom. Domaćinstvo se nalazi na nadmorskoj visini od 1.200 metara, u blizini Specijalnog rezervata prirode „Uvac“, koji predstavlja prirodno dobro Prve kategorije i stanište je 104 vrste ptica. U najznačajnije se ubrajaju beloglavi sup, jedna od dve preostale vrste lešinara, koje se danas gnjezde na području Republike Srbije. Domaćinstvo se bavi agro-ornitološkim turizmom od 1996. godine. Početak bavljenja turizmom nije bio planiran, već sticaj okolnosti, a prvi gosti su došli da posmatraju beloglavog supa. Domaćinstvo Gujančić je prvo kategorisano u opštini Nova Varoš. Na području ove opštine je, zaključno sa 2012. godinom, bilo je oko 100 kategorisanih seoskih turističkih domaćinstava.



Slike 43 i 44 - Pogled na Rezervat reke Uvac i stado ovaca u STD Gujančić u selu Komarani  
(Izvor: Radović G.)

Poljoprivredna delatnost: Poljoprivredna proizvodnja je osnovna u ovom domaćinstvu i zasnovana je na stočarstvu.

Turistička delatnost: Domaćinstvo je kategorisano i ima III kategoriju. Raspolaze smeštajnim kapacitetom koga čine dva vajata, koji imaju ukupno 8 ležaja, a svaki vajati ima zasebno kupatilo. Ovo seosko turističko domaćinstvo je u protekle, skoro dve decenije,

ugostilo turiste iz skoro svih krajeva naše zemlje, ali i iz Francuske, Engleske i Letonije. Na bogatoj trpezi porodice Gujančić nalazi se domaća hrana, a posebno se ističe izuzetno kvalitetan kajmak i specijalitet ovog kraja – pita od heljde. Turistički sadržaji su: posmatranje beloglavog supa, vožnja čamcem na jezeru Uvac, ribolov, lov, pešačenje i planinarenje.



Slike 45 i 46 - Etno postavka u domaćinstvu Gujančić i u Turističkoj organizaciji Nova Varoš  
(Izvor: Radović G.)

Aktuelni modaliteti finansiranja: Domaćinstvo Gujančić je uložena sredstva za izgradnju vajata i njihovo opremanje obezbedilo samofinansiranjem. Sredstva za izgradnju nove kuće, u cilju razvoja turističke delatnosti, obezbedili su iz subvencija Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, koje su dobili 2007. godine. Od ovih sredstava sagradili su kuću koja ima pet soba i tri kupatila, ali sredstva nisu bila dovoljna za njen završetak.

### 8.6.2. Bio-agroturizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja)

Prema rezultatima realizovanog anketnog istraživanja na području Republike Srbije postoje subjekti koji se bave bio-agroturizmom. Bio-agroturizam je poseban oblik ruralnog turizma. Pod ovim pojmom podrazumeva se turistička delatnost u okviru domaćinstava koja se bave poljoprivredom u sistemu organske proizvodnje hrane.

Organska proizvodnja hrane predstavlja sistem ekološkog upravljanja proizvodnjom, preradom, pakovanjem, skladištenjem, transportom, označavanjem, marketingom i kontrolom organski proizvedene hrane u skladu sa važećim međunarodnim standardima. (Pejanović, Njegovan, 2011a) Zdravstveno bezbedna hrana, koja se proizvodi u sistemu organske poljoprivredne proizvodnje, je zbog visokog kvaliteta, veoma tražena na svetskom tržištu. Njen plasman na domaćem tržištu je otežan zbog visokih cena. Plasmanom poljoprivrednih proizvoda iz sistema organske proizvodnje kroz turizam obezbedila bi se autentičnost i kvalitet gastronomske ponude, isplativost i održivost organske poljoprivredne proizvodnje, ali i njena profitabilnost, kao i mogućnost samofinansiranja.

Aktuelni modaliteti finansiranja bio-agroturizma su: (a) samofinansiranje; (b) subvencije Ministarstva poljoprivrede; (c) subvencije Pokrajinskog sekretarijata za poljoprivredu.

### 8.6.2.1. Primer dobre prakse - rezultati istraživanja

**Bio salaš 44 Nadalj (opština Srbobran)** - Salaš je u vlasništvu porodice Stanimirov koja razvija organsku poljoprivrednu proizvodnju, a paralelno počinje da se bavi i ruralnim turizmom.

Poljoprivredna delatnost: Poljoprivredna proizvodnja je primarna. Na salašu se u sistemu organske poljoprivredne proizvodnje nalazi četiri hektara. Period konverzije je istekao, a celokupnu proizvodnju kontroliše ovlašćena sertifikovana kuća. U strukturi proizvodnje značajno je zastupljeno povrtarstvo, upravo u cilju razvoja turističke delatnosti. Na salašu se proizvode i skoro svi ratarski usevi, koji se delimično koriste za ishranu krupne stoke, a gaje se i kokoške, morke i ćurke.

Turistička delatnost: Ruralni turizam se razvija od 2013. godine. Domaćinstvo nije kategorisano, a raspolaže smeštajnim kapacitetima od 10 ležaja. Od turističkih sadržaja u ponudi je ribolov, na obližnjem ribnjaku, kao i učestvovanje u svim poljoprivrednim poslovima koji se svakodnevno obavljaju na salašu.

Aktuelni modaliteti finansiranja: Uložena sredstva za revitalizaciju salaša, u cilju razvoja turističke delatnosti, obezbeđena su subvencijama, koje za razvoj salaškog turizma svake godine dodeljuje Pokrajinski sekretarijat za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu.

### 8.6.3. Pčelarski turizam - aktuelni modaliteti finansiranja (rezultati istraživanja)

Prema rezultatima realizovanog anketnog istraživanja na području Republike Srbije postoje subjekti koji se bave pčelarstvom, ali i ruralnim turizmom. S obzirom na to da je pčelarstvo turistički sadržaj koji je od primarnog interesa za dolazak turista, pčelarski turizam se može smatrati posebnim oblikom ruralnog turizma.

Aktuelni modalitet finansiranja pčelarskog turizma je samofinansiranje.

#### 8.6.3.1. Primer dobre prakse - rezultati istraživanja

**Seosko turističko domaćinstvo u Bačkom Monoštoru (opština Sombor)** - domaćinstvo porodice Periškić iz Bačkog Monoštora se tradicionalno, već skoro pet decenija, bavi pčelarstvom. U ovom domaćinstvu se od 2011. godine, razvija i ruralni turizam.

Pčelarstvo: Domaćinstvo se bavi ekološkom proizvodnjom meda. Proizvodnja je tradicionalna, ali od ove delatnost više ne mogu da ostvare prihode kao ranije.

Turistička delatnost: Domaćinstvo nije kategorisano, bavi se samo izletničkim ruralnim turizmom. Gosti su, uglavnom učenici osnovnih škola, koji u okviru đaćkih ekskurzija dolaze kako bi se upoznali sa pčelarstvom i postupkom proizvodnje meda. Domaćinstvo dodatni prihod ostvaruje od prodaje suvenira, drvenih predmeta proizvedenih tehnikom duboreza, kao i prodajom kolača na bazi meda.

Modaliteti finansiranja: Porodica Periškić do sada nije imala posebna ulaganja u turističku delatnost. Turiste primaju u okviru svog dvorišta, gde je u cilju podizanja kvaliteta usluge, neophodna izgradnja terase. Domaćini planiraju da konkurišu za subvencije Pokrajinskog sekretarijata za privredu kako bi obebedili potrebna finansijska sredstva.

## 9. RAZVIJENOST I MODALITETI FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA U EVROPSKOJ UNIJI

Evropa je svetski lider u razvijenosti ruralnog turizma. Ovaj vid turizma postao je treća najznačajnija delatnost stanovništva u ruralni područjima (uz poljoprivredu i šumarstvo). Ruralni turizam je najrazvijeniji u „starim“ članicama Evropske unije (EU-15), gde se nalazi 90,2% ukupne evropske ruralne turističke ponude. (Noev, 2013) Procenjuje se da ruralni turizam učestvuje sa oko 15% u ukupnom turističkom prometu na području Evropske unije.

Razvoj turizma, a time i ruralnog turizma na području Evropske unije utemeljen je dokumentom - „*Evropa, svetska destinacija broj 1 - novi politički okvir za turizam u Evropi*“, koji je usvojen 2010. godine i kojim se nastojalo: (a) uticati na konkurentnost evropskog turističkog prostora i promovisati razvoj održivog, odgovornog i visoko-kvalitetnog turizma i turističkih destinacija; (b) konsolidovati turistički imidž Evrope; (c) maksimalno iskoristiti potencijal finansijskih politika i instrumenata za razvoj turizma u okviru Evropske unije. (Svržnjak i sar., 2014)

### 9.1. Razvijenost ruralnog turizma

Prema podacima *European Federation for Farm and Village Tourism (EuroGites)* u 2014. godini u Evropi je bilo oko 500.000 smeštajnih jedinica, odnosno pružalaca usluga u ruralnom turizmu, koji su ukupno raspolagali sa 5-6,5 miliona ležaja. Ruralni turizam uključuje i više od 100.000 pružalaca drugih usluga, koje su direktno povezane sa ruralnim turizmom, što rezultira da ovaj vid turizma ima više od 1,3 miliona direktno ili indirektno zaposlenih na području Evrope. Procenjuje se da ruralni turizam, direktno i indirektno, realizuje godišnji prihod od oko 100.000 milijardi evra. (Svržnjak i dr., 2014)

Prosečna popunjenosti kapaciteta u ruralnom turizmu na području Evropske unije je 25%, a u pojedinim državama je znatno veća, dostiže i 50%. Centralnu ulogu u razvoju ruralnog turizma u prethodnom periodu imale su lokalne zajednice, a najznačajniji ograničavajući faktori razvoja bili su: kvalitet infrastrukture, pristupačnost ruralnih područja i nepovoljne demografske karakteristike. Najveća receptivna kao i emitivna tržišta ruralnog turizma na području Evropske unije su Francuska, Nemačka, Italija i Austrija. Ove države zajedno raspolazu sa 56% ukupnih smeštajnih kapaciteta evropske ruralne turističke ponude. Pojedinačno, Francuska ima 23,4%, Nemačka 13,4%, Italija 10,6%, a Austrija 9,3% od ukupnih ruralnih turističkih kapaciteta Evropske unije. (Noev, 2013)

Francuska je država sa najboljom razvijenošću ruralnog turizma u Evropi, ali i lider ruralnog turizma na globalnom nivou sa ostvarenih 365 miliona noćenja godišnje. Ruralni turizam je razvijen na 80% teritorije ove države. Francuska, prema procenama, ostvaruje godišnji prihod od ruralnog turizma u iznosu od 15 do 18 milijardi evra. (Curać, 2007) Razvoj ruralnog turizma beleži nagli rast i u Španiji. U ovoj državi je u 1994. godini bilo 1.074 smeštajnih objekata u ruralnom turizmu, u 2000. godini 3.860, a u 2003.godini 6.534. (Priestley et al., 2005) Španija ostvaruje godišnji prihod od ruralnog turizma u iznosu od 249 miliona evra i godišnju stopu rasta od 14,2%, a ova država ima kapacitete i za dalji razvoj ruralnog turizma. (Bartlet, 2006) Ruralni turizam je u Nemačkoj najrazvijeniji u Bavarskoj gde poljoprivredna gazdinstva raspolazu sa preko 500.000 ležaja. U Italiji se agroturizmom bavi oko 7.000 poljoprivrednih domaćinstava koja ukupno raspolazu sa preko 100.000 ležaja.

Ruralni turizam je počeo da se razvija u Velikoj Britaniji 70-tih godina XX veka, u 1991. godini je 9,5% svih farmi pružalo usluge smeštaja i ishrane, a u ovoj zemlji „ruralni turizam je stratejska snaga ekonomije sela.“ (Štetić, 2007a)

**TABELA 56 TURISTIČKI KAPACITETI I CENE U RURALNOM TURIZMU U EVROPSKIM DRŽAVAMA**

Država	Broj subjekata ruralnog turizma	Broj ležaja	Prosečna dnevna cena po ležaju (€)	Prosečni dnevni prihod po subjektu ruralnog turizma(€)
Francuska	60.000	540.000	12	6.480
Nemačka	30.000	270.000	12	3.240
Velika Britanija	25.000	225.000	22	4.950
Austrija	18.000	162.000	14	2.268
Italija	15.000	135.000	18	2.430
Skandinavske zemlje	9.000	81.000	25	2.025
Španija	5.500	49.500	20	990
Poljska	5.000	45.000	10	450
Irska	4.500	40.500	22	891
Švajcarska	3.000	27.000	18	486
Baltičke zemlje	2.000	18.000	15	270
Srednjeevropske zemlje	5.000	45.000	12	540
Portugalija	2.500	22.500	20	450
Rumunija i Bugarska	3.500	31.500	10	315
Ostale evropske zemlje	2.000	18.000	16	288
<b>Ukupno:</b>	190.000	1.710.000	15,2	26.073

Izvor: (Stić, 2010)

Napomena: SRT = subjekat ruralnog turizma

Analizom podataka prikazanih u tabeli 56 može se izvesti zaključak da je u pogledu smeštajnih kapaciteta ruralni turizam najrazvijeniji u Francuskoj, Nemačkoj, Velikoj Britaniji, Austriji i Italiji. Prema visini prosečnih dnevnih cena po ležaju na prvom mestu su Skandinavske zemlje, Irska i Velika Britanija, dok su cene u Francuskoj i Nemačkoj među najnižima u Evropi. Pružaoci usluga u ruralnom turizmu u Francuskoj ostvaruju najveći prosečni dnevni prihod, što upućuje na zaključak da je sastavni deo turističkog aranžmana i kvalitetna gastronomska ponuda i turistički sadržaji, kao i prodaja poljoprivrednih proizvoda, vina, suvenira i sl.

U pojedinim evropskim državama zastupljeni su različiti oblici ruralnog turizma. Agroturizam je najzastupljeniji u Italiji i Sloveniji. U Holandiji je razvijeno kampovanja u

okviru farmi, a u Grčkoj ruralni turizam podrazumeva samo prenoćište sa doručkom u poljoprivrednim domaćinstvima. (Sorensen, Nilsson, 2005)

## 9. 2. Modaliteti finansiranja ruralnog turizma

Evropska unija je dominantno ruralno područje s obzirom na to da se 90% njene teritorije smatra ruralnim područjem prema kategorizaciji Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (*OECD*). U ruralnim područjima živi oko 60% od ukupnog broja stanovnika. Sredstva za finansiranje ruralnog razvoja počela su da se izdvajaju iz budžeta Evropske unije od 1980. godine, ali ona su tek od 1991. godine (s neznatnim oscilacijama) predstavljala značajnija izdvajanja u strukturi agrarnog budžeta Evropske unije. (Marković et al. 2013)

Direktorat Evropske komisije zadužen za poljoprivredu (*European Commission the Directorate General for Agriculture*) je 1994. godine počeo da realizuje program aktivnosti i mere usmerene na razvoj turizma u ruralnim područjima. Osnovni ciljevi realizovanih programa bili su: (a) restrukturiranje i diverzifikacija ruralnih ekonomija; (b) kreiranje turističkih sadržaja u ruralnim oblastima; (c) povećanje zaposlenosti ruralnog stanovništva; (d) obezbeđivanje dodatnih izvora prihoda poljoprivrednicima kroz razvoj ruralnog turizma. Ruralni turizam je u ovim dokumentima označen kao „prirodna alternativa masovnom turizmu.“ (Pančić- Kombol, 2000)

Finansiranje ruralnog razvoja, a time i ruralnog turizma realizovalo se iz: (Mitchell, Hall, 2005)

- (a) Fonda za razvoj evropskih regija (*European Regional Development Fund- ERDF*);
- (b) Evropskog socijalnog fonda (*European Social Fund - ESF*), kojim se podsticao razvoj evropskih područja koja su manje razvijena, odnosno gde je bruto prihod po glavi stanovnika niži od 75% proseka u EU.

Finansiranje ruralnog turizma realizovalo se preko *LEADER-a* (*Liaisons Entre Actions pour le Developpement des Economies Rurales*). Ovaj instrument ustanovljen je 1990. godine i predstavlja metodološku osnovu za nastanak Lokalnih akcionih grupa (*LAG*), koje su značajan činilac ruralnog razvoja na području Evropske unije. Lokalne akcione grupe su značajne za razvoj ruralnog turizma imajući u vidu da je „saradnja na lokalnu i uključivanje zajednice kroz određene oblike umrežavanja jedan od najvažnijih zahteva održivog razvoja ruralnog turizma.“ (Mitchell, Hall, 2005)

Politika ruralnog razvoja uvedena je reformom Zajedničke poljoprivredne politike (*CAP*) iz 1999. godine na osnovu *AGENDE 2000*. Reformskim dokumentom uveden je tzv. drugi stub (*the second pillar*) Zajedničke poljoprivredne politike (*CAP*), koji je obuhvatao skup mera usmerenih na finansiranje ruralnog razvoja. *Agenda 2000* je formulisala alternativne vidove zaposlenja i izvora prihoda za farmere, u okviru kojih je poseban akcent stavljen na razvoj ruralnog turizma.

Zajednička poljoprivredna politika Evropske unije (*CAP*) finansira se od 2007. godine iz dva fonda. To su: Evropski poljoprivredno garancijski fond (*European Agricultural Guarantee Fund - EAGF*) i Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (*European Agricultural Fund for Rural Development- EAFRD*), iz koga se realizuje finansiranje ruralnog turizma.

Ukupna finansijska sredstva izdvojena iz budžeta Evropske unije za ruralni razvoj u periodu 2007.-2013. godina bila su 77,662 milijarde evra. (tabela 57) Analizom strukture njihove raspodele u okviru *E-25* izvodi se zaključak da je najveće učešće imala Poljska, gde je plasirano 13,23 milijarde evra. Ukupna planirana sredstva za ruralni razvoj na nivou *E-27* u periodu 2014.-2020. su 95,338 milijarde evra, što predstavlja oko 10% ukupnog budžeta

Evropske unije za period 2014.-2020. (planirani ukupni budžet Evropske unije za period 2014.-2020. iznosi 959, 988 milijardi evra, na bazi tekućih cena iz 2011. godine).

**TABELA 57 BUDŽET EU ZA RURALNI RAZVOJ U PERIODU  
2007–2013. GODINA I 2014–2020. GODINA**

<b>Država</b>	<b>2007–2013. (€)</b>	<b>2014–2020. (€)</b>
Belgija	418.610.306	551.790.759
Češka Republika	2.815.506.354	2.170.333.996
Danska	444.660.796	629.400.690
Nemačka	8.112.517.055	8.217.851.050
Estonija	714.658.855	725.886.558
Grčka	3.707.304.424	4.195.960.793
Španija	7.213.917.799	8.290.828.821
Francuska	6.441.965.109	9.909.731.249
Irska	2.339.914.590	2.189.985.153
Italija	8.292.009.883	10.429.710.767
Kipar	162.523.574	132.214.377
Latvija	1.041.113.504	968.981.782
Letonija	1.743.360.093	1.613.088.240
Luksemburg	90.037.826	100.574.600
Mađarska	3.805.843.392	3.455.336.993
Malta	76.633.355	99.000.898
Holandija	486.521.167	607.305.360
Austrija	3.911.469.992	3.937.551.997
Poljska	13.230.038.156	10.941.201.814
Portugal	3.929.325.028	4.057.788.374
Slovenija	900.266.729	837.849.803
Slovačka	1.969.418.078	1.890.234.844
Finska	2.079.932.907	2.380.408.338
Švedska	1.825.647.954	1.745.315.250
Ujedinjeno Kraljevstvo	1.909.574.420	2.580.157.491
Bugarska	-	2.338.783.966
Rumunija	-	8.015.663.402
<b>Ukupno:</b>	77.662.771.346	95.338.109.365

*Izvori: Za period 2007.-2013. [216];*

*Za period:2014.-2020. [207a]-Izveštaj Evropskog Parlamenta od 12.12.2013., 93/2013 PE-CONS;*

Finansiranje razvoja ruralnog turizma na području Evropske unije realizuje se, pored budžeta Unije i nacionalnih budžeta, i sredstvima različitih međunarodnih organizacija. U



svrhu razvoja ovog vida turizma Svetska turistička organizacija (*WTO*) inicirala je osnivanje fondova koji su finansirali brojne razvojne projekte širom sveta. U tom cilju osnovana je Fondacija u Seulu, u Koreji, gde je početni kapital od pet miliona američkih dolara donirala Korejska vlada. Osnovani su fondovi i u saradnji sa Holandskom razvojnom agencijom, koja je donirala dva miliona evra, kao i sa italijanskom Vladom. Svetska turističke organizacija, osim finansijske, obezbeđuje i edukativnu podršku razvoju ruralnog turizma, kroz brojne seminare, a izdala je publikaciju „*Rural Tourism in Europe: Experiences Development and Perspectives*“, u okviru koje su istraženi razvojni aspekti ruralnog turizma. (Jing, 2006)

Mogućnost za finansiranje ruralnog turizma nudi i Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (*OECD*) koja ima definisanu podršku za inovativne kompanije, za početnike u biznisu, mikro preduzeća i visoko-tehološke kompanije. Jasno je da je cilj ove politike da pomogne malim preduzećima da postanu deo održivog razvojnog procesa, jer turizam mora da mogućnosti pretvori u poslovne prednosti. (Mitchell, Hall, 2005)

### 9.2.1. Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EAFRD)

Evropska unija je u cilju finansiranja ruralnog razvoja formirala 2007. godine Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (*European Agricultural Fund for Rural Development– EAFRD*). Iz sredstava *EAFRD-a* finansira se i razvoj ruralnog turizma, a ciljevi formiranja ovog Fonda su: (Đorđević-Milošević, Milovanović, 2012)

- (1) povećanje konkurentnosti poljoprivrednog sektora kroz podršku za restrukturiranje;
- (2) unapređenje životne sredine i okoline podržavanjem upravljanja zemljom;
- (3) unapređenje kvaliteta života u ruralnim oblastima i razvoj dizezifikacije privrednih aktivnosti.

Finansijskim sredstvima iz *EAFRD-a* podstiče se razvoj ruralnog turizma, putem finansiranja razvoja marketinga, turističkih servisa, informacionih centara, turističke signalizacije, malih smeštajnih kapaciteta, rekreacione infrastrukture, kao i saobraćajne infrastrukture u cilju pristupa pojedinim (nepristupačnim) prirodnim područjima. (Noev, 2013)

Sredstva iz *EAFRD-a* se plasiraju po principu sufinansiranja, odnosno njihovo korišćenje podrazumeva i rezervisanje sredstava u nacionalnim budžetima. Potrebno je i da države članice imaju nacionalne programe ruralnog razvoja, usklađene sa strateškim ciljevima *EU*. Preciznije potrebno je da nacionalni programi ruralnog razvoja „doprinosu ostvarivanju tri značajna cilja Evropske unije: (1) konkurentnosti (*Lisabonska agenda*); (2) održivosti (*Agenda iz Geteborga*) i (3) koheziji. Navedeni strateški ciljevi *EU* su postavljeni da bi se korigovali ogromni dispariteti u prihodima i standardima života među regijama u okviru Unije.“ (Đorđević-Milošević, Milovanović, 2012)

Razvoj ruralnog turizma, pored sredstava iz *EAFRD-a*, finansira se na području Evropske unije i iz nacionalnih budžeta država članica, ali i iz privatnih izvora finansiranja. Postoje razlike između država i regiona unutar Evropske unije u modalitetima državne podrške razvoju ruralnog turizma. U cilju definisanja adekvatnih podsticaja potrebne su brojne informacije, kao što je „istraživanje veza između poljoprivrede, zaštite životne sredine, turizma i identifikacija komplementarnosti, konflikata i međuzavisnosti.“ (Roberts and et., 2005)

Razvoj ruralnog turizma bio je podržan u Irskoj iz državnih fondova sa oko 20 miliona evra u dosadašnjem periodu. (Bartlet, 2006) U Velikoj Britaniji su, u cilju razvoja ruralnog turizma, obezbeđivana sredstva iz državnog budžeta. Sredstva su plasirana u vidu kredita, koji su isplaćivani farmerima kroz Vladin plan zajma za raznovrsniju delatnost na farmi, kako bi

se pokrili troškovi nastojanja da se zemlja koristi i u nepoljoprivredne svrhe. (Muhi, 2009) Državna finansijska podrška razvoju ruralnog turizma obezbeđivana je i u Švajcarskoj, a ona se pretežno odnosila na male porodične farme. U ovoj državi je realizovan „primer uspešne ruralne politike, koja predstavlja sintezu agrarne, ruralne i globalne razvojne politike, ali Švajcarska je država koja raspolaže s finansijskim sredstvima da podrži efikasan ruralni razvoj.“ (Pejanović i sar., 2005)

**TABELA 58 PRIKAZ PROJEKATA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA FINANSIRANIH IZ EAFRD-a**

Francuska	Belgija	Velika Britanija
Projekat finansiran iz EAFRD *	Projekat finansiran iz EAFRD ** „Najlepše selo u Valoniji“	Projekat finansiran iz EAFRD *** „Centar Vilih konjica“
Period: 01.04.2011–31.10.2011.	Period: 01.01.2009–01.01.2013.	Period: 05.05.2009–31.03.2010.
Oblast: Severoistočna Francuska	Oblast: Namur, Valonia	Oblast: Istočna Engleska
Ukupna fin. sredstva: 64.250 €	Ukupna fin. sredstva: 500.000 €	Ukupna fin. sredstva: 83.430 €
– EAFRD: 21.200 €	– EAFRD: 200.000 €	– EAFRD: 39.210 €
– Nacionalni budžet: 17.350 €	– Državne subvencije: 200.000 €	– Državne subvencije: 9.450 €
– Privatni izvori fin.: 25.700 €	– Privatni izvori fin.: 100.000 €	– Privatni izvori fin.: 34.770 €
Rezultat: Izgradnja sportskog centra koji je omogućio igranje golfa u zatvorenom prostoru, kreiran novi turistički sadržaj i nova radna mesta.	Rezultat: Audio vodič, kao nova tehnologija za upoznavanje lokalnih vrednosti, proaktivni sajt, na kome su predstavljeni lokalni akteri i lokalno-ekonomska zajednica.	Rezultat: Povećanje turističkog potencijala rezervata prirode Wicken Fen, najstarijeg prirodnog rezervata u Engleskoj i jedne od najvažnijih močvara u Evropi. U rezervatu se nalazi 24 različitih vrsta vilih konjica, što godišnje privuče oko 40.000 turista. U tom cilju je u okviru projekta podignut Centar vilih konjica.
		
Slika br.47 - Segment ruralne turističke ponude Francuske (Izvor: <a href="http://en.gites-de-france.com">http://en.gites-de-france.com</a> )	Slika br.48- Segment ruralne turističke ponude Belgije (Izvor: <a href="http://www.gitesdewallonie.be">http://www.gitesdewallonie.be</a> )	Slika br.49 - Segment ruralne turističke ponude Velike Britanije (Izvor: <a href="http://www.farmstyuk.co.uk">http://www.farmstyuk.co.uk</a> )

Izvori: **Francuska:** [218]; [207b]; **Belgija :** [206]; [231]; [196]; [207c]; **Velika Britanija:** : [221]; [207d].

U tabeli 58 prikazana su tri projekta sufinansirana iz sredstava *EAFRD-a* u periodu 2007.-2013. na području Francuske, Belgije i Velike Britanije. Ove države imaju razvijen ruralni turizam, kao i organizacije (udruženja) pružalaca usluga u ovom vidu turizma.

Francuska je država sa najdužom tradicijom ruralnog turizma. Nacionalna mreža Francuske (*Fédération Nationale des Gîtes de France*) predstavlja prvo evropsko udruženje za ruralni turizam, koje postoji već 100 godina, okuplja preko 30.000 subjekata, koji godišnje ugoste preko dva miliona turista od kojih su 30% stranci. (Curać, 2007)

Belgija ima tri specijalizovana udruženja ruralnog turizma: *Gîtes de Wallonie*, *Logeren in Vlaanderen* i *Accueil Champêtre en Wallonie*. U Velikoj Britaniji postoji specijalizovano udruženje ruralnog turizma - *Farm Stay UK*, a u ovoj državi je realizacija Nacionalnog projekta razvoja ruralnog turizma započela u 1988. godine i od tada se ovaj vid turizma sistemski razvija. Ruralni turizam je u Velikoj Britaniji u 2007. godini zapošljavao preko 380 hiljada stanovnika u 25 hiljada poljoprivredno-turističkih domaćinstava. (Lane, 2007)

Finansiranje (sufinansiranje) ruralnog turizma iz sredstava *EAFRD-a* će se u periodu 2014.-2020. realizovati preko sledećih modaliteta: (Noev, 2013)

- (a) podsticajna sredstva za osnivanje preduzeća koja razvijaju nepoljoprivredne delatnosti u ruralnim područjima (finansijska sredstva do 70.000 evra po korisniku, za mikro i mala preduzeća);
- (b) podsticajna sredstva za obnovu sela i osnovne usluge u ruralnim područjima, korisnici su lokalno-ekonomske zajednice, a investicije mogu da se plasiraju za finansiranje infrastrukture, održavanje i restauraciju kulturnog nasleđa i prirodnih resursa i sl.;
- (c) podsticajna sredstva za razvoj saradnje između farmera, lokalne zajednice, organizacija i drugih subjekata u cilju razvoja ruralnog turizma kroz razvoj marketinga, turističkih usluga, lokalnih tržišta, javno-privatnih partnerstava i klastera;
- (d) podsticajna sredstva u vidu transfera znanja i savetodavnih usluga u cilju razvoja sektora malih i srednjih preduzeća u oblasti ruralnog turizma u ruralnim područjima.

### 9.3. Organizacije ruralnog turizma

Najznačajnije organizacije ruralnog turizma na području Evropske unije su:

- (1) Evropska organizacija za ruralni turizam (*EUROGITES*);
- (2) Evropsko veće za sela i male gradove (*ECOVAST*);
- (3) Evropski centar za eko i seoski turizam (*ECEAT*);
- (4) Internacionalna asocijacija eksperata u ruralnom i agroturizmu (*IAERT*).

**Evropska organizacija za ruralni turizam** (*European Federation for Farm and Village Tourism - EuroGites*) je najznačajnija organizacija ruralnog turizma na području Evropske unije. Osnovana je 29. septembra 1990. godine u Portugalu u cilju definisanja evropskog koncepta ruralnog turizma. Pored navedenog *EuroGites* ima i sledeće ciljeve: (a) da definiše standarde ruralnog turizma; (b) da doprinese očuvanju i kvalitetu života u ruralnim oblastima Evrope; (c) da doprinese očuvanju životne sredine; (d) da ponudi alternativu masovnom turizmu. (Čomić, 2001) Sedište *EuroGites-a* je u Strazburu, u Francuskoj. Na web-sajtu ove organizacije predstavljen je zajednička ruralna turistička ponuda zemalja članica, a turistima se garantuje kvalitet u skladu sa definisanim standardima. Članice *EuroGites-a* su: Austrija, Belarusija, Belgija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Kipar, Češka Republika, Estonija, Francuska, Gruzija, Nemačka, Grčka, Mađarska, Izrael, Italija, Letonija, Litvanija, Luksemburg, Norveška, Poljska, Portugal, Rumunija, Rusija,

Srbija, Slovačka, Slovenija, Španija, Švajcarska i Velika Britanija. Aktuelna ruralna turistička ponuda ove organizacija obuhvata oko 400.000 subjekata ruralnog turizma koji ukupno raspolažu sa oko 3,6 miliona ležaja. [209]

*Evropsko veće za sela i male gradove (European Council for the Village and small Town - ECOVAST)* je međunarodna organizacija koja je osnovana 1984. godine u Nemačkoj i čija je misija unapređenja dobrobiti seoskih zajednica i očuvanja ruralnog nasleđa Evrope. U okviru svog delovanja *ECOVAST* podstiče i podržava privrednu, društvenu i kulturnu vitalnost, kao i identitet ruralnih zajednica širom Evrope i zalaže se za očuvanje, ali i obnovu ruralnog nasleđa. Ova organizacija je 1994. godine usvojila Strategiju za ruralnu Evropu, gde je u okviru ciljeva ruralnog razvoja istaknut i ruralni turizam, koji podstiče ekonomski razvoj, ali i zaustavlja depopulaciju ruralnih područja. U skladu sa usvojenom Strategijom „u cilju izbegavanja nepovoljnih uticaja ruralnog turizma potrebno je da se na lokalnom nivou formira menadžment koji će upravljati razvojem ruralnog turizma na održivim osnovama i koji će precizno definisati razvojne ciljeve.“ [201]

*Evropski centar za eko i seoski turizam (European Centre for Eco Agro Tourism - ECEAT)* je nezavisno i neprofitno udruženje koje okuplja nacionalne *ECEAT* organizacije. Ovo udruženje formirano je 1992. godine iz pilot programa odmora na organskim farmama u Čehoslovačkoj, a osnovale su ga organizacije posvećene razvoju seoskog, eko, odnosno održivog turizma iz Holandije, Nemačke, Švedske, Češke i Portugala. Osnovni cilj *ECEAT-a* je razvoj i unapređivanje turizma koji potpomaže razvoj organske poljoprivrede, održivo korišćenje zemljišta, zaštitu prirode, razvoj sela i zaštitu kulturnog nasleđa. (Košić, 2012)

*Internacionalna asocijacija eksperata u ruralnom i agroturizmu (International Association of Experts in Rural Tourism - IAERT)* ima sedište u Perudi, a misija ove organizacije je istraživanje različitih aspekata u ruralnom turizmu u okviru strategije integralnog i održivog ruralnog razvoja. (Čomić, 2001)

## **9.4. Razvijenost i modaliteti finansiranja ruralnog turizma u pojedinim državama**

Za definisanje modaliteta finansiranja ruralnog turizma, kao i za kreiranje ruralne turističke ponude u Republici Srbiji značajna su, uporediva i primenjiva iskustva zemalja u okruženju: Slovenije, Hrvatske, Mađarske, Austrije i Rumunije. Posebno su značajna iskustva Republike Slovenije čiji bi primer mogao da budu potencijalni model razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.

### **9.4.1. Republika Slovenija**

Prema kategorizaciji Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (*OECD*) celokupna teritorija Republike Slovenije je ruralno područje, pri čemu je 58,65% pretežno, a 41,35% umereno ruralno područje. Ruralni turizam je u ovoj državi „važna komponenta privredne i političke strategije, kao i nacionalnog imidža.“ (Nylander, Hall, 2005)

#### **9.4.1.1. Razvoj ruralnog turizma**

Početni oblici ruralnog turizma bili su prisutni na području Republike Slovenije još pre Drugog svetskog rata, ali se njegov razvoj organizovano i sistemski podstiče od 70-tih godina XX veka. Razvoj ruralnog turizma bio je iniciran potrebom da poljoprivredna gazdinstva

ostvare dodatne prihode s obzirom na to da su ostvareni u poljoprivredi bili nedovoljni, jer domaćinstva u proseku raspolažu sa svega 6,5 hektara obradivog zemljišta. Razvoj ruralnog turizma imao je brojne ekonomske i neekonomske efekte, od kojih je naznačajnije smanjenje demografskoj praznjenja sela. Prema pojedinim autorima razvoj ruralnog turizma posredno „štiti i čuva identitet slovenskog ruralnog područja.“ (Kulovec i dr., 2010)

Razvoj ruralnog turizma u Republici Sloveniji bio je podržan aktivnom stručnom podrškom poljoprivrednih zadruga i savetodavnih službi. Komora za poljoprivredu i šumarstvo imala je veoma značajnu ulogu u početnoj fazi razvoja ruralnog turizma, jer je organizovala kurseve, odnosno osnovnu edukaciju koja je bila uslov za registraciju delatnosti ruralnog turizma na poljoprivrednom gazdinstvu. Kursevi su bili obavezni do pre deset godina i obuhvatali su osnovno osposobljavanje u trajanju od 70 časova. Edukacija se sastojala od opšteg i praktičnog dela. Opšti deo obuhvatao je teoretski deo o turizmu, očuvanju kulturnog nasleđa i oblikovanju turističke ponude, trendovima u turizmu, zakonskim propisima, prodaji, promociji, uređenju prostora, ophođenju s gostima, a sadržali su i obuku iz pripremanja, higijene i posluživanja hrane. Na kraju kursa polagao se ispit, koji se sastojao od seminarskog rada u okviru koga je svaki polaznik predstavio program turističke delatnosti na svom poljoprivrednom gazdinstvu.

**TABELA 59 DELATNOSTI NA PORODIČNIM FARMAMA U REPUBLICI SLOVENIJI**

Vrsta delatnosti	Br. farmi	Br. farmi	Index 2003/2005	Struktura (%)	
	2003.	2005.		2003.	2005.
Razne usluge	261	1.015	388,8	20,7	47,3
Turizam	337	458	135,9	26,7	21,3
Prerada polj. proizvoda	26	336	163,1	16,3	15,6
Zanati	36	143	397,2	2,8	6,7
Aranžiranje cveća	57	96	168,4	4,5	4,5
Proizvodnja energije iz obnovljivih izvora	23	43	186,9	1,8	2,0
Edukacija	20	34	170	1,6	1,6
Prodaja	7	19	271,4	0,5	0,9
Prikupljanje i kompostiranje organskog materijala	6	11	183,3	0,5	0,5
Poljoprivreda	8	11	137,5	0,5	0,5
<b>Ukupno:</b>	1.262	2.148	170,2	100,0	100,0

Izvor: [159; pp.49]

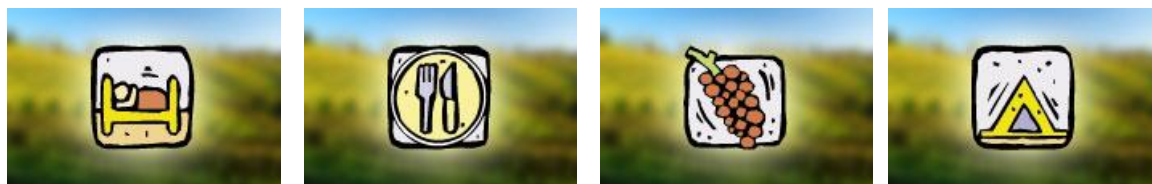
Uloga poljoprivredne komore, odnosno savetodavnih službi, i danas je veoma značajna i podrazumeva brojna ocenjivanja usluga u turističkim domaćinstvima, kao i ocenu turističkih manifestacija. Navedeno je bitno u cilju podizanja kvaliteta usluga i razvoja turističkih sadržaja, kao značajnog segmenta moderne ruralne turističke ponude. U aktuelnom trenutku 50 od ukupno 300 savetodavaca, koliko zapošljavaju savetodavne službe, zaduženo je za dopunske delatnosti na poljoprivrednim gazdinstvima.

Ruralni turizam je najzastupljenija nepoljoprivredna delatnost na porodičnim farmama, na osnovu podataka prikazanih u tabeli 59. Prema pojedinim autorima „kmečki turizam je dopunsko mestimično i veoma značajno proizvodno usmerenje seljačkih gospodarstava.“ (Koščak, 1995)

#### 9.4.1.2. Aktuelna razvijenost ruralnog turizma

Aktuelna razvijenost ruralnog turizma u Republici Sloveniji je rezultat finansijske i strateške podrške države, aktivnog apliciranja za sredstva iz evropskih fondova i pravilnog pristupa subjekata ruralnog turizma, koji su shvatili da im samo udruživanje i specijalizacija mogu da omoguće prosperitet.

Prema aktuelnim propisima u Republici Sloveniji postoje četiri vrste turističkih farmi: (a) farme koje pružaju usluge smeštaja; (b) izletničke farme (samo dnevne posete bez ponude prenoćišta); (c) vinotočja; (d) kampovi. [195] Postoje posebne oznake za svaki od navedenih turističkih subjekata. (Slike br.50,51,52 i 53).



Slike br.50, 51, 52 i 53 - Oznake: turističke farme s uslugom smeštaja, izletničke farme, vinotočja i turističkog kampa  
Izvor: [169]

U Republici Sloveniji, prema aktuelnim podacima, ima 850 registrovanih turističkih farmi, od kojih 390 pružaju usluge smeštaja i ukupno raspolažu sa 4.800 ležaja. Izletničkih farmi ima 330, a vinotočja 129. U skladu sa aktuelnim propisima turistička farma može da ima maksimalno 10 soba, odnosno 30 ležaja za smeštaj turista, kao i maksimalno 60 sedećih mesta u ugostiteljskoj delatnosti. Normativno je definisana obaveza turističkih farmi da u ugostiteljskoj ponudi imaju najmanje 30% poljoprivredno-prehrambenih proizvoda iz sopstvene proizvodnje, 30% mogu da kupe u trgovini, a ostale su u obavezi da pribave od drugih poljoprivrednih proizvođača iz okruženja. [169]

Poljoprivredna turistička gazdinstva koja pružaju usluge smeštaja, prema aktuelnim propisima, mogu da se registruju kao: (a) ekološko turističko poljoprivredno gazdinstvo; (b) turističko poljoprivredno gazdinstvo sa ponudom za zdrav život; (c) turističko poljoprivredno gazdinstvo za porodice sa decom; (d) turističko poljoprivredno gazdinstvo za decu bez pratnje roditelja; (e) turističko poljoprivredno gazdinstvo za bicikliste; (f) turističko poljoprivredno gazdinstvo sa vinogradom; (g) turističko poljoprivredno gazdinstvo za invalide. [195]



Slika br.54, 55, 56 i 57 - Oznaka I kategorije kvaliteta, spoljni izgled turističke farme koja ima I kategoriju kvaliteta i njen enterijer: segment dnevnog boravka i spavaće sobe (Izvor: Radović G.)

Prema aktuelnoj Strategiji razvoja turizma u Republici Sloveniji prosečna popunjenost kapaciteta u ruralnom turizmu je 75 dana, a objektivno je moguća 100 dana u toku jedne kalendarske godine. [163] Kvalitet usluga ruralnog turističkog proizvoda označava se brojem jabuka. Prva kategorija se označava sa četiri jabuke i karakteriše je, pored kvaliteta usluge smeštaja i ishrane i raznovrsna ponuda turističkih sadržaja. Aktuelne cene ruralne turističke ponude predstavljene su u tabeli 60. Cene su propisane za svaku kategoriju i vrstu usluge na nacionalnom nivou. Prema oceni vlasnika turističkih farmi, ostvareni prihodi im omogućavaju samo delimično samofinansiranje delatnosti, a porez je izuzetno visok. Poreska stopa na usluge ishrane je 9,5 % (do 2012. godine bila je 8%), a na usluge smeštaja 22 %.

**TABELA 60 CENE USLUGA U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SLOVENIJI**

	<b>Jednostavna soba i dobra ponuda (III i IV kategorija)</b>	<b>Vrlo dobra ponuda (II kategorija)</b>	<b>Odlična ponuda, visoki stepen komfora (I kategorija)</b>
<b>Noćenje sa doručkom</b>	25 €	30 €	33 €
<b>Polupansion</b>	30 €	33 €	36 €
<b>Najam apartmana</b>	20 €	25 €	30 €

Izvor: [169]

Udruženje turističkih farmi (*The Association of Tourist Farms of Slovenia*) osnovano je 1997. godine, a u okviru njega postoji Udruženje koje je zaduženo za marketing ruralnog turizma, koje ima i značajnu ulogu u postupku donošenja propisa s obzirom na to da ga državni organi izuzetno uvažavaju. Udruženje uspešno saraduje sa Turističkom organizacijom Slovenije. Ponuda svih poljoprivredno-turističkih gazdinstava nalazi na zvaničnom državnom portalu, a štampani su i reklamni katalozi na šest evropskih jezika. Udruženje je, pored promocije, zaduženo i za prodaju, te oblikovanje robne marke slovenačkog ruralnog turističkog proizvoda. Delatnost udruženja je vezana i za tržišna istraživanja, saradnju sa sličnim udruženjima i kontinuiranu edukaciju farmera koji se bave ruralnim turizmom. Udruženje je u saradnji sa Zavodom za poljoprivredu realizovalo brojne prekogranične projekte u cilju promocije ruralnog turizma, a posebno u cilju predstavljanja nacionalne gastronomije. [239]

### 9.4.1.3. Finansiranje ruralnog turizma

Nacionalna budžetska sredstva su bila jedini izvor finansijske podrške razvoja ruralnog turizma u periodu od 70-tih godina XX veka do 2000. godine, kada je Slovenija ostvarila pravo na sredstva iz pretpristupnog programa *SAPARD*. Republika Slovenija je u pretpristupnom periodu (1996.-2003.godina) uvećala agrarni budžet za oko sedam puta (sa 65 miliona evra na blizu 428 miliona evra), a prosečno je 30% sredstava agrarnog budžeta u ovom periodu izdvajano za ruralni razvoj. Podrška države razvoju ruralnog turizma bila je u vidu podsticaja (bespovratnih sredstava) i kreditiranja pod povoljnim uslovima, a realizovala se na državnom i na nivou lokalnih samouprava.

Evropska unija je 1999. godine obezbedila posebnu pomoć u pretpristupnom periodu za deset država kandidata u obliku Programa za poljoprivredu i ruralni razvoj - *SAPARD* (*Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development*). Ukupna raspoloživa sredstva za Republiku Sloveniju iznosila su 38 miliona evra, od toga je 66,6% bilo obezbeđeno iz bužeta Evropske unije, a preostali deo finansiran je iz nacionalnog budžeta. Od ukupnih finansijskih sredstava *SAPARD-a* u razvoj ruralne infrastrukture i diverzifikaciju ruralnih ekonomija uloženo je 24%. [160] U okviru *SAPARD-a* vrednost sredstava za meru 3, koja se odnosi na privrednu diverzifikaciju na poljoprivrednom gazdinstvu, iznosila je 4.739.434 evra. Od državnih sredstava je za navedenu meru, a po osnovu Programskog dokumenta 2004.-2006. godina, bilo izdvojeno 9.427.638 evra. Značajan deo navedenih sredstava uloženi je u razvoj turizma na poljoprivrednim gazdinstvima. (Kulovec i sar., 2010) Finansijska podrška iz državnog budžeta (budžeta Ministarstva poljoprivrede) za diverzifikaciju ruralne ekonomije, čiji je važan segment bio ruralni turizam, u periodu 2008.-2012.godina, prikazana je u tabeli 61.

**TABELA 61 PODSTICAJI IZ BUDŽETA MINISTARSTVA POLJOPRIVREDE REPUBLIKE SLOVENIJE ZA RAZVOJ NEPOLJOPRIVREDNIH DELATNOSTI (u 000 €)**

Godine	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Diverzifikacija u nekmetske delatnosti	3.850	4.412	3.335	2.763	4.664

Izvor: [164; str.48]

Republika Slovenija je za finansiranje poljoprivrede i ruralnog razvoja u programskom periodu 2007.-2013. imala na raspolaganju 900.266.729 evra sredstava iz bužeta Evropske unije. Ukupna raspoloživa finansijska sredstva Republike Slovenije (iz budžeta EU i nacionalnog budžeta) u periodu 2007.- 2013.godina prikazana su u tabeli 62. U strukturi sredstava za ključne ose za razvoj ruralnog turizma: osu 3, odnosno meru 311 (diverzifikacija ruralne ekonomije u nepoljoprivredne delatnosti) i osu 4, odnosno *Leader* pristupa (izradu lokalnih strategija i rad lokalnih akcionih grupa), bilo je ukupno rezervisano 14% sredstava.

U finansiranje razvoja ruralnog turizma u Republici Sloveniji, u periodu od 01.01.2007. do 31.12.2012. godine, ukupno je plasirano 26 miliona evra na osnovu 208 zahteva. Sredstva su obezbeđena po principu sufinansiranja (25% iz nacionalnog budžeta, 75% iz budžeta Evropske unije), a po osnovu mera 311 i 312. [169a] U navedenom periodu za finansiranje ruralnog turizma, u okviru mere 311, isplaćeno je 14,5 miliona evra (na osnovu 126 zahteva). Za finansiranje ruralnog turizma, u okviru mere 312, isplaćeno je 11,5 miliona evra (na osnovu 82 zahteva). [177] Republika Slovenija mogla je u programskom periodu 2007.-2013. da koristi za finansiranje ruralnog turizma i osu 4 - *Leader pristup*.



Struktura finansiranja za *Leader pristup* bila je 5% nacionalnih sredstava (nove članice 2,5%) i 55%-80% sredstava iz evropskih fondova. [216]

**TABELA 62 SREDSTVA ZA FINANSIRANJE POLJOPRIVREDE I RURALNOG RAZVOJA U REPUBLICI SLOVENIJI U PERIODU 2007.-2013.**

	Sredstva iz državnog budžeta (mil. €)	Sredstva iz budžeta EU (mil. €)
<b>Osa 1</b>	399	300
<b>Osa 2</b>	587	470
<b>Osa 3</b>	132	99
<b>Osa 4 – Leader</b>	33	27
<b>Tehnička pomoć</b>	6	4
<b>Ukupno:</b>	<b>1.157</b>	<b>900</b>

*Izvor: [161; pp.5]*

Poljoprivredno turistička gazdinstva (kmetije) mogla su, u programskom periodu 2007. - 2013. godina, pojedinačno da ostvare pravo na finansijsku podršku: (a) po osnovu mere 311 od 3.500 evra do 200.000 evra; (b) po osnovu mere 312 od 20.000 evra do 200.000 evra; (c) po osnovu mere 322 od 10.000 evra do 750.000 evra; (d) po osnovu mere 323 od 3.000 evra do 200.000 evra; (e) po osnovu mera 411,412,413 od 2.000 evra do 70.000 evra. [161]

#### 9.4.1.4. Primeri dobre prakse

*Turistička farma „Govc-Vršnik“* nalazi se u Savinjskoj oblasti na 680 metara nadmorske visine. Porodica Govc-Vršnik počela je da se bavi ruralnim turizmom 1960. godine, jer su prihodi od poljoprivrede bili nedovoljni za egzistenciju, iako se farma prostire na 80 hektara. U početnoj turističkoj ponudi bile su zastupljene samo ugostiteljske usluge, a postepeno su gradili i smeštajne kapacitete. Finansiranje je realizovano kreditnim i sredstvima iz evropskih fondova. Vlasnici su bespovratna sredstva, u iznosu od 30.000 evra, dobili 2007. godine, a uložili su ih za izgradnja bazena, saune i opremanje kupatila. U strukturi dobijenih sredstava, 60% su bila sredstva iz evropskih fondova, a preostali deo su bila sredstva iz budžeta Republike Slovenije.

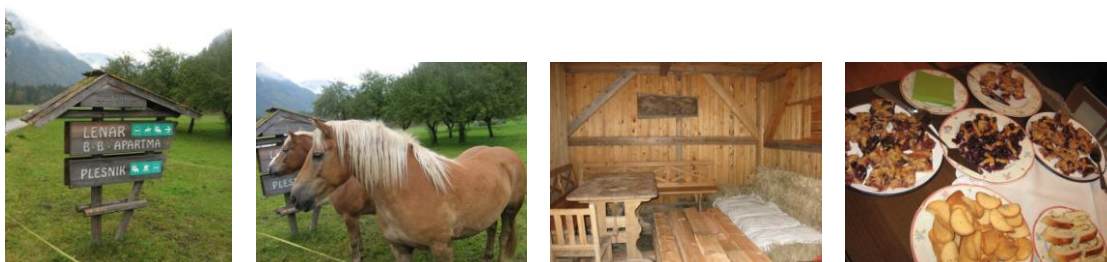


Slike br.58, 59, 60 i 61 - Turistička signalizacija na ulazu, izgled spavaće sobe, trpezarije i spoljni izgled turističke farme „Govc - Vršnik“. (Izvor: Radović G.)

Turistička farma „Govc-Vršnik” se pored turističke delatnosti, bavi i povrtarstvom, voćarstvom i stočarstvom, a poseduje i registrovanu klanicu za prasiće. Pored šestočlane porodice zapošljava i tri radnika.

**Turistička farma „Lenar“** ima najrazvijeniju ruralnu turističku ponudu u Logarskoj dolini. Gazdinstvo se prostire na 180 hektara, a četvoročlana porodica, pored turizmom bavi se i šumarstvom, odnosno prodajom drveta. Vlasnik farme je dugogodišnji direktor zajedničkog preduzeća koje su meštani osnovali u cilju dobijanja koncesije za upravljanje Logarskom dolinom. Meštani, po osnovu dobijene koncesije za upravljanje javnim dobrom, a u cilju zaštite prirode, naplaćuju izletnicima parking. Od prikupljenih sredstava isfinansirali su izgradnju saobraćajne i komunalne infrastrukture. Zajedničko preduzeće je zaslužno i za ubrzani razvoj ruralnog turizma s obzirom na to da je objedinjena turistička ponuda, tako da turisti mogu u jednom domaćinstvu da budu smešteni, u drugom da se hrane, a u trećem da koriste različite turističke sadržaje.

Turistička farma „Lenar” u ponudi ima prenoćište sa doručkom, ali i brojne turističke sadržaje, koji obuhvataju mini ergelu konja, ekskluzivne primerke vijetnamskih svinja, kao i odmor u specijalnoj dnevnoj sobi, gde su fotelje napravljene od slame. Prema rečima vlasnika farme „bez kvalitetnih turističkih sadržaja nema ozbiljnog bavljenja ruralnim turizmom s obzirom na to da oni omogućavaju produženje turističke sezone i rast prihoda”.



Slike br.62, 63, 64 i 65 - Turistička signalizacija na ulazu, mini ergela, prostorija za dnevni odmor i segment gastronomske ponude na farmi „Lenar“ (Izvor: Radović G.)

Turističkoj farmi u Republici Sloveniji, da bi mogla da opstane u savremenim uslovima, potrebno je da godišnje ostvari oko 3.000 noćenja. U cilju realizacije navedenog turističkog prometa, meštani Logarske doline planiraju da ponudu turističkih sadržaja upotpune sa različitim tematskim putevima, adrenalinskim sportovima, alpinizmom, kajakom na vodi i sl. Za finansiranje ovih investicija planiraju da konkurišu za sredstva iz evropskih fondova. Prema aktuelnom modelu finansiranja ruralnog turizma, na koji ima pravo Republika Slovenija, odnosno njeni stanovnici, 50% investicije se finansira iz EAFRD-a, a preostalih 50% iz nacionalnog budžeta ili sopstvenih sredstava.

#### 9.4.2. Republika Hrvatska

U Republici Hrvatskoj se 91,6% ukupne teritorije klasifikuje, prema kategorizaciji Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), kao ruralno područje, gde živi 47,6% od ukupnog broja stanovnika. Ruralni prostor predstavlja veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma, koji je u Hrvatskoj počeo intenzivnije da razvija od početka 90-tih godina XX veka. Značajan podstrek razvoju predstavljalo je donošenje Nacionalnog programa „Razvoj malog i srednjeg preduzetništva u turizmu s naglaskom na održivom razvoju turizma u ruralnom prostoru“, koji je Vlada Republike Hrvatske usvojila 1999. godine. (Svržnjak i sar., 2014)

Broj registrovanih turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava (*TSOG*) u 1998. godini bio je svega 32, a za nepunih deset godina, u 2007. godini, on je povećan na 352. U Republici Hrvatskoj je u decembru 2014. godine bilo ukupno 470 turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava. Ruralni turizam je nejednako razvijen po pojedinim županijama, a najrazvijeniji je u Istarskoj, Zadarskoj i Osječko-baranjskoj županiji. (Demonja, Ružić, 2010)



Slike br. 66 i 67 - Turističko seljačko obiteljsko gospodarstvo na Hrvatskom primorju i prostorija za posluživanje hrane (Izvor: <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=HR>)

Subjekti ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj mogu da se registruju kao: (a) turistička seljačka obiteljska gospodarstva (gazdinstva); (b) vinotočja na vinskih cestama; (c) kušaonice; (d) izletišta, objekti tradicionalnog pripremanja i usluživanja toplih i hladnih jela, kao i pića; (e) smeštaj u ruralnom prostoru (vinotočja sa ponudom smeštaja, tradicionalne i druge ruralne kuće za odmor, „*bed and breakfast*“ (b&b), ruralni hoteli, sobe, apartmani, kampovi i ruralna kamp odmorišta; (f) stara sela (eko-etno sela) i domaćinstva sa zbirkom etnografskih predmeta; (g) eko-gospodarstva (gazdinstva) i organska (ekološka) poljoprivreda; (h) male etnografske zbirke; (i) tradicionalni zanati, kreativne radionice i izvorni suveniri; (j) tematske ceste i putevi, staze i itinereri na ruralnom prostoru. (Demonja, Ružić, 2010)

Normativnim aktima (pravilnicima) regulisano je u Republici Hrvatskoj da turistička seljačka obiteljska gospodarstva (gazdinstva) mogu da raspolažu maksimalno sa 10 soba, odnosno sa 20 ležaja. Kvalitet usluga u ruralnog turizmu klasifikuje se u tri kategorije (sobe), a apartmani se kategorišu u samo dve kategorije. (Ružić, 2009)

#### 9.4.2.1. Finansiranje ruralnog turizma

Finansiranje ruralnog turizma na području Republike Hrvatske realizovalo se u pretpripravnim periodu uz finansijsku podršku države i pretpripravnih fondova Evropske unije. Državna finansijska podrška manifestovala se u bespovratnim i kreditnim sredstvima, a realizovala se preko: Ministarstva poljoprivrede, Ministarstva turizma, Ministarstva privrede, budžeta pojedinih županija i lokalnih samouprava. Krediti uz subvencionisanu kamatnu stopu realizovali su se preko Hrvatske banke za obnovu i razvoj (*HBOR*).

Finansijska podrška u početnim godinama razvoja ovog vida turizma u Republici Hrvatskoj plasirala se pretežno uz podršku Ministarstva poljoprivrede, a bila je realizovana „kao odgovor na neželjene demografske, ekonomske i socio-kulturne procese koji su se javili u nekim delovima ruralnog prostora, tokom industrijalizacije i deagrarijacije.“ (Kušen, 1995) Ministarstvo poljoprivrede dodeljivalo je od 2008. godine bespovratna sredstva za podsticanje razvoja ruralnog turizma. (Demonja, Ružić, 2010) Ministarstvo poljoprivrede finansiralo je ruralni turizam kroz projekat razvoja seoskog, lovnog i ribolovnog turizma, kao i putem podsticaja za poljoprivrednu proizvodnju, ribolov i šumarstvo. (Rajko i sar., 2007) Izvori

finansiranja ruralnog turizma bila su i sredstva Ministarstva privrede (podsticajna sredstva i mikrokreditiranje preduzetnika).

Ministarstvo turizma realizovalo je od 2005. godine „Program podsticanja, zaštite, obnove i uključivanja u turizam baštine u turistički nerazvijenim područjima.“ Programi od značaja za razvoj ruralnog turizma bili su: (1) Program podsticaja zaštite, obnove i uključivanja u turizam prirodne i kulturne baštine u turistički nerazvijenim područjima (sprovodi se od 2000.godine); (2) Program razvoja tematskih turističkih puteva (sprovodi se od 2007. godine); (3) Program podsticanja izrade izvornih hrvatskih suvenira (sprovodi se od 2007. godine); (4) Program podsticaja za povećanje konkurentnosti turističkog tržišta (programi edukacije). (Rajković, 2007)

Programi u okviru kojih Ministarstvo turizma subvencionise kamatnu stopu su: (1) Program kreditiranja „Podsticaji za uspeh“ (sprovodi se od 2002. godine); (2) Program kreditiranja „Razvoj turizma na selu“ (sprovodi se od 2007. godine). (Rajković, 2007) Navedene programe Ministarstvo turizma realizuje preko Hrvatske banke za obnovu i razvoj (*HBOR*).

Kreditiranje malog porodičnog preduzetništva u turizmu, u okviru programa „Podsticaji za uspeh“ može da se realizuje u cilju finansiranja: [174]

(a) izgradnje smeštajnih kapaciteta (manji objekti) - krediti se odobravaju na rok 5-20 godina, sa dve godine grejs perioda, uz kamatnu stopu 3-4%, odnosno 1,5%-2% u drugoj polovini perioda otplate kredita;

(b) obnove starih kuća u skladu sa izvornom tradicionalnom i ambijentalnom arhitekturom u cilju korišćenja za smeštajne objekte u ruralnom turizmu - Program: „Pod stoljetnim krovovima“, krediti se odobravaju na rok 10-20 godina, uz grejs period dve godine i kamatnu stopu 5%, odnosno 3% u drugom periodu otplate kredita;

(c) refinansiranje postojećih kredita (korišćenih za ulaganja u male objekte za smeštaj), krediti se odobravaju na rok 10-20 godina, uz grejs period dve godine i kamatnu stopu 4-5% , odnosno 2-3% u drugoj polovini perioda otplate kredita.

Ministarstvo turizma i Hrvatska banka za obnovu i razvoj (*HBOR*) odobravaju kredite u skladu sa programom „Razvoj turizma na selu“ u cilju podrške razvoju ruralnog turizma. Korisnici kredita mogu da budu privatna i pravna lica upisana u registar poljoprivrenih gazdinstava i registrovana za obavljanje ugostiteljske i turističke delatnosti. Krediti se plasiraju u visini od 10.000-200.000 evra, uz kamatnu stopu od 2% na godišnjem nivou. Krediti mogu da se plasiraju za obnovu tradicionalnih kuća, nadogradnju i adaptaciju postojećih, za opremanje i izgradnju novih objekata, za nabavka opreme, kreiranje turističkih sadržaja, kao i za uređenje okoline objekta koji se koristi u ruralnom turizmu. [174] U okviru programa „Razvoj turizma na selu“ plasirani su, zaključno sa 30.11.2012. godine, krediti u ukupnom iznosu od 13.187.946,60 hrvatskih kuna. [178]

Republika Hrvatska je u okviru pretpripravnih programa imala pravo na sredstva iz *SAPARD* i *IPARD* programa. U periodu od 2007. - 2011. godina putem *IPARD* programa korisnicima u Republici Hrvatskoj bilo je dostupno 179 miliona evra. [226] Sredstva iz *IPARD* programa mogli su da dobiju subjekti koji se bave ruralnih turizmom, koji su morali da budu registrovani u skladu sa Zakonom o ugostiteljskoj delatnosti, mogli su da imaju najviše 20 ležaja, a maksimalni iznos sredstava po projektu mogao je da bude jedan milion hrvatskih kuna, odnosno 50% vrednosti investicije. (Vidaković, Pavlović, 2010)

Hrvatska banka za obnovu i razvoj (*HBOR*) od 2011. godine odobrava kredite u cilju obezbeđivanja (sufinansiranja) sredstava za realizaciju programa iz mere 302 u okviru *IPARD* programa (za diverzifikaciju i razvoj ruralnih privrednih aktivnosti). Zaključno sa 30.11.2012.

odobreno je u ove svrhe ukupno 50,98 miliona hrvatskih kuna za projekte vezane za razvoj ruralnog turizma (ukupno 31 projekat). [178]

Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj bio je finansiran i iz prekograničnih projekata. U tom cilju realizovan je trilateralni *INTERREG PROJEKAT* Hrvatska-Slovenija-Mađarska, čija je ukupna vrednost bila 523.000 evra, od čega je Republika Hrvatska ostvarila pravo na 113.000 evra iz evropskih fondova. Rezultat projekta predstavljaju za 5% veći prihodi ruralnog turizma, 20% povećanje broja turista i 20% novih turističkih sadržaja. U cilju finansiranja ruralnog turizma realizovan je i prekogranični projekat „Bogatstvo ruralnog prostora“. Projekat je realizovan u saradnji sa Republikom Slovenijom a u cilju očuvanja kulturne baštine te njene promocije u svrhu razvoja ruralnog turizma. Vrednost projekta bila je 440.000 evra, a Republika Hrvatska je ostvarila pravo na 100.000 evra. U svrhu finansiranja ruralnog turizma realizovan je i prekogranični projekat „Wellness 3“ s ciljem da se oblikuje integralni turistički proizvod sastavljen od tri segmenta: (1) aktivnog odmora; (2) doživljaja prirode i (3) spoja gastronomije i kulture, a u cilju povezivanja i udruživanja ponude ruralnog prostora u jednu celinu.

Republika Hrvatska je po osnovu pristupanja Evropskoj uniji ostvarila pravo na sredstva iz *EAFRD-a*, te se finansiranje razvoja ruralnog turizma realizuje uz podršku (sufinansiranje) ovog Fonda.

### 9.4.3. Republika Mađarska

Ruralni turizam je počeo da se razvija u Mađarskoj u XIX veku, a u periodu pre Drugog svetskog rata činio je 35-45% ukupnog turističkog prometa ove države. Ruralni turizam je skoro potpuno iščezao posle 1945. godine zbog brojnih ograničenja. Ograničenja su bila uzrokovana finansijskom krizom, nedostatkom institucionalnog okvira, nerazvijenosti regiona koji poseduju najatraktivnije resurse za razvoj ruralnog turizma, nedostatkom kvalitetnih smeštajnih kapaciteta u selima, kao i nedostatkom interesa turističkih organizacija za ovaj vid turizma zbog niske profitabilnosti.

Razvoj ruralnog turizma bio je potenciran u regionalnim razvojnim planovima od 60-tih godina XX veka, a u cilju smanjenja razlika u privrednoj razvijenosti između razvijenog zapadnog i nerazvijenog istočnog dela zemlje. Konkretna realizacija planiranih aktivnosti realizovana je tek 1997. godine na inicijativu Vlade, koja je putem regionalnih razvojnih agencija i turističkih organizacija pružila snažnu podršku razvoju ruralnog turizma.



Slike br.68 i 69 - Znak Nacionalne organizacije ruralnog turizma i poznati deo gastronomske ponude „mađarski paprikaš“ (Izvor: <http://www.falusiturizmus.hu> )

---

Broj registrovanih smeštajnih kapaciteta u 1998. godini bio 2.000, početkom XXI veka 6.675, a aktuelni broj ležaja je oko 47.000, što je rezultat stalno rastuće tražnje. Procenjuje se da danas ruralna turistička ponuda predstavlja 5% ukupne turističke ponude ove zemlje. Razvoj ruralnog turizma u Mađarskoj je i rezultat aktivnosti *Hungarian Federation of Rural and Agrotourism*. Najvažniji cilj delovanja Federacije je da se putem razvoja ruralnog turizma omogući poboljšanje uslova života seoskog stanovništva. [220]

Kategorije kvaliteta u ruralnom turizmu Mađarske označavaju se suncokretima. U ovoj državi prema aktuelnoj kategorizaciji iz 2013. godine prevladuje I i II, a IV kategorije kvaliteta skoro da i nema.

#### 9.4.3.1. Finansiranje ruralnog turizma

Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja je, pre pristupanja Mađarske Evropskoj uniji, dodeljivalo subvencije za razvoj agroturizma. U periodu između 2000.-2004. godine obezbeđena je podrška za razvoj ruralnog turizma kroz pretpristupni program *SAPARD*. Od planirane *SAPARD* podrške za diverzifikaciju aktivnosti i razvoj ekonomskih aktivnosti koje obezbeđuju alternativne izvore prihoda u ruralnim područjima iskorišćeno je samo 15% ili 354.158 evra. Iskorišćeni iznos je bio neznatan u odnosu na raspoloživih 1.230.980 evra *SAPARD* podrške za navedene aktivnosti, koje su podrazumevale i razvoj ruralnog turizma. [120]

Nakon pristupanja Mađarske Evropskoj uniji, u maju 2004. godine, kreiran je Nacionalni razvojni plan za period 2004.-2007.godina, koji je obuhvatio pet ključnih programa, a jedan od njih je i poljoprivreda i ruralni razvoj (sadržao je i plan razvoja ruralnog turizma). Mađarska je, kao članica Evropske unije, sačinila Nacionalni razvojni plan za period 2007-2013. godina, koji je sadržao i novi „Ruralni razvojni plan Mađarske.“ [120]

Finansiranje ruralnog turizma u Mađarskoj realizovano je i iz sredstava: (a) Evropske investicione banke (*EIB*); (b) prekograničnih projekata; (c) Evropskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (*EAFRD-a*). [220] Evropska investiciona banka (*EIB*) je tokom 2011. godine sufinansirala ruralne razvojne programe u Mađarskoj sa 300 miliona evra, a u okviru ovih programa finansiran je i razvoj agroturizma. [202] U okviru prekograničnog projekta između Mađarske i Hrvatske, u periodu 2007.-2013. godina bilo je opredeljeno ukupno 25.088.624 evra za održivi razvoj životne sredine i turizam, od čega je iz sredstava Evropske unije bilo rezervisano 21.325.330 evra, a 3.763.294 evra je obezbeđeno iz nacionalnih fondova.[213]



Slike br.70 i 71 - Segmenti ruralne turističke ponude Republike Mađarske  
(Izvor: <http://www.falusiturizmus.hu> )

**TABELA 63 PRIKAZ PROJEKATA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA  
U REPUBLICI MAĐARSKOJ FINANSIRANIH IZ EAFRD-a**

Projekat razvoja živinarskih farmi i diverzifikacija aktivnosti na farmi kroz razvoj agroturizma*	Projekat razvoja eko- farmi i ruralnog turizma**	Projekat novih organskih vinograda***	Projekat izgradnje pijace (lokalnog tržišta) ribe i poljoprivrednih proizvoda na jezeru Balaton****
01.10.2010 –31.12.2010.	01.03.2010 –30.09.2010.	01.03.2009 –30.11.2010.	01.02.2011 –19.05.2011.
Oblast: Bacs-Kiskun	Oblast: Csongrad	Oblast: Baranya	Oblast: Zala
Učesnici: Individualni farmeri	Učesnici: Individualni farmeri	Učesnici: Individualni farmeri	Učesnici: Individualni farmeri
Ukupna fin. sred.: 750.000 €	Ukupna fin. sred.: 145.213 €	Ukupna fin. sred.: 4.220.707€	Ukupna finansijska sred.: 60.000€
– EAFRD: 300.000 €	– EAFRD: 66.798 €	– EAFRD: 1.406.900 €	– EAFRD: 48.000 €
– Privatna ulaganja: 450.000 €	– Privatna ulaganja: 44.532 €	– Podrška države: 52.758 € – Privatna ulaganja: 2.761.042 €	– Privatna ulaganja: 12.000 €
<i>Rezultat:</i> Udvostručena proizvodnja živine i diverzifikovana proizvodnja na farmama kroz razvoj agroturizma. Razvoj ženskog preduzetništva je inicirao razvoj živinarstva i agroturizma. Rast prihoda farmera.	<i>Rezultat:</i> Razvoj organske proizvodnje i ruralnog turizma, u cilju predstavljanja značajja organske proizvodnje hrane deci i mladima u okviru nastavnog programa. Eko farme predstavljaju i mesto gde turisti mogu da uživaju u svežoj domaćoj hrani. Projekat je pomogao obezbeđenje diverzifikacije aktivnosti na farmi i obezbeđenje posla za sve članove porodice, kao i dolazak mladih u ruralna područja.	<i>Rezultat:</i> Podizanje 28 hektara novih organskih vinograda, koji su 2010. godine certifikovani, a prva komercijalna prodaja grožđa iz ovih vinograda realizovana je u 2011. godini. Rezultat projekta je 30 novih radnih mesta, a u budućnosti se planiraju izgradnja hotela u neposrednoj blizini vinograda, u cilju bavljenja ruralnim turizmom, što će omogućiti dodatna zaposlenja, ali i ekonomsku diverzifikaciju aktivnosti u ovom ruralnom području.	<i>Rezultat:</i> Razvoj lokalnih ruralnih preduzetničkih aktivnosti j, kao rezultat razvoja lokalnog tržišta poljoprivrednih proizvoda i prodaje ribe izlovljene iz jezera Balton. Favorizovanje „domaće“ ribe u odnosu na zamrznutu, uvezenu iz Severne Amerike, omogućilo je očuvanje tradicionalne gastronomije i ojačanje regionalnog identiteta. Izgrađeno je lokalno tržište sa 30 prodajnih mesta, čime je omogućena direktna prodaja lokalnih poljoprivrednih proizvoda, a što je svojom autentičnošću doprinelo razvoju ruralnog turizma.

Izvor: \* [207e]; \*\* [207f]; \*\*\* [207g]; \*\*\*\* [207h]

Razvojni projekti ruralnog turizma sufinansirani su iz sredstava EAFRD-a, a nekoliko karakterističnih projekata prikazano je u tabeli 63.

#### 9.4.4. Republika Austrija

Početak razvoja ruralnog turizma u Austriji datira iz 60-tih godina XX veka. Trideset godina kasnije (90-tih godina XX veka) ova država je imala najrazvijeniju ruralnu turističku ponudu u Evropi. Ponuda je obuhvatala 29.000 turističkih poljoprivrednih domaćinstava, koja su ukupno raspolagala sa 300.000 ležaja. (Kušen, 1995) Ruralnim turizmom se, prema aktuelnim podacima, bavi 20% od ukupnog broja poljoprivrednih domaćinstava u Austriji. (Todorović, Štetić, 2009)

U Austriji su razvijeni različiti oblici ruralnog turizma, od agroturizma, turističkih farmi sa razvijenom organskom poljoprivrednom proizvodnjom, do farmi čiji su sadržaji namenjeni deci, osobama sa invaliditetom i sl. Oznaka kvaliteta, kategorija se označava cvetom - bela rada, a broj cvetova označava kategoriju farme. Najkvalitetnije turističke farme označene su oznakom „Dobrodošli na farmu“. To je garancija, da je reč o farmi gde je prisutna poljoprivredna proizvodnja i gde turista može da upozna svakodnevni život poljoprivrednika, ali i da uživa u gastronomiji, koju čine najmanje tri domaća poljoprivredna proizvoda. [240]



Slike br. 72 i 73 - Znak Nacionalne organizacije ruralnog turizma i turistička farma u Austriji  
(Izvor: <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=AT>).

Brz i kvalitetan razvoj ruralnog turizma u Austriji bio je rezultat i kontinuirane besplatne edukacije pružalaca usluga. Edukacija je bila obavezna, trajala je 120 časova, a obuhvatala je „opštu kulturu, poresku politiku, kalkulacije, vođenje knjiga, postupanje sa gostom, organizaciju vremena (kako se ne bi zapostavila primarna poljoprivredna proizvodnja), stručni deo, marketing i preduzetništvo, a fakultativno i engleski jezik.“ (Katica, 1996) U funkciji razvoja ruralnog turizma bile su i savetodavne poljoprivredne službe.

Broj ležaja na turističkoj farmi bio je, 90-tih godina XX veka, ograničen na 10, a ukoliko je bio veći, turistička farma je morala da se registruje kao preduzeće. Na nacionalnom nivou izrađivao se plan promocije i realizovala kategorizacija turističkih farmi. (Katica, 1996) Razvoj ruralnog turizma bio je podržan aktivnostima nacionalne organizacije *Urlaub am Bauernhof in Österreich*, kao i „aktivnom ruralnom mrežom, koja je 2008. godine imala 86 lokalnih akcionih grupa i koje su pokrivalo celokupno područje države.“ [230]

Nacionalna organizacija *Urlaub am Bauernhof in Österreich* imala je 2007. godine 3.000 članova koji su ukupno raspolagali sa 40.000 ležaja. Osnovni podaci o cenama, visini prihoda i troškova, kao i popunjenosti kapaciteta prema podacima ove organizacije predstavljeni su u tabeli 64.



**TABELA 64 EKONOMSKI POKAZATELJI RURALNOG TURIZMA AUSTRIJE**

Prosečna cena po prenoćištu	22,90 €
Popunjenost kapaciteta – letnja sezona	66 dana
Popunjenost kapaciteta – zimska sezona	42 dana
Prosečan trošak oglašavanja / po ležaju na godišnjem nivou	83 €
Prosečan ukupan godišnji prihod po ležaju	1.680–26.000 €
Prosečan ukupan godišnji trošak po ležaju	730–10.750 €
Prosečno učešće troškova marketinga u godišnjem prihodu	3,5–5%
Stopa dobiti – usluga „b&b“	46% od ukupnog prihoda
Stopa dobiti – usluga „apartmani“	48% od ukupnog prihoda
Stopa dobiti – objedinjene usluge „b&b i apartmani“	62% od ukupnog prihoda

Izvor: (Embacher, 2007)

U ruralnom turizmu Austrije na snazi su strogi kriterijumi kvaliteta, koji su u periodu od 1993.-1996. godine obuhvatali samo kvalitet smeštaja, u periodu od 1997.-2000. i kvalitet turističkih usluga, a od 2001. godine kvalitet objedinjuje 150 kriterijuma koji tretiraju kvalitet farme, smeštaja i turističkih usluga. (Embacher, 2007)

#### 9.4.4.1. Finansiranje ruralnog turizma

Brz razvoj ruralnog turizma u Austriji bio je omogućen kontinuiranom finansijskom i strateškom podrškom države. Država je u razvoju ruralnog turizma spoznala mogućnost za realizaciju dodatnih prihoda seoskom stanovništvu, za privredni razvoj ruralnih područja i smanjenje njihovog demografskog praznjenja. Finansijska i strateška podrška države razvoju ruralnog turizma obuhvatala je: bespovratna podsticajna sredstva, beskatmatne kredite, pomoć u promociji, olakšice u oporezivanju, minimalno administriranje, kao i edukaciju i stručnu pomoć. Na ovu podršku pravo su imala samo gazdinstva koja su se tradicionalno bavila poljoprivredom i ruralnim turizmom. (Kušen, 1995) Razvoj ruralnog turizma u inicijalnoj fazi bio je podržan kreditima, koji su se odobrali kao beskatmatni ili uz kamatnu stopu od 1% na godišnjem nivou, na rok do 30 godina, sa grejs periodom od tri ili četiri godine. (Muhi, 2009)



Slike br.74 i 75 - Segmenti ruralne turističke ponude Republike Austrije

(Izvor: <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=AT>).

Realizacija povoljnog projekta finansiranja razvoja ruralnog turizma počela je 1996. godine. Projekat je podrazumevao da se 70% ukupne investicije kreditira od strane države i

Evropske unije. Krediti su se odobravali uz grejs period do dve godine, kamatne stope su bile veće u odnosu na prethodni period, a period otplate kredita bio je od tri do pet godina. Projektom su bili predviđeni i krediti za izradu promotivnih materijala, koji su se realizovali na nekoliko svetskih jezika. Krediti su se odobravali u iznosu koji je mogao da bude u visini do 50% vrednosti štampe kataloga, kao i drugih oblika promocije. Katalog je morao da ima odštampan logo nacionalne zajednice (*Urlaub am Bauernhof in Österreich*), a ukoliko je katalog štampao pojedinac imao je 20% popusta kao član zajednice. (Katica, 1996)

**TABELA 65 PRIKAZ PROJEKATA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U AUSTRIJI FINANSIRANIH IZ EAFRD-a**

Projekat ruralnog razvoja „Putevi sira Bregenzerwald“ *	Projekat ruralnog razvoja „Razvoj brenda Sara Kej“ **
18.05.2010–26.10.2010.	15.01.2008–30.06.2012.
Oblast: Voralberg	Oblast: Voralberg
Učesnici: 180 partnera iz različitih delatnosti	Učesnici: Individualni poljoprivredni proizvođači, LAG-ovi
Ukupna finansijska sredstva: 210.000 €	Ukupna finansijska sredstva: 85.000 €
– EAFRD: 61.186 €	– EAFRD: 26.520 €
– državna podrška: 64.814 €	– državna podrška: 28.730 €
– privatna ulaganja: 84.000 €	– privatna ulaganja: 29.750 €
<i>Rezultat:</i> Projekat je doprineo zaštiti lokalnog načina proizvodnje sira, rastu zaposlenosti i rastu dohotka 1.200 poljoprivrednih porodica i 90 alpskih mlekara. Projekat je dobar primer efektivnosti ruralne mreže za kreativnu sinergiju poljoprivrede, turizma, kulture i lokalne ekonomije.	<i>Rezultat:</i> Oživljavanje brenda „Sara Kej“ u cilju ruralnog razvoja, odnosno zaštite lokalne proizvodnje poljoprivrednih proizvoda i razvoj ruralnog turizma.

Izvor: \*[207i]; \*\*[208].

Finansiranje ruralnog turizma u Austriji se realizovalo i iz Evropskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj (*EAFRD*). U tabeli 65 prikazani su načini finansiranja dva projekta ruralnog razvoja, koji su u osnovi imali razvoj ruralnog turizma.

#### 9.4.5. Republika Rumunija

Poljoprivreda i ruralni turizam su delatnosti od vitalnog značaja za ekonomije ruralnih područja u Rumuniji. Većina ruralnih oblasti u ovoj državi suočava se sa demografskim problemima, kao što su dominacija starijeg stanovništva, migracije mladih u urbana područja, negativna stopa nataliteta, siromaštvo, a upravo je ruralni turizam prepoznat kao mogućnost demografsko-ekonomske revitalizacije ruralnih područja. (Stoian, 2007)

Aktuelni nivo razvijenosti ruralnog turizma u Republici Rumuniji rezultat je rada Nacionalne organizacije ruralnog turizma (*National Association of Rural Ecological and Cultural Tourism - ANTREC*) koja je osnovana 1994. godine. i danas ima preko 30 filijala na celokupnom području zemlje. [211]

ANTREC



Slike br. 76 i 77 - Znak Nacionalne organizacije ruralnog turizma i narodne nošnje u Rumuniji  
(Izvor: <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=RO>)

#### 9.4.5.1. Finansiranje ruralnog turizma

Najznačajniji izvor finansiranja ruralnog turizma u pretpristupnom periodu bio je *SAPARD*. Pored ovog modaliteta finansiranja korišćen je i pretpristupni instrument *PHARE*, kao i nacionalna (budžetska sredstva) i privatni izvori finansiranja.

**TABELA 66 FINANSIRANJE NEPOLJOPRIVREDNIH DELATNOSTI U REPUBLICI RUMUNIJI U PERIODU 2002–2006. GODINA**

Ulaganja	Iznosi subvencija (u 000 €)	Struktura učešća u finansiranju (%)
Agroturizam	75.161	25
Drugi oblici ruralnog turizma	60.129	20
Stari zanati i rukotvorine	72.154	24
Vodoprivreda	36.077	12
Poljoprivredni servisi	12.026	4
Druge nepoljoprivredne delatnosti	45.096	15
<b>Ukupno:</b>	<b>300.643</b>	<b>100</b>

Izvor: (Baltes, Ciuhureanu, 2009; pp.5-9)

U periodu 2002.-2006. godina u Republici Rumuniji je u razvoj nepoljoprivrednih delatnosti u ruralnim područjima uloženo preko 300 miliona evra. (tabela 66) Od ukupnih finansijskih ulaganja 45% je uloženo direktno u razvoj ruralnog turizma. (Baltes, Ciuhureanu, 2009)

**TABELA 67 RAST BROJA SMEŠTAJNIH KAPACITETA U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI RUMUNIJI U PERIODU 2003.-2007.GODINA**

Godina	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.
Broj smeštajnih objekata	81	92	56	259	511
Broj ležaja	234	405	1.151	4.685	6.836

Izvor: (Baltes, Ciuhureanu, 2009; pp.5-9)

Razvoj ruralnog turizma u Rumuniji karakterisao je brz rast smeštajnih kapaciteta. Prema podacima Nacionalnog Statističkog Instituta u 1996. godini samo 61 subjekat bavio se ruralnim turizmom, a ukupno je turistima bilo na raspolaganju 332 ležaja. Deset godina kasnije ruralnu turističku ponudu činilo je 259 smeštajnih objekata i 4.685 ležaja. (tabela 67)

**TABELA 68 MODALITETI FINANSIRANJA SMEŠTAJNIH OBJEKATA U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI RUMUNIJI U PERIODU 2003–2007. GODINA**

Modaliteti finansiranja	Broj smeštajnih objekata u ruralnom turizmu u 2007.godini
- SAPARD sredstva	354
- drugi izvori finansiranja	157
<b>Ukupno:</b>	<b>511</b>

*Izvor: (Baltes, Ciuhureanu, 2009; pp.5-9)*

U pogledu modaliteta finansiranja skoro 70% investicija u smeštajne objekte ruralnog turizma u Republici Rumuniji, u periodu 2003.-2007.godina, realizovana je iz sredstava SAPARD pretpripravnog instrumenta. (tabela 68).

**TABELA 69 PRIKAZ PROJEKTA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI RUMUNIJI SUFINANSIRANOG IZ EAFRD-a**

<b>Projekat „Osnaživanje ruralnog nasleđa i ruralnog turizma u gradu pod zaštitom UNESCO – Viscry“</b>
Period: 01.05.2010–31.05.2012.
Oblast: Viscry, Brasov Country, Transilvanija
Učesnici: Individualni poljoprivredni proizvođači
Ukupna finansijska sredstva: 400.000 €
– EAFRD: 200.000 €
– Privatna ulaganja: 200.000 €
<i>Rezultat:</i> Otvorena su dva pansiona, na bazi renoviranja postojećih kuća, turistima je obezbeđena visokokvalitetna hrana i brojni turistički sadržaji. Obezbeđeno je osam radnih mesta za mlade, kao i razvoj siromašne lokalno-ekonomske zajednice. Razvoj ruralnog turizma zasnovan je na promociji kulturnog nasleđu grada Viskri, koji se nalazi pod Unesco zaštitom. Prve godine po otvaranju pansiona popunjenost smeštajnih kapaciteta bila je 40%.

*Izvor: [207j]*

Najznačajniji modalitet finansiranja ruralnog turizma u Republici Rumuniji, nakon pristupanja Evropskoj uniji, je EAFRD. Prikaz jednog projekta finansiranog iz ovog Fonda dat je u tabeli 69.



Slike br. 78 i 79 - Segmenti ruralne turističke ponude Republike Rumunije

(Izvor: <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=RO>)

Aktuelnu ruralnu turističku ponudu u Republici Rumuniji čini 2.500 smeštajnih objekata, kuća za iznajmljivanje i agro-turističkih pansiona, koji ukupno raspolažu sa preko 7.500 soba. [211]

## 9.5. Relevantna iskustva za Republiku Srbiju

Analizom iskustava Slovenije, Hrvatske, Mađarske Austrije i Rumunije u finansiranju razvoja ruralnog turizma, i njihovom sintezom, dolazi se do zaključaka - predloga relevantnih za finansiranje ovog vida turizma u Srbiji.

Implementiranje inostranih iskustava značajno je i za kvalitativno redefinisavanje ruralne turističke ponude, kao i upravljanja razvojem ruralnog turizma, što bi se posredno odrazilo na poboljšanje ekonomskog položaja subjekata ruralnog turizma u Srbiji, a time i na potencijal samofinansiranja delatnosti.

### 9.5.1. Iskustva vezana za finansiranje ruralnog turizma

Razvoj ruralnog turizma zavisi od kvantiteta, kvaliteta i kontinuiteta finansijskih izvora. Na osnovu analiziranih inostranih iskustava dolazi se do zaključka da finansiranje razvoja ruralnog turizma treba da uključi: (1) finansijsku i stratešku podršku države; (2) aktivno apliciranje za sredstva iz evropskih fondova; (3) maksimiziranje prihoda od ruralnog turizma.

(1) *Finansijska i strateška podrška države* - Razvoj ruralnog turizma u posmatranim državama, u početnoj fazi, realizovao se uz aktivnu stratešku i finansijsku podršku države. Finansijska podrška države obuhvatala je podsticajna (bespovratna) sredstva i kreditiranje uz subvencionisane kamatne stope. Finansijska podrška države u Austriji je obuhvatala i fiskalne podsticaje, ali njih su mogli da koriste samo gazdinstva koja su se paralelno bavila poljoprivredom i turizmom (agroturizmom). U ovoj državi je svaki četvrti farmer i pružalac turističkih usluga. Kreditiranje uz subvencionisane kamatne stope se realizovalo u Hrvatskoj u početnoj, ali realizuje se i u aktuelnoj fazi razvoja ruralnog turizma. Krediti se odobravaju preko Hrvatske banke za obnovu i razvoj (*HBOR*), koja ima nekoliko kreditnih linija usmerenih na finansiranje ruralnog turizma.

Strateška podrška države odnosila se na: (a) podršku u edukaciji; (b) administrativnu podršku (kategorizacija subjekata ruralnog turizma na nacionalnom nivou); (c) podršku u promociji; (d) podršku u organizaciji subjekata ruralnog turizma.

Na osnovu komparativne metode, odnosno poređenja iskustava država-uporednih primera sa rezultatima realizovanog anketnog istraživanja, dolazi se do zaključka da je strateška i finansijska podrška države, predstavljena u navedenim primerima, potrebna i za finansiranje i podršku razvoju ruralnog turizma u Srbiji.

(2) *Aktivno apliciranje za sredstva iz evropskih fondova* - Finansiranje ruralnog turizma, u posmatranim državama realizovalo se i uz finansijsku podršku pretpripravnih programa Evropske unije (*SAPARD, IPARD*). Subjekti ruralnog turizma su se, u cilju aktivnog apliciranja za sredstva iz evropskih fondova, udruživali, formirali lokalno akcione grupe ili pravne subjekte. Pružaoci ruralnih turističkih usluga u Sloveniji, u Logarskoj dolini, osnovali su preduzeće preko kog su realizovali prvu koncesiju u ovoj državi za upravljanje javnim dobrom. Od realizovanih prihoda obezbedili su sredstva za finansiranje saobraćajne i komunalne infrastrukture, kao i turističkih sadržaja. Dobra iskorišćenost sredstava pretpripravnih fondova za razvoj ruralnog turizma bila je u Rumuniji, gde je 45% sredstava plasirano u razvoj ove delatnosti.

Sredstva pretpripravnog fonda *IPARD* dostupna su i subjektima ruralnog turizma u Srbiji, ali je u cilju njihove maksimalne iskorišćenosti potrebno obezbediti: (a) obuku za apliciranje za ova sredstva (neophodna je podrška stručnih savetodavnih službi kao i u Sloveniji); (b) finansijska sredstva za predfinansiranje projekata koji će se finansirati iz *IPARD-a* (neophodna je poljoprivredna ili razvojna banka, kao i u Hrvatskoj), kao i jačanje svesti domaćih subjekata ruralnog turizma o neophodnosti udruživanja.

(3) *Maksimiziranje prihoda od ruralnog turizma* - U analiziranim primerima zemalja u okruženju prihodi od ruralnog turizma se realizuju po osnovu: (a) izdavanja smeštajnih kapaciteta; (b) ugostiteljskih usluga; (c) plasmana turističkih sadržaja; (d) prodaje poljoprivrednih proizvoda; (e) prodaje zimnice, vina, proizvoda starih zanata, narodnih rukotvorina i sl.

Anketnim istraživanjem došlo se do zaključka da su subjekti ruralnog turizma u Srbiji, koji se bave i turizmom i poljoprivredom, nezadovoljni realizovanim prihodima, te ne ostvaruju potrebnu akumulaciju za samofinansiranje. Razlozi ovakvog stanja su u nedovoljnom korišćenju svih navedenih mogućnosti maksimiziranja prihoda od ruralnog turizma.

### **9.5.2. Redefinisanje ruralne turističke ponude i upravljanja održivim razvojem ruralnog turizma**

Analizom relevantnih iskustava država - uporednih primera, te primenom metoda sinteze, kao i metoda poređenja sa podacima dobijenim u realizovanom anketnom istraživanju, mogu se definisati neophodne institucionalne promene u cilju redefinisane ruralne turističke ponude i definisanja koncepta upravljanja održivim razvojem ruralnog turizma u Republici Srbiji. U tom cilju potrebno je: (1) definisanje standarda kvaliteta ruralnog turizma; (2) formiranje nacionalne institucije za kategorizaciju i uvođenje nacionalnih oznaka za označavanje kvaliteta; (3) formiranje Registra ruralnog turizma; (4) omogućavanje naplate turističkih usluga u seoskim turističkim domaćinstvima; (5) formiranje institucije zadužene za razvoj, promociju i prodaju ruralnog turističkog proizvoda; (6) definisanje razvojnih prioriteta u cilju plasmana podsticajnih i beneficiranih kreditnih sredstava i formiranje institucije koja će biti zadužena da prati korišćenje sredstava; (7)

organizovanje kontinuirane edukacije subjekata ruralnog turizma; (8) podsticanje udruživanja i specijalizacije u ruralnom turizmu; (9) definisanje i implementacija koncepta upravljanja razvojem ruralnog turizma na održivim osnovama.

(1) *Definisanje standarda kvaliteta ruralnog turizma* - Više od polovine država članica *Eurogites-a*, ima definisane standarde (gradacije kvaliteta usluga) što obezbeđuje uporedivost cena i usluga u međunarodnim okvirima. Prema predstavljenim iskustvima Austrije zapaža se da je u ovoj državi, u cilju dobijanja naziva turističke farme, neophodno da su u ugostiteljskoj ponudi zastupljenja najmanje tri domaća poljoprivredna proizvoda. Kvalitet usluga u ruralnom turizmu se kontinuirano kontroliše, a kriterijumi kvaliteta su u početnoj fazi obuhvatali samo kvalitet smeštaja, potom i kvalitet ukupnih turističkih usluga. U Sloveniji propisano je da subjekti ruralnog turizma moraju u okviru ugostiteljskih usluga, da pretežno imaju domaće poljoprivredno-prehrambene proizvode. Aktuelna uloga poljoprivrede komore u ovoj državi manifestuje se u ocenjivanju turističkih sadržaja i manifestacija, kao značajnog segmenta ruralne turističke ponude s obzirom na to da mogu da omoguće produženje turističke sezone i rast prihoda.

Srbija nema definisane standarde kvaliteta usluga u ruralnom turizmu. U realizovanom anketnom istraživanju uočene su značajne razlike u kvalitetu usluga ruralnog turističkog proizvoda u okviru iste kategorije na područjima pojedinih opština. U cilju rešavanja ovog problema neophodno je da se definišu standardi kvaliteta, koji bi trebali da budu usklađeni sa *EuroGites* standardima, a što bi omogućilo veću konkurentnost, akumulativnost i mogućnost samofinansiranja subjekata ruralnog turizma.

(2) *Formiranje nacionalne institucije za kategorizaciju i uvođenje nacionalnih oznaka za označavanje kvaliteta* - Kategorizacija u ruralnom turizmu u Srbiji trebala bi da se radi na nacionalnom nivou, kao što je to slučaj u Austriji. Prilikom realizacije anketnog istraživanja uočeno je da postoji neujednačenost između pojedinih lokalnih samouprava u tumačenju Pravilnika o standardima za kategorizaciju.

U Austriji se kvalitet usluga označava brojem belih rada, u Mađarskoj suncokreta, a u Sloveniji brojem jabuka. Prvu kategoriju karakteriše najbolji kvalitet usluge smeštaja i ishrane, kao i raznovrsna ponuda turističkih sadržaja. Potrebno je i da se i u Srbiji uvedu nacionalne oznake kvaliteta ruralnog turističkog proizvoda. Imajući u vidu da resursi ruralnog turizma podrazumevaju i obilje etno sadržaja, bogatstvo narodnog veza specifičnog za naše prostore, moguće je osmisliti unikatne oznake kategorija kvaliteta.

Oznake kvaliteta bi uz jedinstvenu (unificiranu) kategorizaciju i promociju na nacionalnom državnom portalu, kao i drugim relevantnim mestima obezbedile bolju prodaju, a time i finansijsku samoodrživost (samofinansiranje) ruralnog turističkog proizvoda.

(3) *Formiranje Registra ruralnog turizma* - Registracija turističkih poljoprivrednih domaćinstava trebala bi i u Srbiji, kao i u Sloveniji, da se realizuje na nacionalnom nivou. Bilo bi opravdano da subjekti koji planiraju da se bave ruralnim turizmom prvenstveno pribave mišljenje lokalne samouprave o mogućnosti i/ili potrebi razvoja ruralnog turizma na njihovom području. Registar ruralnog turizma bi trebala da vodi Agencija za privredne registre, prema Zakonu o turizmu, ali on još nije ustanovljen.

(4) *Rešavanje problema naplate turističkih usluga u seoskim turističkim domaćinstvima* - Potrebno je da se i u Srbiji omogući da se naplata turističkih usluga (usluga smeštaja, boravišne takse i ugostiteljskih usluga) realizuje u okviru seoskog turističkog domaćinstva, kao što je to slučaj u susednim državama. Prema aktuelnim propisima seoska turistička domaćinstva su u obavezi da zaključe ugovor sa nekim pravnim licem ili turističkom organizacijom i preko njih naplaćuju boravišnu taksu i usluge smeštaja. Navedeno često predstavlja komplikovanu proceduru s obzirom na to da turisti uglavnom dolaze

vikendom ili praznikom kad navedeni pravni subjekti ne rade. Usled ovog razloga dolazi do pada turističkog prometa, a tim i smanjene akumulativnosti, samoodrživosti i problema u finansiranju ruralnog turizma.

(5) *Formiranje institucije zadužene za promociju i prodaju ruralnog turističkog proizvoda* - Na osnovu analiziranih primera može se izvesti zaključak da se u većini zemalja promocija ruralnog turističkog proizvoda realizuje na nacionalnom nivou. U Austriji se na nivou nacionalne turističke organizacije prethodnih godina izrađivao plan promocije austrijskog ruralnog turističkog proizvoda, dok se u Sloveniji na zvaničnom državnom portalu nalazi ponuda svih poljoprivredno-turističkih gazdinstava. Na osnovu iskustva iz Velike Britanije veliki tržišni centri su odlično mesto za promociju ruralnog turizma, kao i domaćih poljoprivrednih proizvoda. (Lane, 2007)

Imajući u vidu da prema stavovima nekih autora „za promociju i prodaju ruralnog turističkog proizvoda nisu zainteresovani veliki organizatori putovanja, koji rade serijski, već mali organizatori putovanja koji rade na zanatski način, potrebno je njihov rad određeno vreme finansirati od strane vladinih institucija, dok se ne stvore uslovi, na osnovu veličine posla, za samostalno finansiranje.“ (Curać, 2007)

U Srbiji ne postoji na nacionalnom nivou institucija zadužena za razvoj, promociju i prodaju ruralnog turističkog proizvoda. U cilju organizovanog razvoja ruralnog turizma, kao i u cilju obezbeđivanja ekonomsko-finansijske održivosti (samofinansiranja) bilo bi neophodno da se osnuje ova institucija, te da ona ima svoje „ogranke“ na regionalnom i lokalnom nivou.

(6) *Definisanje razvojnih prioriteta u cilju plasmana podsticajnih i beneficiranih kreditnih sredstava i formiranje institucije koja će biti zadužena da prati korišćenje sredstava* – U Srbiji bi trebala da se usvoji Strategija razvoja ruralnog turizma u narednom desetogodišnjem periodu u okviru koje bi se i definisali razvojni prioriteti u cilju plasmana podsticajnih i beneficiranih kreditnih sredstava. Ova Strategija bi, zbog značaja ruralnog turizma za ruralni i regionalni razvoj, trebala da bude usvojena kao samostalni dokument. Potrebno je i da se, u skladu sa Zakonom o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju ustanovi i Registar podsticaja u ruralnom turizmu, kao i tzv. Zelena knjiga i u oblasti ruralnog turizma, koja bi „trebala da omogući uvid u stvarne efekte podsticajnih sredstava.

Podsticajna sredstva na nacionalnom nivou trebalo bi da odobravaju tek po dobijanju saglasnost od lokalnog nivoa vlasti o isplativosti projekta.

(7) *Organizovanje kontinuirane edukacije subjekata ruralnog turizma* - U Austriji i Sloveniji brz i kvalitetan razvoj ruralnog turizma bio je rezultat kontinuirane edukacije pružalaca usluga. Obavezna edukacija subjekata ruralnog turizma u Austriji je trajala 120, a u Sloveniji 70 časova i obuhvatala je stručna predavanja i praktični deo. Edukacija je bila besplatna, a položeni ispit bio je uslov za registraciju delatnosti ruralnog turizma na poljoprivrednom gazdinstvu. U Sloveniji stručnu podršku razvoju ruralnog turizma obezbeđivala je poljoprivredno-savetodavna služba, a pre njenog formiranja, poljoprivredne zadruge.

(8) *Podsticanje udruživanja i specijalizacije u ruralnom turizmu* - Specijalizaciju domaće ruralne turističke ponude treba da se razvija po uzoru na koncept „povezane turističke ponude domaćina“ u Sloveniji, gde nisu sva domaćinstva usmerena na pružanje usluga smeštaja, već su pojedina usmerena samo na ugostiteljske usluge i ponudu različitih turističkih sadržaja. Kod domaćih subjekata ruralnog turizma prisutan je pogrešan stav da je za bavljenje ovom delatnošću neophodno posedovati smeštajne kapacitete. Na osnovu analiziranih inostranih iskustava moguće je da domaćinstva u početnoj razi razvoja ponude samo usluge izletnicima u vidu različitih turističkih sadržaja, te da na taj način obezbede potrebna finansijska sredstva za nadogradnju turističke ponude.



Udruživanje pružalaca usluga u ruralnom turizmu je neophodan uslov za razvoj ovog vida turizma jer je zajednički rad i nastup bitan prilikom formiranja turističke ponude jednog sela, opštine, regije i države, ali i kod promocije ruralnog turizma, kao i jačanja pregovaračke snage u cilju donošenja zakona i propisa. Primeri dobrog udruživanja pružalaca usluga u ruralnog turizmu su u Mađarskoj i Rumuniji, gde je brz razvoj ruralnog turizma ostvaren na osnovu rezultata rada nacionalnih organizacija.

(9) *Definisanje i implementacija koncepta upravljanja razvojem ruralnog turizma na održivim osnovama* - Održivi razvoj ruralnog turizma ima izuzetan značaj, kako za razvoj turizma, tako i za razvoj poljoprivrede. Stoga je potrebno adekvatno upravljanje njegovim razvojem, a u okviru ovog procesa posebno je značajna adekvatna organizacija velikog broja subjekata, koji su direktno ili indirektno uključeni u ruralni turizam.

Mogući koncept organizovanja održivog razvoja ruralnog turizma u Srbiji, koji se predlaže, temelji se na Programu razvoja održivog ruralnog turizma, kao fundamentalnom dokumentu, gde su definisana četiri klastera, koja se, u predloženom konceptu, smatraju regionalnim nivoom organizovanja. Nadležnosti na lokalnom nivou bi mogle da obavljaju lokalno-ekonomske zajednice (opštine i gradovi) na čijoj teritoriji postoje komparativne prednosti za razvoj ruralnog turizma, a na nacionalnom nivou, Sektor za ruralni razvoj Ministarstva poljoprivrede. U cilju efikasnog funkcionisanja potencijalnog koncepta organizovanja održivog razvoja ruralnog turizma u Srbiji potrebno je na sva tri nivoa organizovanja (lokalnom, regionalnom i nacionalnom) formirati menadžment koji bi se bavio upravljanjem održivim razvojem ruralnog turizma.

Na lokalnom nivou organizovanja trebalo bi: (a) formirati organizacionu celinu (odeljenje) zaduženo za razvoj ruralne turističke destinacije, odnosno za ponudu turističkih sadržaja; (b) pratiti razvijenost i probleme ruralne infrastrukture i komunalne opremljenosti, te inicirati ulaganja u njihov razvoj; (c) organizovati i pratiti edukaciju subjekata ruralnog turizma; (d) organizovati promociju ruralne turističke destinacije. Na regionalnom nivou organizovanja potrebno je sve navedene aktivnosti sistematizovati i predlagati nacionalnom nivou dalju strategiju razvoja ruralnog turizma, odnosno potrebne korektivne aktivnosti.

U cilju razvoja i obezbeđenja ekonomske održivosti (samofinansiranja) ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je realizovati predloženo redefinisane ruralne turističke ponude.

## 10. POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI

Predloženi potencijalni modaliteti finansiranja razvoja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude, u Republici Srbiji, dati su za aktuelni prepristupni period u procesu integracija za članstvo u Evropskoj uniji, a obuhvataju:

- (1) modalitete finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u početnoj fazi organizovanog razvoja;
- (2) modalitete finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u razvijenoj fazi;
- (3) modalitete finansiranja razvoja turističkih sadržaja;
- (4) modalitete finansiranja razvoja ruralne infrastrukture;
- (5) modalitete finansiranja razvoja kadrova u ruralnom turizmu;
- (6) modalitete finansiranja razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda;
- (7) modalitete finansiranja razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda.

Aktuelna faza razvijenosti smatra se početnom fazom organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji s obzirom na to da se ovaj vid turizma u prethodnim decenijama sporadično (*ad hoc*) razvijao u skladu sa individualnim inicijativama. Donošenjem Programa razvoja održivog ruralnog turizma u Republici Srbiji, koji je Vlada Republike Srbije usvojila u novembru 2011. godine, počinje njegov organizovani razvoj.

Finansiranje ruralne turističke ponude, u aktuelnoj početnoj fazi organizovanog razvoja, trebalo bi da se realizuje uz ključnu stratešku i finansijsku podršku države. U tom cilju potrebno je da se kreira aktivna podsticajna ekonomska, odnosno agrarna, kreditna i fiskalna politika. Navedeno se zasniva na:

- (a) značaju ruralnog turizma za privredni i demografski razvoj ruralnih područja;
- (b) deficitu finansijskih resursa kod potencijalnih subjekata ruralnog turizma;
- (c) Strategiji razvoja turizma Republike Srbije;
- (d) inostranim iskustvima.

Značaj ruralnog turizma za privredni i demografski razvoj ruralnih područja temelji se na njegovom multiplikativnom efektu, odnosno sposobnosti da izvede najbržu diverzifikaciju, a time i razvoj ruralnih ekonomija. Ruralni turizam, kao radno-intenzivna delatnost, može da doprinese smanjenju nezaposlenosti, a time i da omogući migracije iz urbanih u ruralna područja. Deficit finansijskih resursa kod potencijalnih subjekata ruralnog turizma je aktuelan, pre svega, usled nepovoljnog ekonomskog i finansijskom položaja poljoprivrede u Republici Srbiji u proteklim decenijama. Ruralni turizam treba da se posmatra u simbiozi sa poljoprivredom, jer je njihova veza suštinska. U domaćim uslovima, ona je i ekonomski uslovljena usled pretežno sezonskog karaktera turističke tražnje i niske popunjenosti kapaciteta u ruralnom turizmu. Prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije „danas nema države u razvoju u kojoj nosioci državne vlasti aktivnom i promotivnom politikom i nizom konkretnih podsticaja ne podržavaju razvoj turizma.“ [144] Prema ovom Dokumentu u cilju razvoja turizma, potrebni su investicioni podsticaji i fiskalne olakšice.

Inostrana iskustva ukazuju na ključnu ulogu države u inicijalnoj fazi razvoja ruralnog turizma. Pored navedenih primera Slovenije, Hrvatske, Mađarske, Austrije i Rumunije, potrebno je istaći i primere Italije i Španije. U Italiji je država aktivno planski usmeravala i finansijski podržavala razvoj ove delatnosti. Beneficirane kredite su odobravale specijalizovane državne finansijske institucije za razvoj turizma, uz saglasnost resornog ministarstva, koje je za svaki pojedinačni projekat tražilo mišljenje lokalnih državnih organa. Aktivna finansijska podrška razvoju ruralnog turizma bila je prisutna i u Španiji, a krediti su

po beneficiranim kamatnim stopama plasirani su na period do 30 godina. (Unković, Zečević, 2011)

## **10.1. Modaliteti finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u početnoj fazi organizovanog razvoja**

Potencijalni modaliteti finansiranja odnose se na turističku ponudu u užem smislu, odnosno na finansiranje smeštajnih kapaciteta, prateće opreme i ugostiteljskih sadržaja. Prema predloženom konceptu dominantnu ulogu u finansiranju ruralnog turizma, u ovoj fazi razvoja, treba da ima finansijska podrška države.

Državna finansijska podrška izgradnji ili rekonstrukciji smeštajnih kapaciteta trebala bi da bude uslovljena zahtevom da objekat sadrži karakteristike tradicionalne arhitekture područja na kome se nalazi, jer je jedan od osnovnih razloga dolaska turista u ruralne predele upoznavanje sa lokalnim tradicionalnim etno obeležjima. Državna finansijska podrška treba da bude zasnovana na koordinaciji resornih ministarstava i regionalnih i lokalnih nivoa vlasti u smislu odobravanja podsticaja onim projektima koji mogu da imaju najveće efekte na razvoj ruralnog turizma u određenoj oblasti.

### **10.1.1. Modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme**

Potencijalni modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme u početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji predstavljeni su u tabeli 70.

Državna finansijska podrška se, prema predloženom konceptu, zasniva na subvencijama države.

*Subvencije države* trebale bi da se realizuje u obliku:

(a) subvencije za početna ulaganja kao jednokratno davanje iz državnog budžeta u određenom fiksnom iznosu, koje je predviđeno samo kao podsticaj za subjekte ruralnog turizma koji se nalaze u nerazvijenim područjima Republike Srbije;

(b) subvencije dela kamate, predstavljaju regresiranje razlike između komercijalne kamatne stope poslovnih banaka i potencijalne beneficirane kamatne stope, a u cilju razvoja ruralnog turizma na celokupnom području države, ili samo u prioritenim područjima;

(c) subvencije u iznosu anuiteta kredita kojim se subjekat ruralnog turizma zadužio kod poslovne banke. Podsticaji se odobravaju iz državnog budžeta u određenom fiksnom iznosu do definisanog maksimuma po jednom subjektu u cilju obezbeđenja finansijske podrške subjektima ruralnog turizma u toku prve godine bavljenja ovom delatnošću, odnosno dok ne ostvare prve prihode na turističkom tržištu;

(d) subvencije u visini prosečne zarade na republičkom nivou, za jednog člana seoskog turističkog domaćinstva u toku godinu dana, predstavljaju podsticaj iz državnog budžeta u cilju da se omogući početak bavljenja ruralnim turizmom s obzirom na to da oko 90% prihoda u prvoj poslovnoj godini odlazi na troškove, odnosno potrebna ulaganja u cilju razvoja delatnosti;

(e) subvencije u vidu podsticajnih sredstava za samozapošljavanje u ruralnom turizmu predstavljaju podsticajna sredstva iz državnog budžeta u cilju da se omogući zaposlenje nezaposlenima u okviru programa Nacionalne službe za zapošljavanje i za razliku od subvencija predloženih u prethodnom stavu, predlaže se da se ove subvencije isplaćuju jednokratno u definisanom iznosu;

(f) subvencije za otvaranje novih radnih mesta su finansijski podsticaj iz državnog budžeta za veće zapošljavanje u ruralnom turizmu, odnosno na njih bi imala pravo seoska turistička domaćinstva, koja pored članova svoje porodice, omogućće i zaposlenje dodatnih radnika, a isplaćivale bi se jednokratno po otvorenom radnom mestu.

**TABELA 70 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA SMEŠTAJNIH KAPACITETA I PRATEĆE OPREME U POČETNOJ FAZI ORGANIZOVANOG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) subvencije države: <ul style="list-style-type: none"> <li>(a) za početna ulaganja u nerazvijenim područjima</li> <li>(b) za deo kamate (razvojni krediti uz podršku države)</li> <li>(c) za aunitete (po kreditima poslovnih banaka)</li> <li>(d) u visini prosečne zarade za jednog člana seoskog turističkog domaćinstva</li> <li>(e) podsticajna sredstva za samozapošljavanje</li> <li>(f) za otvaranje novih radnih mesta</li> </ul>
(2) međunarodne donacije
(3) zajednička ulaganja
(4) hartije od vrednosti: akcije, korporativne obveznice
(5) investicioni fondovi
(6) lizing
(7) mikrokreditne organizacije
(8) „poslovni anđeli“
(9) štedno-kreditne zadruge
(10) strane direktne investicije
(11) IPARD
(12) javno-privatna partnerstva
(13) bankarski krediti
(14) samofinansiranje

*Izvor: Istraživanje autorke.*

*Međunarodne donacije*, koje su bile i u prethodnom periodu prisutne kao modalitet finansiranja ruralnog turizma, ali to su najčešće bili mali iznosi, koji su nedovoljni za početna ulaganja.

*Zajednička ulaganja* se mogu realizovati i sa predstavnicima dijaspore i sa domaćim preduzetnicima, a u cilju osnivanja privrednih subjekata koji će se baviti ruralnim turizmom.

*Hartije od vrednosti* su mogućći modalitet finansiranja pravnih lica, subjekata domaćeg ruralnog turizma. U tu svrhu mogu se koristiti akcije i korporativne obveznice.

*Investicioni fondovi* su potencijalni modalitet finansiranja za veće ruralno turističke komplekse. U okviru realizovanog anketnog istraživanja zabeležen je jedan slučaj ulaganja stranog investicionog fonda u finansiranje razvoja domaće ruralne turističke ponude.

*Mikrokreditne organizacije* su potencijalno značajan modalitet finansiranja mikro-preduzeća i preduzetnika u ruralnom turizmu, koji ne poseduju „kreditnu istoriju“ i potrebni i

dovoljni su im mali iznosi kredita (prosečno oko 1.000 evra). Aktuelni ograničavajući uslov za primenu ovog modaliteta finansiranja u Republici Srbiji je nepostojanje zakona o mikrokreditnim organizacijama. Stoga, ove finansijske institucije moraju, u skladu sa aktuelnim Zakonom o bankama, da plasiraju svoje kredite preko poslovnih banaka, što znatno poskupljuje finansiranje. Primer postojanja interesovanja u ruralnim područjima za ponudu mikrokreditnih organizacija je ilustracija da su krajem 2013. godine „tri mikro-kreditne organizacije imale više od 16.000 klijenata u selima.“ [229];

„*Poslovni anđeli*“ su potencijalni modalitet neinstitucionalnog finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji. Suština ovog modaliteta finansiranja je da privatni investitori, pored novčanih ulaganja, ulažu i svoje znanje i poslovno iskustvo. Oni se najčešće angažuju i u upravljanju privrednim subjektom, a što su sve dragoceni resursi za novoosnovane firme koje se bave ruralnim turizmom.

*Štedno - kreditne zadruge* su potencijalno značajan, do sada neiskorišćen modalitet finansiranja ruralnog turizma. Za postojanje i rad ovih finansijskih institucija postoji zakonska osnova, u okviru Zakona o zadrugama [141], ali je potrebno korigovati Zakon o bankama [129]. Prema aktuelnom Zakonu samo banke mogu da se bave depozitnim i kreditnim poslovima. Suština finansiranja preko štedno-kreditnih zadruga svodi se na finansiranje (kreditiranje) iz depozita zadrugara, pod povoljnim uslovima. Realizacija ovog modaliteta finansiranja vezana je i za udruživanje, koje je nedovoljno razvijeno u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.

*Lizing* kao potencijalni modalitet finansiranja, u početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, može da se koristi za kupovinu opreme (putničkih automobila, autobusa, mini-buseva i sl.) u cilju bavljenja ovim vidom turizma.

*Strane direktne investicije* mogu da se implementiraju kao modalitet finansiranja zajedničkih projekata sa stranim investitorima (etno sela, hoteli, moteli, hosteli u ruralnim područjima). Ove investicije mogu i da omoguće plasman ruralnog turističkog proizvoda na međunarodnom tržištu, odnosno turističkom tržištu zemlje iz koje dolazi investitor.

*IPARD* kao prepristupni instrument Evropske unije usmeren na finansiranje ruralnog razvoja može da se implementira i za finansiranje ruralnog turizma i to u okviru treće ose, gde su obuhvaćene mere usmerene na diverzifikaciju i razvoj ruralnih ekonomija. Navedene mere obuhvataju: (a) razvoj nepoljoprivrednih delatnosti; (b) podršku malim preduzećima; (c) podršku za razvoj ruralnog turizma;

*Javno- privatna partnerstva* su modalitet finansiranja koji može da ima različite primene, u okviru kojih i za izgradnju ruralnih turističkih kompleksa. Primer za ovu vrstu implementacije mogao bi da bude projekat izgradnje etno sela, gde opština ustupa građevinsko zemljište, a privatni investitori finansiraju gradnju i opremanje objekata. U Republici Srbiji postoji Zakon o javno privatnim partnerstvima [132], ali, zaključno sa krajem 2014. godine, nije realizovano nijedno partnerstvo.

*Bankarski krediti* su mogući modalitet finansiranja ruralnog turizma u početnoj organizovanoj fazi razvoja, ukoliko je reč o povoljnim uslovima kreditiranja, odnosno o tzv. „*start up*“ kreditima za novoosnovane subjekte ruralnog turizma.

*Samofinansiranje* je potencijalni modalitet finansiranja, ali samo kod malog broja domaćih subjekata, u početnoj fazi bavljenja ruralnim turizmom.

### 10.1.2. Modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja

Potencijalni modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja u početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji prikazani su u tabeli 71. Pod

ugostiteljskim sadržajima podrazumeva se ponuda prehrambenih proizvoda iz sopstvene poljoprivredne proizvodnje subjekata ruralnog turizma, te su u predloženim modalitetima finansiranja obuhvaćeni modaliteti finansiranja poljoprivredne proizvodnje. Gastronomska ponuda je jedan od najznačajnijih segmenata ruralne turističke ponude i trebala bi da predstavlja njen autohtoni deo.

**TABELA 71 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA UGOSTITELJSKIH SADRŽAJA U POČETNOJ FAZI ORGANIZOVANOG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) subvencije države
(2) krediti specijalizovane poljoprivredne banke (SPB)
(3) mikrokreditne organizacije
(4) štedno-kreditne zadruge
(5) IPARD
(6) lizing
(7) bankarski krediti

*Izvor: Istraživanje autorke.*

*Subvencije države za primarnu poljoprivrednu proizvodnju* su potencijalni modalitet finansiranja ugostiteljskih sadržaja, odnosno poljoprivrede, a one se mogu implementirati u skladu sa Zakonom o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju. [136]

*Krediti Specijalizovane poljoprivredne banke*, odnosno razvojni poljoprivredni krediti bi prema predloženom konceptu trebali da se plasiraju preko Specijalizovane poljoprivredne banke.

*Mikrokreditne organizacije i štedno-kreditnih zadruge*, ove finansijske institucije bi, ukoliko se normativno definiše njihova delatnost, mogle aktivno da se uključe i u finansiranje poljoprivrede.

*IPARD* se kao modalitet finansiranja ugostiteljskih sadržaja, odnosno poljoprivrede, može koristiti u sklopu mera definisanih u okviru prve ose, odnosno u okviru ulaganja u poljoprivredna gazdinstva da se restrukturiraju i unaprede prema standardima Evropske unije.

*Lizing*, kao modalitet finansiranja poljoprivrede, mogao bi da se implementira za kupovinu poljoprivredne mehanizacije i opreme (staklenika, plastenika, sistema za navodnjavanje).

*Bankarski krediti* mogu da se koriste kao modalitet finansiranja samo u slučaju izuzetno povoljnih uslova kreditiranja s obzirom na to da u ovoj fazi razvoja subjekti u ruralnom turizmu ostvaruju nisku stopu profitabilnosti, ali i ne poseduju „kreditnu istoriju.“

Kao što je ranije obrazloženo u okviru potencijalnih modaliteta finansiranja ugostiteljskih (gastronomskih) sadržaja posmatra se finansiranje primarne poljoprivredne proizvodnje, koja iako nije jedini segment ugostiteljskih sadržaja, predstavlja njihov najznačajniji deo. Potencijalni koncept zasnovan je na iskustvima Republike Slovenije, gde je normativno definisano, da subjekti ruralnog turizma treba da imaju u ugostiteljskoj ponudi minimalno 30% proizvoda iz sopstvene poljoprivredne proizvodnje. Poljoprivredni proizvodi, iz sistema organske poljoprivredne proizvodnje, mogli bi da budu sastavni deo autohtone

gastronomsko-ugostiteljske ruralne turističke ponude Republike Srbije, koja bi se mogla valorizovati i na međunarodnom turističkom tržištu.

## 10.2. Modaliteti finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u razvijenoj fazi

Modaliteti finansiranja ove faze razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji trebalo bi da se zasnivaju na samofinansiranju i tržišnim modalitetima finansiranja.

### 10.2.1. Modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme

Potencijalni modaliteti finansiranja izgradnje ili rekonstrukcije smeštajnih kapaciteta i prateće opreme u razvijenoj fazi ruralnog turizma u Republici Srbiji predstavljeni su u tabeli 72.

**TABELA 72 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA IZGRADNJE ILI REKONSTRUKCIJE SMEŠTAJNIH KAPACITETA I PRATEĆE OPREME U RAZVIJENOJ FAZI RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) samofinansiranje
(2) bankarski krediti
(3) zajednička ulaganja
(4) IPARD
(5) javno-privatna partnerstva
(6) hartije od vrednosti: akcije, korporativne obveznice
(7) lizing
(8) „poslovni anđeli“
(9) strane direktne investicije
(10) investicioni fondovi

*Izvor: Istraživanje autorke*

Obrazloženja za implementaciju pojedinih modaliteta, ista su kao i u odeljku 10.1.1.

### 10.2.2. Modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja

Potencijalni modaliteti finansiranja ugostiteljskih (gastronomskih) sadržaja u razvijenoj fazi ruralnog turizma u Republici Srbiji predstavljeni su u tabeli 73 i oni ne obuhvataju finansijsku podršku države, kao u prethodnoj fazi razvoja.

**TABELA 73- POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA UGOSTITELJSKIH SADRŽAJA U RAZVIJENOJ FAZI RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) samofinansiranje
(2) IPARD
(3) bankarski krediti
(4) lizing

*Izvor: Istraživanje autorke.*

Objašnjenja za predložene modalitete finansiranja ista su kao i u odeljku 10.2.1.

### **10.3. Modaliteti finansiranja razvoja turističkih sadržaja**

Modaliteti finansiranja turističkih sadržaja su od vitalne važnosti za razvoj ruralnog turizma s obzirom na to da savremeni turisti traže kvalitetan, sadržajan i aktivan boravak u ruralnim područjima. Turistički sadržaji su bitan segment ruralne turističke ponude, a pod pojmom „turistički sadržaj“ podrazumevaju se sve aktivnosti koje turisti mogu da realizuju u ruralnom turizmu, na poljoprivrednom gazdinstvu i u okolini. Turističke sadržaje bi trebali da kreiraju subjekti ruralnog turizma samostalno ili u saradnji sa turističkim organizacijama i agencijama. Turistima se može ponuditi da zajedno sa domaćinima učestvuju u spremanju hrane i tako upoznaju i usvoje tradicionalne recepte, a time se čini prvi korak ka osmišljavanju aktivnosti na poljoprivrednom imanju. Prema (Kušen, 2007) turistima nakon zadovoljenja svojih primarnih životnih potreba preostaje dnevno deset do 14 sati koje je potrebno da seoski domaćini kvalitetno osmisle.

Turističke agencije su u Republici Hrvatskoj izuzetno aktivne u ovom segmentu ruralne turističke ponude. Ministarstvo turizma svake godine organizuje izbor na kome se nagrađuje turistička agencija koja je kreirala najinovativnije turističke sadržaje u okviru ruralnog turizma. Turističke agencije u Republici Srbiji u dosadašnjem periodu nisu bile aktivne u ovom segmentu ruralne turističke ponude. Ponekad i pored postojanja turističkih sadržaja oni nisu iskorišćeni u cilju razvoja ruralnog turizma. To je slučaj u AP Vojvodini, gde bi se mogli organizovati turistički aranžmani obilaska manastira na Fruškoj gori sa smeštajem u seoskim turističkim domaćinstvima u Vrdniku i Čereviću.

U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je da se aktivno pristupi kreiranju turističkih sadržaja, a u tom cilju potrebno je da se definišu potencijalni modaliteti njihovog finansiranja. (tabela 74)

*Subvencije ili premije države* bi se mogle uvesti, prvenstveno u cilju stimulisanja turističkih agencija da aktivno kreiraju turističke sadržaje u okviru ruralnog turizma. Izbor najinovativnijih turističkih agencija mogli bi da organizuju resorno ministarstvo i/ili Pokrajinski sekretarijat i to na godišnjem ili na mesečnom nivou. Finansijska podrška države u cilju razvoja turističkih sadržaja trebao bi da bude ključni modalitet finansiranja u aktuelnoj početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.



**TABELA 74 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA RAZVOJA TURISTIČKIH SADRŽAJA U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) subvencije ili premije države
(2) samofinansiranje
(3) međunarodne donacije
(4) zajednička ulaganja
(5) hartije od vrednosti: akcije, korporativne obveznice
(6) investicioni fondovi
(7) lizing
(8) mikrokreditne organizacije
(9) „poslovni anđeli“
(10) štedno-kreditne zadruge
(11) strane direktne investicije
(12) bankarski krediti
(13) javno-privatna partnerstva

Izvor: Istraživanje autorke.

*Samofinansiranje* je potencijalni modalitet finansiranja turističkih sadržaja kod domaćina koji su već značajno samostalno razvili turističku delatnost, a može se primeniti za izgradnju saune, trim kabineta i sl. u okviru seoskog turističkog domaćinstva.

*Međunarodne donacije*, kao modalitet finansiranja turističkih sadržaja, mogle bi se implementirati za finansiranje izgradnje bazena, rehabilitacionih centara, parkova, dečijih igrališta i sl. u turistički atraktivnim selima u cilju njihove afirmacije i na međunarodnom turističkom tržištu. U ovom segmentu potrebno je i aktivno angažovanje turističkih agencija, koje bi mogle da organizuju aranžmane u cilju dovođenja turista iz zemlje donatora i to pod povlašćenim uslovima (koji ne moraju biti samo finansijske prirode).

*Zajednička ulaganja* se mogu realizovati u saradnji domaćih ruralnih turističkih subjekata (seoskih turističkih domaćinstava, ruralnih hotela, etno sela) sa inostranim investitorima, koji bi zajednički mogli da finansiraju izgradnju npr. akva parka u okviru opštine koja ima razvijen ruralni turizam. U ovaj način finansiranja mogli bi da se aktivno uključe i predstavnici dijaspore, koji potiču iz opštine u kojoj se planira investicija.

*Hartije od vrednosti i investicioni fondovi* su pogodan modalitet finansiranja subjekata ruralnog turizma koji posluju kao pravna lica (hoteli), a koji bi na ovaj način mogli da finansiraju izgradnju sportskih kompleksa, velnes centara i sl.

*Lizing* kao modalitet finansiranja bi se mogao implementirati za nabavku potrebne opreme (bicikli, čamci, brodići, autobusi, automobili) u cilju organizovanja aktivnog boravka turista u ruralnim predelima.

*Mikrokreditne organizacije i štedno kreditne zadruge* bi mogle putem kreditnih plasmana da finansiraju investicije manjeg iznosa, a u cilju razvoja turističkih sadržaja u ruralnim sredinama, kao što su teniski, košarkaški tereni, oprema za posmatranje ptica i sl.

*Bankarski krediti* bi se mogli koristiti kao modalitet finansiranja nabavke kompjutera, mini kuglana, teretana, zabavnih sadržaja za dečije parkove, mini zooških vrtova i sl.

„*Poslovni anđeli*“ bi pored finansiranja mogli da se angažuju i u cilju razvoja turističkih sadržaja za koje bi oni, koristeći svoje poslovne kontakte, mogli da obezbede, „kupce“ u inostranstvu. Primera radi, moguće je investiranje u izgradnju kongresnog centra gde bi se organizovali različiti stručni skupovi iz oblasti gde bi „poslovni anđeli“ mogli da posreduju u dolasku naučnika, stručnjaka, odnosno turista.

*Strane direktne investicije* bi se mogle koristiti kao potencijalni modalitet finansiranja za razvoj onih turističkih sadržaja koji imaju sigurnu prodaju na turističkom tržištu. Na ovaj način bi se mogle realizovati investicije u banjske komplekse (banje koje se nalaze u ruralnim područjima), a u cilju izgradnje objekata koji bi služili za lečenje, ali i za preventivu (wellness centri).

*Javno-privatna partnerstva*, kao modalitet finansiranja turističkih sadržaja, mogla bi se implementirati za obezbeđenje uslova za biciklizam, trčanje ili pešačenje, gde bi grupa (udruženje) seoskih turističkih domaćinstava finansirala nabavku potrebne opreme (bicikli), a opština obezbeđenje potrebnih uslova (biciklističke, trim, pešačke staze). Javno-privatna partnerstva bi mogla da se primene i za finansiranje organizacije festivala i izgradnje muzeja posvećenih narodnom stvaralaštvu, a koje bi finansirali predstavnici lokalnih samouprava i subjekti ruralnog turizma (pravna i fizička lica).

## **10.4. Modaliteti finansiranja razvoja ruralne infrastrukture**

Modaliteti finansiranja razvoja ruralne infrastrukture su primarni uslov za razvoj ruralnog turizma s obzirom na to da je infrastruktura veoma bitan činilac turističke ponude. Pod ruralnom infrastrukturom podrazumeva se saobraćajna i komunalna infrastruktura, kao i turistička signalizacija. Imajući u vidu nerazvijenost infrastrukture u Republici Srbiji, posebno u ruralnim predelima, ona se smatra ograničavajućim faktorom razvoja ruralnog turizma.

Ključan modalitet finansiranja infrastrukture je finansijska podrška države. Poznat je primer Španije, danas razvijene turističke zemlje, gde je iz državnog budžeta izdvojeno 1980. godine 190 miliona funti za ulaganja u rešavanje problema snabdevanja vodom, kao i za rešavanja sanitarnih i komunalnih problema u turističkim mestima. Država je navedena finansijska sredstva prenela poslovnim bankama koje su na osnovu njih odobravale kredite na veoma dugi rok i uz niske kamate. (Unković, Zečević, 2011)

### **10.4.1. Modaliteti finansiranja razvoja saobraćajne infrastrukture**

Potencijalni modalitet finansiranja razvoja saobraćajne infrastrukture u Republici Srbiji predstavljeni su u tabeli 75. Pod saobraćajnom infrastrukturom podrazumevaju se putevi, pruge, mostovi, luke, aerodrome, kao i sredstva telekomunikacije. Razvoj saobraćajne infrastrukture je primarni uslov za značajniji razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji.

*Kreditni međunarodnih finansijskih institucija (EBRD, IFC)* su jedan od mogućih modaliteta finansiranja razvoja saobraćajne infrastrukture, gde se u ulozi tražioca kredita pojavljuje država. Realno je da se implementiranjem ovog modaliteta finansira izgradnja ili rekonstrukcija prioritetne saobraćajne infrastrukture u ruralnim predelima.

**TABELA 75 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA SAOBRAĆAJNE INFRASTRUKTURE U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) krediti međunarodnih finansijskih institucija
(2) koncesije
(3) javno-privatna partnerstva
(4) hartije od vrednosti: državne obveznice, municipalne obveznice
(5) IPARD
(6) međunarodne donacije
(7) državni budžet

*Izvor: Istraživanje autorke.*

*Koncesije i javno-privatna partnerstva* su potencijalni modalitet finansiranja razvoja infrastrukture, bez plaćanja troškova finansiranja. Ovaj modalitet je teorijski, ali i u međunarodnim okvirima, najpogodniji za finansiranje razvoja infrastrukture. U Republici Srbiji, i pored postojanja normativnog okvira, ovaj način finansiranja još nema konkretnu primenu.

*Hartije od vrednosti: državne obveznice i municipalne obveznice* su modalitet finansiranja kada država emituje navedene dužničke hartije od vrednosti u cilju finansiranja razvoja saobraćajne infrastrukture. U domaćim uslovima i država i lokalne samouprave su oprezne u primeni ovog načina finansiranja s obzirom na visoku vrednost javnog duga zemlje i mogućnost da se uveća uz primenu ovog modaliteta finansiranja.

*IPARD* je potencijalni modalitet finansiranja saobraćajne infrastrukture s obzirom na to da u okviru druge mere treće ose predviđa programe u cilju poboljšanja kvaliteta života ruralnog stanovništva, koji obuhvataju i razvoj ruralne infrastrukture.

*Međunarodne donacije* su pogodan modalitet da se finansira izgradnja ili rekonstrukcija saobraćajne infrastrukture i ovaj način je u Republici Srbiji značajno korišćen u poslednjoj deceniji.

*Državni budžet* je potencijalni modalitet finansiranja saobraćajne infrastrukture, ali u domaćim uslovima u aktuelnom trenutku, nije primenljiv zbog značajnog budžetskog deficita.

#### **10.4.2. Modaliteti finansiranja razvoja komunalne infrastrukture**

Potencijalni modaliteti finansiranja izgradnje ili rekonstrukcije komunalne infrastrukture u cilju razvoja turizma u ruralnim područjima u Republici Srbiji, predstavljeni su u tabeli 76. Komunalna infrastruktura obuhvata komunalno opremanje (snabdevenost vodom, strujom, kanalizacijom) određenog područja i od vitalnog je značaja za razvoj ruralnog turizma. Imajući u vidu nerazvijenost komunalne infrastrukture u ruralnim područjima u Republici Srbiji, može se reći da ona predstavlja jedno od najznačajnijih razvojnih ograničenja.

**TABELA 76 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) krediti međunarodnih finansijskih institucija
(2) međunarodne donacije
(3) javno-privatna partnerstva
(4) državni budžet
(5) IPARD
(6) hartije od vrednosti: državne obveznice, municipalne obveznice

*Izvor: Istraživanje autorke.*

Objašnjenja implementacije pojedinih modaliteta finansiranja razvoja komunalne infrastrukture, predstavljenih u tabeli 76, su isti kao i njihova tumačenja za finansiranje razvoja saobraćajne infrastrukture.

#### **10.4.3. Modaliteti finansiranja razvoja turističke signalizacije**

Potencijalni modaliteti finansiranja turističke signalizacije u ruralnom turizmu na području Republike Srbije predstavljeni su u tabeli 77. Turistička signalizacija je veoma značajan segment turističke ponude i namenjena je obaveštavanju učesnika u saobraćaju o turističkim atrakcijama i sadržajima turističke ponude u okviru određene destinacije. [153] Imajući u vidu da je organizovana ruralna turistička ponuda u Republici Srbiji u početnoj fazi razvoja, potrebno je istovremeno razvijati i turističku signalizaciju.

**TABELA 77 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA TURISTIČKE SIGNALIZACIJE U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) državni budžet
(2) međunarodne donacije

*Izvor: Istraživanje autorke*

Potencijalni modaliteti finansiranja turističke signalizacije su: državni budžet i međunarodne donacije. Pod državnim budžetom podrazumevaju se budžeti lokalnih samouprava, APV i budžet Republike Srbije. U okviru njihovih budžeta, u resoru turizma, trebala bi se kontinuirano izdvajati sredstva i za razvoj turističke signalizacije u ruralnim područjima. Kao potencijalni modalitet finansiranja turističke signalizacije mogu da se implementiraju i međunarodne donacije.

## 10.5. Modaliteti finansiranja razvoja kadrova u ruralnom turizmu

Modaliteti finansiranja razvoja, odnosno edukacije kadrova, su od izuzetnog značaja za razvoj ruralnog turizma s obzirom na to da je specifična karakteristika ovog vida turizma direktan kontakt domaćina i turista. Stoga je od izuzetne važnosti da stanovnici ruralnih područja, pored tradicionalne gostoljubivosti, poseduju i stručne kvalifikacije za bavljenje ovom delatnošću. U našoj zemlji edukacije nisu organizovane, kao što je to bio slučaj u Austriji i Sloveniji, u početnoj fazi razvoja ruralnog turizma. Neophodno je i da domaći subjekti, koji žele da se bave ruralnim turizmom, kroz kvalitetno osmišljen sistem edukacije, shvate sveukupni značaj turističke delatnosti za razvoj ruralnih sredina i ozbiljnost svoje uloge u ovom procesu. Potrebna je i edukacija lidera razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, kako bi se omogućio brz razvoj ovog vida turizma, ali i poštovanje standarda kvaliteta.

### 10.5.1. Modaliteti finansiranja edukacije kadrova

Potencijalni modaliteti finansiranja edukacije kadrova u ruralnom turizmu u Republici Srbiji prikazani su u tabeli 78. Edukacija kadrova je od izuzetne važnosti za razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji s obzirom na to da prema statističkim podacima [194], čak trećina stanovnika ruralnih područja ima samo niži stepen stručne spreme. Stoga je potrebno da se sistemski definiše program i metodologija edukacije u ruralnom turizmu. U tom cilju potrebno je da se kreira celovit nastavni program sastavljen od osnovnog teoretskog dela i potrebnih obuka. Obuke treba da posluže za usvajanje konkretnih veština iz turističke delatnosti, preduzetništva, kao i da polaznike pripreme za konkurisanja za međunarodne projekte u cilju obezbeđivanja potrebnih finansijskih sredstava. Posebnu pažnju treba posvetiti upoznavanju sa aktuelnom zakonskom regulativom u okviru turističke, ali i poljoprivredne delatnosti.

**TABELA 78 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA EDUKACIJE KADROVA U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) subvencije države
(2) međunarodne donacije
(3) IPA instrument – prekogranična saradnja
(4) javno-privatna partnerstva
(5) IPARD
(6) „poslovni anđeli“
(7) zajednička ulaganja
(8) mikrokreditne organizacije
(9) štedno-kreditne zadruge
(10) samofinansiranje

*Izvor: Istraživanje autorke.*

*Subvencije države* su neophodne u početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma zbog njegove specifičnosti i preovlađujućeg niskog nivoa obrazovanja stanovništva u ruralnim područjima. Predložene subvencije bi trebale da se isplaćuju državnoj instituciji (u okviru postojećeg obrazovnog sistema ili poljoprivrednim savetodavnim službama) koje bi država akreditovala da pored svoje delatnosti pružaju i osnovne edukacije subjektima ruralnog turizma.

*Međunarodne donacije i IPA instrument prekogranične saradnje* su i u prethodnom periodu korišćeni za finansiranje raznih vidova edukacija subjekata u ruralnom turizmu.

*Javno privatna partnerstva* bi, kao modalitet finansiranja, mogla da se implementiraju i u oblasti edukacije i to u slučajevima kada bi se uz učešće javnog i privatnog sektora formirala obrazovna institucija čija bi nadležnost bila edukacija subjekata u ruralnom turizmu (kako osnovna, tako i specijalizovana za pojedine oblike ruralnog turizma).

*IPARD* u okviru treće mere treće ose predviđa programe u cilju obuka i sticanje novih veština ruralnog stanovništva.

„*Poslovni anđeli*“ mogu da se angažuju u cilju finansiranja edukacije subjekata zaposlenih u etno selu, hotelu ili nekom drugom subjektu koji se bavi ruralnim turizmom (u čijem vlasništvu učestvuju i „poslovni anđeli“). Pored finansiranja, ovi neinstitucionalni investitori, mogu da budu angažovani i kao predavači, ukoliko imaju potrebna stručna iskustva. „Poslovni anđeli“ mogu da imaju interes da organizuju i besplatnu edukaciju svih subjekata ruralnog turizma u matičnom selu, opštini, ukoliko bi im cilj bio bolje pozicioniranje turističke destinacije na inostranom turističkom tržištu, odnosno zajednički profit.

*Zajednička ulaganja* mogu da se koriste i za finansiranje edukacije kadrova i to, pre svega, ukoliko je subjekat ruralnog turizma formiran po osnovu zajedničkih ulaganja, onda bi isti izvor finansiranja mogao da se koristi i za finansiranje edukacije kadrova

*Mikrokreditne organizacije i štedno - kreditne zadruge* mogu da budu modalitet finansiranja edukacija subjekata u ruralnom turizmu, ukoliko oni ne poseduju sopstvene izvore finansiranja, a žele da stekne neku licencu ili viši nivo obrazovanja.

*Samofinansiranje* može da se koristi kao modalitet finansiranja ukoliko subjekat ruralnog turizma poseduje potrebna sopstvena sredstva i ukoliko samostalno uvidi da mu je potrebna neka specifična edukacija.

### **10.5.2. Modaliteti finansiranja razvoja lidera**

Potencijalni modaliteti finansiranja razvoja lidera predstavljeni su u tabeli 79. U cilju organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji neophodni su lideri, koji bi trebali da budu preduzetnički orjentisani, jer je ruralni turizam po svojoj prirodi preduzetnička delatnost. Prema (Pejanović, Njegovan, 2009) „prava pokretačka snaga u ranim fazama preduzetničkog posla često je vizionarsko liderstvo preduzetnika.“ Ruralni turizam pretežno zapošljava žensku radnu snagu, a prema (Đorđević-Milošević, Milovanović, 2012) „žene su često najposvećeniji lokalni lideri.“

*Subvencije države* su neophodne u cilju obrazovanja i razvoja regionalnih lidera zaduženih za organizovani razvoj ruralnog turizma. Ove subvencije bi mogle da se isplaćuju direktno „lideru“ za njegovo stručno usavršavanje, bilo u zemlji ili u inostranstvu, ali uz obavezu da mora da ostane izvesno vreme (npr. pet godina) na poziciji za koju je edukovan u cilju da stečeno znanje i implementira u korist razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji.

*Međunarodne donacije i IPA instrument - prekogranična saradnja* kao modaliteti finansiranja bi mogli da se koriste i za finansiranje edukacije lidera, a njihova prednost je

međunarodno okruženje, što je dodatna korist za lidere, u vidu uspostavljanja potrebnih kontakata i drugih vidova iskustava.

**TABELA 79 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA RAZVOJA LIDERA U RURALNOM TURIZMU U REPUBLICI SRBIJI**

Modaliteti finansiranja
(1) subvencije države
(2) međunarodne donacije
(3) IPA instrument – prekogranična saradnja
(4) javno-privatna partnerstva
(5) samofinansiranje
(6) štedno-kreditne zadruge
(7) mikrokreditne organizacije

*Izvor: Istraživanje autorke.*

*Javno privatna partnerstva* bi mogla da se organizuju i u oblasti edukacije lidera i to na nacionalnom nivou u cilju osposobljavanja regionalnih lidera ruralnog turizma. Navedenu edukaciju bi trebala da organizuje država sa ekspertima u predmetnoj oblasti koji imaju međunarodno iskustvo.

*Samofinansiranje* može da se koristi kao modalitet finansiranja edukacije lidera ukoliko pojedinci poseduju potrebna finansijska sredstva i imaju sopstvenu viziju napredovanja i ostvarivanja lukrativnih interesa.

*Mikrokreditne organizacije i štedno- kreditne zadruge* mogu da budu modalitet finansiranja edukacija lidera, ukoliko oni ne poseduju sopstvena finansijska sredstva, a imaju viziju napredovanja i ostvarivanja lukrativnih interesa.

## **10.6. Modaliteti finansiranja razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda**

Potencijalni modaliteti finansiranja razvoja promocije domaćeg ruralnog turističkog proizvoda predstavljeni su u tabeli 80. U cilju prodaje ruralnog turističkog proizvoda neophodna je kvalitetna i kontinuirana promocija. Promocija je veoma značajan deo marketing miksa, a „osnovna uloga promocije u turizmu, ispoljava se u obezbeđivanju odgovarajućeg nivoa tražnje na osnovu stvaranja pozitivnog stava prema proizvodima i uslugama.“ (Popesku, 2002)

U cilju razvoja domaćeg ruralnog turističkog proizvoda potrebna su ulaganja, odnosno modaliteti finansiranja razvoja promocije, posebno u segmentu turističke propagande realizovane putem grafičkih sredstava (prospekata, kataloga, i plakata), kao i internet prezentacija (web sajtova). Navedeni oblici turističke propagande su odabrani s obzirom na to da su najpristupačniji subjektima ruralnog turizma u Republici Srbiji.

*Subvencije države* su mogući modalitet finansiranja razvoja promocije domaćeg ruralnog turističkog proizvoda, a subvencije bi se mogle odobravati direktno pojedincima ili udruženjima u cilju izrade reklamnih kataloga ili web sajtova.

*Međunarodne donacije i IPA instrument - prekogranična saradnja* su i u prethodnom periodu korišćeni modaliteti finansiranja za izradu promotivnih materijala, odnosno internet prezentacija.

**TABELA 80 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA PROMOCIJE RURALNOG TURISTIČKOG PROIZVODA**

Modaliteti finansiranja
(1) subvencije države
(2) IPA instrument – prekogranična saradnja
(3) međunarodne donacije
(4) javno-privatna partnerstva
(5) samofinansiranje
(6) IPARD
(7) zajednička ulaganja
(8) mikrokreditne organizacije
(9) štedno-kreditne zadruge

*Izvor: Istraživanje autorke.*

*Javno privatna partnerstva* bi u cilju razvoja promocije domaćeg ruralnog turizma, mogli da organizuju predstavnici javnog sektora (turističke organizacije) sa preduzetnicima u ruralnom turizmu u svrhu štampe reklamnog materijala za međunarodne sajmove ili izradu objedinjenih prezentacija svih aktera ruralnog turizma na području jedne opštine u cilju npr. učestvovanja u međunarodnom projektu.

*Samofinansiranje* može da se koristi kao modalitet finansiranja razvoja promocije u slučaju već postignutog zadovoljavajućeg nivoa razvijenosti ruralnog turizma, bilo da se promocija radi za jednog subjekta ruralnog turizma ili za udruženje.

*IPARD* bi mogao da se koristi kao modalitet finansiranja razvoja promocije s obzirom na to da u okviru treće ose prva i treća mera pružaju podršku razvoju ruralnog turizma, kao i potrebnu tehničku podršku.

*Zajednička ulaganja* mogu da se koriste i za finansiranje razvoja promocije ukoliko nekoliko subjekata ruralnog turizma zajedničkim sredstvima isfinansiraju pokretanje promotivne internet prezentacije ili štampanje propagandnih materijala u cilju zajedničkog nastupa na tržištu. Primera radi, organizatori neke turističke manifestacije koja se održava u ruralnom području bi mogli zajedno sa seoskim turističkim domaćinstvima da ponude usluge smeštaja i ishrane u toku trajanja manifestacije, te da ponudu predstave u okviru jedinstvenog promotivnog materijala.

*Mikrokreditne organizacije i štedno- kreditne zadruge* mogu da budu modalitet finansiranja razvoja promocije domaćeg ruralnog turističkog proizvoda, ukoliko subjekti nemaju dovoljno sopstvenih sredstava, a drugi načini finansiranja su im nedostupni.



## 10.7. Modaliteti finansiranja razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda

Potencijalni modaliteti finansiranja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda predstavljeni su u tabeli 81. Domaći ruralni turistički proizvod je moguće i potrebno plasirati i na međunarodnom turističkom tržištu. Imajući u vidu da je aktuelna popunjenost kapaciteta u ruralnom turizmu svega 4% [145] neophodan je razvoj kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda. Prema Popesku J. primarni značaj kanala prodaje na turističkom tržištu je obavljanje funkcije mosta između proizvođača i potrošača. (Popesku, 2002) U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji neophodno je definisanje načina (su)finansiranja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda, pri čemu se predloženi modaliteti finansiranja odnose na indirektno kanale prodaje (turističke agencije).

Anketirani subjekti domaćeg ruralnog turizma su izrazili nezadovoljstvo aktuelnom saradnjom sa turističkim agencijama zbog visokih provizija. Prema rečima vlasnika etno sela „Latkovac“, u opštini Aleksandrovac, provizije turističkih agencija se kreću od 25% do 30%, a nekada su bile od 6% do 8% i zbog toga subjekti domaćeg ruralnog turizma nemaju interes da saraduju sa njima.

**TABELA 81 POTENCIJALNI MODALITETI FINANSIRANJA KANALA PRODAJE RURALNOG TURISTIČKOG PROIZVODA**

Modaliteti finansiranja
(1) subvencije države
(2) regresi države (za prodaju turističkih aranžmana po nižim cenama u cilju organizacije dačkih ekskurzija)
(3) premije države na vrednost ugovorenih aranžmana
(4) zajednička ulaganja
(5) „poslovni anđeli“

*Izvor: Istraživanje autorke*

*Subvencije države* - U većini zemalja Evropske unije države daju subvencije turističkim agencijama za prodaju turističkih proizvoda na inostranom tržištu. Ilustracije radi, u pojedinim državama turističke agencije mogu da ostvare pravo na premiju u iznosu od 25 do 40 evra po inostranom turistu. (Mikavica, 2014) Ovaj vid podrške neophodan je i domaćem ruralnom turizmu. Potrebno je da se, na nacionalnom nivou, uvedu subvencije turističkim agencijama u cilju razvoja prodaje ruralnog turističkog proizvoda na inostranom, ali i domaćem tržištu. Potrebno je definisati i obavezu turističkih agencija, korisnica subvencija, da maksimalna provizija za prodaju ruralnog turističkog proizvoda ne sme da bude veća od npr. 5%. Subvencije se u zavisnosti od raspoloživih sredstava mogu definisati na mesečnom, godišnjem nivou ili po dovedenom gostu.

*Regresi države za prodaju turističkih aranžmana po nižim cenama u cilju organizacije dačkih ekskurzija* - Turističke agencije bi ruralni turistički proizvod trebale aktivnije da ponude osnovnim školama po nižim cenama i na odloženo (plaćanje u nekoliko rata) a razliku u ceni bi trebala da regresira država. U pitanju je višestruka korist, popunjenost kapaciteta u ruralnom turizmu, kao i edukacija i približavanje ruralnih sredina i tradicionalne ruralne kulture mladima koji žive u urbanim područjima.

*Premije države na vrednost ugovorenih aranžmana* - Turističke agencije bi mogle da ostvare premiju ukoliko bi ostvarile turistički promet u ruralnom turizmu iznad propisanog normativa za letnju, zimsku ili međusezone. Premije bi se mogle ostvarivati npr. 10% za letnju, 20% za zimsku ili 30% za vansezonski period. Interes države bi bio rast prodaje ruralnog turističkog proizvoda, odnosno razvoj ruralnog turizma, privredni i regionalni razvoj, a time i smanjenje razlika u razvijenosti između ruralnih i urbanih područja u Republici Srbiji.

*Zajednička ulaganja* - Ovaj modalitet finansiranja bi se mogao realizovati ukoliko bi nekoliko subjekata ruralnog turizma zajedničkim finansijskim sredstvima osnovala turističku agenciju i na ovaj način finansirala njen rad, ali i podelu profita.

„*Poslovni anđeli*“ bi mogli svoj kapital da plasiraju u osnivanje turističke agencije, koja bi se isključivo bavila prodajom turističkih aranžmana u ruralnom turizmu na inostranom tržištu. Ovi neinstitucionalni investitori bi u tom cilju mogli da koriste poznavanje stranog tržišta i ostvarene kontakte.

## 11. ZAKLJUČAK

Razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji je mogućnost, ali i neophodnost imajući u vidu raspoložive resurse, a sagledavajući privrednu nerazvijenost i proces demografskog pražnjenja ruralnih područja. Razvoj ruralnog turizma omogućio bi diverzifikaciju ruralne ekonomije, dodatne prihode ruralnom stanovništvu, smanjenje nezaposlenosti, kao i smanjenje razlika u privrednoj razvijenosti između ruralnih i urbanih područja. Razvoj ruralnog turizma omogućio bi i valorizaciju rada žena u poljoprivrednim domaćinstvima, kao i radno angažovanje mladih i stanovnika u starijoj životnoj dobi koji se u statistici vode kao radno neaktivno ruralno stanovništvo. Istovremeno omogućilo bi se i kreiranje novih radnih mesta, što bi moglo da podstakne i migracije stanovnika iz gradova u sela, u cilju zapošljavanja. Republika Srbija uglavnom izvozi primarne (neprerađene) poljoprivredne proizvode, a ruralni turizam je mogućnost da se prehrambeni proizvodi prodaju na domaćem tržištu stranim turistima, da se realizuje „nevidljivi izvoz“ i ostvari devizni priliv.

Neophodan uslov za razvoj ruralnog turizma, pored prirodnih, društvenih, ljudskih i fizičkih, su i finansijski resursi. Realizovano istraživanje je sprovedeno u cilju dokazivanja generalne hipoteze da su finansijski resursi, posmatrani sa kvantitativnog i kvalitativnog aspekta, značajno ograničenje razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji. Finansijski resursi su ograničenje razvoja ruralnog turizma na svim nivoima: nacionalnom, regionalnom, lokalnom, kao i na nivou subjekata ruralnog turizma, u smislu razvoja svih segmenata ruralne turističke ponude. Generalna hipoteza je potvrđena verifikacijom posebnih i pojedinačnih hipoteza uz korišćenje metoda statističke analize  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) testa.

Istraživanje je sprovedeno sa primarnim ciljem da se utvrde dosadašnji i aktuelni, te koncipiraju potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude u Republici Srbiji. Sekundarni cilj istraživanja se zasniva na analizi faktora koji mogu da imaju uticaja na mogućnost samofinansiranja pružalaca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.

### **Realizacijom primarnog cilja istraživanja došlo se do sledećih zaključaka:**

I) Modaliteti finansiranja ruralnog turizma sa aspekta finansiranja ruralne turističke ponude, u Republici Srbiji u dosadašnjem periodu bili su:

- (a) samofinansiranje subjekata ruralnog turizma;
- (b) finansiranje uz podršku države (subvencije Ministarstva poljoprivrede RS, subvencije Ministarstva privrede RS, Sekretarijata za poljoprivredu APV, Sekretarijata za privredu APV, beneficirani krediti Ministarstva privrede RS koji su se plasirali preko Fonda za razvoj Republike Srbije);
- (c) finansiranje iz inostranih donacija (donacije Fonda za dostizanje Milenijumskih ciljeva Vlade Kraljevine Španije, donacije Globalnog fonda za zaštitu životne sredine, donacije Švedske u cilju ekonomskog osnaživanja žena kroz razvoj ruralnog turizma, donacije Američke agencije za međunarodni razvoj);
- (d) krediti poslovnih banaka;
- (e) prekogranični IPA projekti.

Statističkom obradom podataka realizovanog anketnog istraživanja došlo se do zaključka da je samofinansiranje imalo dominantnu ulogu u strukturi korišćenih modaliteta finansiranja. Ovaj način finansiranja je sa 68,1% samostalno učestvovao, a u kombinaciji sa drugim modalitetima činio je 27,9%, odnosno 96% anketiranih subjekata koristilo je samofinansiranje kao jedini ili dopunski modalitet finansiranja ruralnog turizma.

Na osnovu rezultata realizovanog istraživanja može se izvesti zaključak da je u proteklom periodu u Republici Srbiji bila prisutna, ali nedovoljna finansijska podrška države razvoju ruralnog turizma.

II) U Republici Srbiji, u aktuelnom periodu, prisutni su skoro svi modaliteti finansiranja ruralnog turizma, koji su bili prisutni i u prethodnom periodu. Izuzetak predstavljaju beneficirani krediti Ministarstva privrede i Fonda za razvoj Republike Srbije, koji nisu plasirani u 2013. i 2014. godini, kao i subvencije Ministarstva privrede, koje nisu odobravane u 2014. godini. Subvencije Ministarstva poljoprivrede su korišćene kao modalitet finansiranja ruralnog turizma u 2013. godini, iako one nisu bile plasirane u 2011. i 2012. godini.

U okviru realizovanog anketnog (terenskog) istraživanja uočeni su, izdvojeni i predstavljeni, primeri dobre prakse, subjekti ruralnog turizma koji su koristili neki od navedenih modaliteta finansiranja. Primeri dobre prakse su predstavljeni i u okviru pojedinačnih oblika ruralnog turizma aktuelnih na području Republike Srbije, kao i implementirani modaliteti finansiranja.

III) U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji neophodno je definisanje modaliteta finansiranja u svim segmentima razvoja ruralne turističke ponude. **Potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma, odnosno ruralne turističke ponude obuhvataju:**

- (1) državnu finansijsku podršku (subvencije, regrese);
- (2) kredite Specijalizovane poljoprivredne banke;
- (3) pretpristupne fondove Evropske unije;
- (4) zajednička ulaganja;
- (5) međunarodne donacije;
- (6) kredite mikrokreditnih organizacija;
- (7) kredite štedno-kreditnih zadruga;
- (8) hartije od vrednosti;
- (9) investicione fondove;
- (10) finansijski lizing;
- (11) koncesije;
- (12) javno-privatna partnerstva;
- (13) strane direktne investicije;
- (14) "Poslovne anđele";
- (15) kredite poslovnih banaka;
- (16) samofinansiranje.

Predloženi modaliteti finansiranja ruralnog turizma odnose se na aktuelni pretpristupni period procesa evropskih integracija Republike Srbije. U potencijalnom konceptu finansiranja modaliteti su grupisani za svaki segment ruralne turističke ponude, posmatran sa kvalitativnog i kvantitativnog aspekta, ali uvažavajući i dinamički karakter razvojnog procesa.

**Potencijalni modaliteti finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji, sa aspekta ruralne turističke ponude, grupisani su na:**

**(A) modalitete finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u početnoj fazi organizovanog razvoja:**

**(A-1) modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme:**

- (1) subvencije države:
  - (a) za početna ulaganja u nerazvijenim područjima;
  - (b) za deo kamate (razvojni krediti uz podršku države);
  - (c) za aunitete (po kreditima poslovnih banaka);
  - (d) u visini prosečne zarade za jednog člana STD;

(e) podsticajna sredstva za samozapošljavanje;

(f) za otvaranje novih radnih mesta.

- (2) međunarodne donacije;
- (3) zajednička ulaganja;
- (4) hartije od vrednosti; akcije, korporativne obveznice;
- (5) investicioni fondovi;
- (6) lizing;
- (7) mikrokreditne organizacije;
- (8) „poslovni anđeli“;
- (9) štedno-kreditne zadruge;
- (10) strane direktne investicije;
- (11) IPARD;
- (12) javno-privatna partnerstva;
- (13) bankarski krediti;
- (14) samofinansiranje.

**(A-2) modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja:**

- (1) subvencije države;
- (2) krediti Specijalizovane poljoprivredne banke;
- (3) mikrokreditne organizacije;
- (4) štedno-kreditne zadruge;
- (5) IPARD;
- (6) lizing;
- (7) bankarski krediti.

**(B) modalitete finansiranja turističke ponude (u užem smislu) u razvijenoj fazi:**

**(B-1) modaliteti finansiranja smeštajnih kapaciteta i prateće opreme:**

- (1) samofinansiranje;
- (2) bankarski krediti;
- (3) zajednička ulaganja;
- (4) IPARD;
- (5) javno-privatna partnerstva;
- (6) hartije od vrednosti: akcije, korporativne obveznice
- (7) lizing;
- (8) „poslovni anđeli“;
- (9) strane direktne investicije;
- (10) investicioni fondovi.

**(B-2) modaliteti finansiranja ugostiteljskih sadržaja:**

- (1) samofinansiranje;
- (2) IPARD;
- (3) bankarski krediti;
- (4) lizing.

**(C) modalitete finansiranja razvoja turističkih sadržaja:**

- (1) subvencije ili premije države;
- (2) samofinansiranje;
- (3) međunarodne donacije;
- (4) zajednička ulaganja;
- (5) hartije od vrednosti: akcije, korporativne obveznice;
- (6) investicioni fondovi;
- (7) lizing;
- (8) mikrokreditne organizacije;

- (9) ”poslovni anđeli”;
- (10) štedno-kreditne zadruge;
- (11) strane direktne investicije;
- (12) bankarski krediti;
- (13) javno-privatna partnerstva.

**(D) modalitete finansiranja razvoja ruralne infrastrukture:**

**(D-1) modaliteti finansiranja razvoja saobraćajne infrastrukture:**

- (1) krediti međunarodnih finansijskih institucija;
- (2) koncesije;
- (3) javno-privatna partnerstva;
- (4) hartije od vrednosti: državne i municipalne obveznice;
- (5) IPARD;
- (6) međunarodne donacije;
- (7) državni budžet.

**(D-2) modaliteti finansiranja razvoja komunalne infrastrukture:**

- (1) krediti međunarodnih finansijskih institucija;
- (2) međunarodne donacije;
- (3) javno-privatna partnerstva;
- (4) državni budžet;
- (5) IPARD;
- (6) hartije od vrednosti: državne i municipalne obveznice.

**(D-3) modaliteti finansiranja razvoja turističke signalizacije:**

- (1) državni budžet;
- (2) međunarodne donacije.

**(E) modalitete finansiranja razvoja kadrova u ruralnom turizmu:**

**(E-1) modaliteti finansiranja edukacije kadrova u ruralnom turizmu:**

- (1) subvencije države;
- (2) međunarodne donacije;
- (3) IPA instrument prekogranične saradnje;
- (4) javno-privatna partnerstva;
- (5) IPARD;
- (6) ”poslovni anđeli”;
- (7) zajednička ulaganja;
- (8) mikrokreditne organizacije;
- (9) štedno-kreditne zadruge;
- (10) samofinansiranje.

**(E-2) modaliteti finansiranja razvoja lidera u ruralnom turizmu:**

- (1) subvencije države;
- (2) međunarodne donacije;
- (3) IPA instrument prekogranične saradnje;
- (4) javno-privatna partnerstva;
- (5) samofinansiranje;
- (6) mikrokreditne organizacije;
- (7) štedno-kreditne zadruge.

**(F) modalitete finansiranja razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda:**

- (1) subvencije države;
- (2) IPA instrument prekogranične saradnje;
- (3) međunarodne donacije;

- (4) javno-privatna partnerstva;
- (5) samofinansiranje;
- (6) IPARD;
- (7) zajednička ulaganja;
- (8) mikrokreditne organizacije;
- (9) štedno-kreditne zadruge.

**(G) modalitete finansiranja razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda:**

- (1) subvencije, premije i regresi države;
- (2) zajednička ulaganja;
- (3) poslovni anđeli.

Aktuelna faza razvijenosti smatra se početnom fazom organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji s obzirom na to da se ovaj vid turizma u prethodnim decenijama sporadično (*ad hoc*) razvijao u skladu sa individualnim inicijativama. Donošenjem Programa razvoja održivog ruralnog turizma u Republici Srbiji, koji je Vlada Republike Srbije usvojila u novembru 2011. godine, počinje njegov organizovani razvoj.

U aktuelnoj početnoj fazi organizovanog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, neophodno je da državna finansijska podrška bude ključni modalitet finansiranja, kao što je to bio slučaj u Sloveniji, Austriji i Mađarskoj. U budućoj, razvijenijoj fazi ruralnog turizma, potrebno je da se razvijaju modaliteti finansiranja zasnovani na tržišnim principima.

U cilju razvoja ruralnog turizma neophodan je razvoj poljoprivrede. Sa finansijskog aspekta povezanost razvoja poljoprivrede (posmatrane u užem smislu) i ruralnog turizma u Republici Srbiji je dvostruka, odnosno postoji povratna (*feed back*) veza:

(1) nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede uzrokuje nemogućnost samofinansiranja (kao potencijalnog modaliteta finansiranja) ruralnog turizma, što uzrokuje da interni izvori finansiranja nisu dovoljni, odnosno poljoprivreda ne može da bude faktor razvoja ruralnog turizma;

(2) nepovoljan ekonomski i finansijski položaj poljoprivrede uzrokuje potrebu razvoja ruralnog turizma u cilju obezbeđivanja dodatnih prihoda poljoprivrednim gazdinstvima, što upućuje na zaključak da ruralni turizam može da bude faktor razvoja poljoprivrede (posmatrane sa aspekta primarne poljoprivredne proizvodnje).

Navedena veza ruralnog turizma i poljoprivrede je uzrokovala da se u prikazu potencijalnih modaliteta finansiranja razvoja ugostiteljskih sadržaja podrazumevaju modaliteti finansiranja poljoprivredne proizvodnje. Istovremeno primenjen je i „slovenački model“, prema kome je zakonski definisana obaveza subjekata ruralnog turizma, da za potrebe pružanja usluga ishrane, moraju samostalno da proizvedu minimalno 30% poljoprivredno prehrambenih proizvoda. Paralelno razvijanje turističke i poljoprivredne delatnosti u Republici Srbiji neophodno je i u cilju ekonomske održivosti ruralnih poljoprivredno-turističkih domaćinstava s obzirom na to da je svega 4% popunjenost turističkih kapaciteta, kao i da je tražnja sezonski uslovljena, odnosno da je pretežno aktuelna u letnjeg periodu.

**Verifikacija hipoteza:**

(1) **Posebne hipoteze (H-1):** Ruralni turizam je značajan faktor razvoja ruralne ekonomije i povećanja zaposlenosti:

**Pojedinačna hipoteza (h-1):** Subjekti ruralnog turizma koji ostvaruju veće prihode, odnosno čija se delatnost nalazi na višem nivou razvoja, zapošljavaju pored članova svoje porodice i dodatne radnike.

Zaključak: Metodnom statističke analize  $\chi^2$  (*Hi-* kvadrat) testom potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-1) da subjekti ruralnog turizma koji ostvaruju veće prihode, odnosno

čija se delatnost nalazi na višem nivou razvoja, zapošljavaju pored članova svoje porodice i dodatne radnike.

(2) **Posebna hipoteza (H-2):** U cilju razvoja ruralnog turizma neophodno je da se paralelno razvijaju poljoprivreda i turizam, odnosno da se definišu modaliteti njihovog finansiranja:

**Pojedinačna hipoteza (h-2):** Subjekti ruralnog turizma, koji se bave i turizmom i poljoprivredom ostvaruju veće prihode u odnosu na ostale pružaoce usluga u ruralnom turizmu.

Zaključak: Metodom statističke analize  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) testom nije potvrđena pojedinačna hipoteza (h-2) da subjekti ruralnog turizma, koji se bave i turizmom i poljoprivredom ostvaruju veće prihode u odnosu na ostale pružaoce usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji.

Prema rezultatima anketnog istraživanja 72,1% anketiranih subjekata bavi se i poljoprivredom i ruralnim turizmom, a prehrambene proizvode samostalno proizvodi 40,4%, a delimično 43,8% anketiranih subjekata, što ukazuje na veliku povezanost poljoprivrede i ruralnog turizma u Republici Srbiji. I pored postojanja navedenih rezultata anketnog istraživanja statističkom analizom nije potvrđena hipoteza (h-2). Navedeno upućuje na zaključak da se neadekvatno valorizuju poljoprivredni proizvodi kroz turističku delatnost, odnosno da nedostaje plasman proizvoda koje domaćinstvo uz uslugu, a zahvaljujući poljoprivredi može da ponudi turistima (prodaja povrća, voća, sira, kajmaka, rakije, domaćih sokova, zimnice).

**Pojedinačna hipoteza (h-3):** Subjekti ruralnog turizma, koji pored usluga smeštaja pružaju i usluge ishrane, ostvaruju veće prihode;

Zaključak: Metodom statističke analize  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) testom potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-3) da subjekti ruralnog turizma, koji pored usluga smeštaja pružaju i usluge ishrane, ostvaruju veće prihode.

**Pojedinačna hipoteza (h-4):** Većina subjekata ruralnog turizma ne realizuje investicije usled nedostatka finansijskih resursa, odnosno adekvatnih modaliteta finansiranja.

Zaključak: Metodom statističke analize  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) testom potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-4) da većina subjekata ruralnog turizma u Republici Srbiji ne realizuje investicije usled nedostatka finansijskih resursa, odnosno adekvatnih modaliteta finansiranja, što **potvrđuje i afirmativnost i aktuelnost teme disertacije.**

Analizom statističke obrade anketnog istraživanja može se izvesti zaključak da više od polovine anketiranih subjekata ruralnog turizma (56,7%) nema aktuelnih investicija. Odgovor da ne planiraju investicije u narednih pet godina dalo je 48,1% anketiranih subjekata, a kao razlog su naveli nedostatak finansijskih resursa (posmatrano sa kvantitativnog i kvalitativnog aspekta) i nemogućnosti da se investicije finansiraju iz sopstvenih izvora zbog nedovoljne akumulativne sposobnosti turističke delatnosti.

(3) **Posebna hipoteza (H-3):** U cilju razvoja ruralnog turizma i obezbeđivanja akumulativnosti, a time i samofinansiranja delatnosti, potrebno je pozicioniranje domaćeg ruralnog turističkog proizvoda na međunarodnom turističkom tržištu;

**Pojedinačna hipoteza (h-5):** Subjekti ruralnog turizma koji, pored domaćih, imaju i strane goste (turiste) ostvaruju veće prihode u odnosu na subjekte koji pružaju turističke usluge samo domaćim turistima.

Zaključak: Metodom statističke analize  $\chi^2$  (*Hi*- kvadrat) testom potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-5) da subjekti domaćeg ruralnog turizma koji, pored domaćih, imaju i strane goste (turiste) ostvaruju veće prihode u odnosu na subjekte koji pružaju turističke



usluge samo domaćim turistima. Rezultat se može objasniti i konkretnim primerima uočenim tokom anketnog istraživanja da su strani turisti često i kupci poljoprivredno-prehrambenih proizvoda (zimmnice, sira, kajmaka, rakije, vina, voća, i sl.), kao i proizvoda starih zanata, ručnih radova i raznih suvenira.

(4) **Posebna hipoteza (H-4):** U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je finansiranje razvoja ruralne infrastrukture;

**Pojedinačna hipoteza (h-6):** Veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji se nalaze u područjima gde je razvijena ruralna infrastruktura.

Zaključak: Metodom statističke analize  $\chi^2$  (Hi- kvadrat) testom potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-6) da veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji se nalaze u područjima gde je razvijena ruralna infrastruktura.

(5) **Posebna hipoteza (H-5):** U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je finansiranje razvoja promocije ruralnog turističkog proizvoda;

**Pojedinačna hipoteza (h-7):** Veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji imaju razvijenu promociju svog ruralnog turističkog proizvoda.

Zaključak: Metodom statističke analize  $\chi^2$  (Hi- kvadrat) testom potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-7) da veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji imaju razvijenu promociju svog ruralnog turističkog proizvoda.

Pružaoци usluga u ruralnom turizmu se „besplatno“ promovišu preko prijatelja i to je slučaj kod 33,6% od ukupnog broja anketiranih subjekata. Oni koriste i druge načine besplatnog promovisanja i to: 27,1% subjekata ima sopstveni sajt; 24,6% koristi sajt turističkih organizacija, a 14,7% anketiranih subjekata plaća neki oblik promocije (štampanje flajera, nastup na sajmovima).

**Posebna hipoteza (H-6):** U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je finansiranje razvoja kanala prodaje ruralnog turističkog proizvoda;

**Pojedinačna hipoteza (h-8):** Veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji koriste kanale prodaje ruralnog turističkog proizvoda.

Zaključak: Metodom statističke analize  $\chi^2$  (Hi- kvadrat) testom potvrđena je pojedinačna hipoteza (h-8) da veće prihode ostvaruju subjekti ruralnog turizma koji koriste kanale prodaje ruralnog turističkog proizvoda.

Prema rezultatima anketnog istraživanja kanale prodaje ruralnog turističkog proizvoda koristi samo 3,8% anketiranih subjekata, a razlog je izuzetno visoka agencijska provizija (od 25% do 30%).

**Sekundarni cilj istraživanja** se zasniva na analizi faktora koji mogu da imaju uticaja na mogućnost samofinansiranja pružaoca usluga u ruralnom turizmu u Republici Srbiji. U navedenoj analizi, a na osnovu rezultata realizovanog anketnog istraživanja, došlo se do sledećih zaključaka:

(a) Najveći procenat anketiranih subjekata (39,4%) u prethodnoj godini ostvario je do 100 noćenja turista, što ukazuje na veoma malu iskorišćenost kapaciteta, odnosno nisku rentabilnost i ekonomičnost, te mali potencijal za samofinansiranje ruralnog turizma. Sa druge strane, 19,2% anketiranih subjekata je realizovalo preko 500 noćenja turista tokom godine. Reč je o subjektima čije usluge karakteriše kvalitet, ali i prihvatljivi kvalitet infrastrukture u neposrednom okruženju. Navedeni rezultati upućuju na zaključak da su potrebne investicije u cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, kako na nivou pružalaca usluga, tako i na makro nivou (investicije u infrastrukturu, turističku signalizaciju i sl.). Rezultati anketnog istraživanja upućuju na zaključak da tražnja postoji ako se pruži kvalitetna ponuda;

(b) Više od polovine (53,8%) anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu je učlanjeno u neko udruženje, ali 46,2% anketiranih subjekata nije član nijednog strukovnog udruženja. Udruživanje subjekata ruralnog turizma neophodno je u cilju:

- (1) konkurisanje za sredstva iz evropskih fondova;
- (2) jačanja tržišne pozicije pružalaca usluga u ruralnom turizmu;
- (3) veće pregovaračke snage na relaciji sa prodavcima ruralnog turističkog proizvoda;
- (4) uticaja na formiranje adekvatnog normativnog okvira.

Svi navedeni faktori utiču na jačanja finansijskog potencijala subjekata ruralnog turizma, a time i mogućnosti samofinansiranja.

(c) 72,1% anketiranih subjekata bavi se pored ruralnog turizma i poljoprivredom. Navedeno ukazuje na veliku sinergetsku povezanost ovih delatnosti, ali i na pravilno usmerenje poljoprivrednih subjekata koji bi trebali plasmanom svojih proizvoda kroz turističku ponudu, da ostvaruju veće cene, a time i povećavaju svoj potencijal za samofinansiranje i poljoprivredne i turističke delatnosti (rezultati anketnog istraživanja upućuju na zaključak da to nije slučaj u aktuelnom trenutku jer pojedinačna hipoteza (h-2) nije verifikovana metodama statističke analize);

(d) većina anketiranih subjekata (67,3%) pruža usluge punog pansiona, što je ekonomski najisplativije, odnosno pruža im najveći potencijal za samofinansiranje;

(e) Struktura gostiju u ruralnom turizmu je mešovita, 70,2% anketiranih subjekata je odgovorilo da su im gosti i domaći i strani turisti. Rezultati anketnog istraživanja upućuju na zaključak da isključivo domaći turisti čine 28,8%, a isključivo strani turisti čine svega 1% korisnika usluga domaćeg ruralnog turističkog proizvoda. U cilju većeg deviznog priliva, a time i povoljnog uticaja na platni bilans, potrebno je podizanje kvaliteta domaćeg ruralnog turističkog proizvoda, što zahteva veće investicije i na mikro i na makro nivou.

Verifikacija pojedinačne hipoteze (h-5) došlo se do zaključka da subjekti ruralnog turizma, koji pored domaćih, imaju i strane goste (turiste) ostvaruju veće prihode u odnosu na subjekte koji pružaju turističke usluge samo domaćim turistima, što im omogućuje i veću sposobnost samofinansiranja;

(f) Kod 56,7% anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu turistička sezona traje cele godine, a kod 43,3 % subjekata samo određeni deo godine. U cilju bolje popunjenosti kapaciteta, a time i veće rentabilnosti, akumulativnosti, odnosno potencijala za samofinansiranje ruralnog turizma, potrebna je strateški osmišljena promocija, adekvatna politika cena, i razvoj ruralne infrastrukture;

(g) Metodom statističke analize,  $\chi^2$  (Hi- kvadrat) testom, došlo se do zaključka da postoji povezanost između visine ostvarenog prihoda i dužine perioda bavljenja ruralnim turizmom. Navedeni rezultat je očekivan s obzirom na to da anketirani subjekti koji se duže bave ruralnim turizmom imaju stabilniju tržišnu poziciju, odnosno veći broj gostiju, te ostvaruju i veće prihode i imaju veću mogućnost samofinansiranja;

(h) Anektirani pružaoci usluga u ruralnom turizmu složili su se da bi imali više gostiju ukoliko bi se rešili aktuelni problemi u njihovim lokalno-ekonomskim zajednicama: problemi loše infrastrukture, komunalni problemi, kao i problemi sa telefonskim i poštanskim saobraćajem i internet vezama. U pogledu modaliteta finansiranja, u cilju rešavanja navedenih problema, većina anketiranih subjekata (64,4%) smatra da bi izvor finansiranja trebao da bude državni budžet; 16,3% anketiranih subjekata je navelo državni budžet i javno-privatna partnerstva kao načine finansiranja; 2,9%

smatra da bi izvor finansiranja trebala da budu samo javno-privatna partnerstva; 7,8% anketiranih subjekata da bi modalitet finansiranja trebao da se obezbedi kombinacijom izvora finansiranja iz državnog budžeta, javno-privatnih partnerstava, ali i privatnih izvora finansiranja, odnosno ovi subjekti su spremni da učestvuju u finansiranju investicija u cilju rešavanja problema na nivou lokalno-ekonomskih zajednica, kako bi sebi omogućili povoljnije uslove poslovanja, a time i veći prihodi i mogućnost samofinansiranja delatnosti;

(i) Rezultati statističke obrade podataka dobijenih anketnim istraživanjem, u pogledu visine godišnjih prihoda pružaoca usluga u ruralnom turizmu, upućuju na zaključak da većina anketiranih subjekata (58,7%) nije zadovoljna visinom ostvarenog godišnjeg prihoda, a 53,8% anketiranih subjekata nije zadovoljno strukturom ostvarenog prihoda, što se reflektuje i na njihovu (ne)mogućnost samofinansiranja delatnosti;

(j) Prema rezultatima anketnog istraživanja većina anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu (93,3%) smatra da je porez na prihod realan, a samo 6,7% smatra da je porez previsok, što upućuje na zaključak da visina fiskalnih obaveza subjekata ruralnog turizma ne utiče na njihovu mogućnost samofinansiranja. Potrebno je i objasniti veliku razliku u odgovorima anketiranih subjekata:

(1) pružaoci usluga koji smatraju da je porez realan su seoska turistička domaćinstva koja ne plaćaju poseban porez na prihode od ruralnog turizma (u Republici Srbiji ovaj porez još nije ustanovljen), već plaćaju samo godišnji porez iz poljoprivredne delatnosti, kao registrovana poljoprivredna gazdinstva;

(2) pružaoci usluga koji smatraju da je porez na prihod previsok posluju kao pravna lica, te po osnovu bavljenja turističkom delatnošću plaćaju 10% poreza na ostvarene prihode po osnovu pružanja usluga smeštaja i 20% poreza na ostvarene prihode od ugostiteljske delatnosti;

(k) U pogledu uticaja poreza i doprinosa koje plaćaju na inpute (ulazne troškova), većina anketiranih pružalaca usluga u ruralnom turizmu (90,4%) smatra da njihov uticaj nije velik, što upućuje na zaključak da navedeni porezi i doprinosi ne utiču značajnije na visinu ostvarenih prihoda, a time i na mogućnost samofinansiranja;

(l) U pogledu učešća troškova radne snage u ceni koštanja, 61,5% anketiranih subjekata smatra da ovi troškovi čine do 20% cene koštanja, 21,2% smatra da troškovi radne snage imaju učešće od preko 50% u ceni koštanja, dok 16,3% anketiranih subjekata smatra da ovi troškovi čine od 20% do 50% cene koštanja. Velike razlike u odgovorima mogu se objasniti činjenicom da angažovanu radnu snagu uglavnom čine članovi porodice pružaoca usluga, a što je slučaj kod 76% anketiranih subjekata. Imajući u vidu da troškove radne snage anketirani subjekti ne plaćaju direktno članovima svoje porodice, odgovori na anketno pitanje su rezultati njihovih procena, a ne preciznih kalkulacija cene koštanja. Navedeno upućuje na zaključak da troškovi radne snage ne utiču značajnije na visinu ostvarenih prihoda, a time i mogućnost samofinansiranja subjekata ruralnog turizma u Republici Srbiji;

(m) Kod većine (59,6%) pružaoca usluga u ruralnom turizmu troškovi promocije ne učestvuju u strukturi rashoda, a samo kod 3,8% anketiranih subjekata troškovi promocije čine više od 5% ukupnog rashoda. Kod većine (67,3%) anketiranih pružaoca usluga u ruralnom turizmu agencijski troškovi (troškovi prodaje ruralnog turističkog proizvoda) ne učestvuju u strukturi rashoda, a samo kod 3,8% anketiranih subjekata agencijski troškovi učestvuju sa više od 5% u strukturi rashoda, odnosno ukupnih troškova poslovanja. Navedeno upućuje na zaključak da troškovi promocije i prodaje kvantitativno ne utiču na visinu ostvarenih tekućih prihoda i mogućnost

samofinansiranja, ali ovakvo stanje dugoročno utiče na očuvanje tržišne pozicije subjekata ruralnog turizma;

(n) Većina anketiranih subjekata (47,1%) smatra da su destimulativni uslovi poslovanja u ruralnom turizmu na području Republike Srbije, 27,9% anketiranih subjekata smatra da su osrednji, a 24,0% subjekata da su podsticajni, dok 1% anketiranih subjekata se nije izjasnio ni za jedan od ponuđenih odgovora.

Rezultati statističke obrade podataka anketnog istraživanja u pogledu uloge države u podsticanju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji su sledeći: većina anketiranih subjekata, odnosno 54,8%, stava da je uloga države delimično zadovoljavajuća, 40,4% smatra da je uloga države nezadovoljavajuća, a samo 4,8% subjekata smatra da je uloga države zadovoljavajuća. Na osnovu kvalitativne analize anketnog istraživanja, može se oceniti da subjekti ruralnog turizma ne očekuju samo finansijsku podršku države, podršku očekuju i u vidu kreiranja povoljnih i stimulativnih mera makroekonomske politike, organizovanja profilisane teoretske i praktične edukacije, podrške preduzetničkim inicijativama u cilju unapređenja ruralnog turističkog proizvoda, a po ugledu na zemlje u okruženju koje su poslednjih godina učinile značajan iskorak u ovom segmentu turističke ponude (Slovenija, Mađarska, Hrvatska, Rumunija). Prema stavovima većine anketiranih pružalaca usluga neophodno je i pojednostavljivanje procedura i bolja organizacija poslovanja na lokalnom, regionalnom i državnom nivou. Većina vlasnika seoskih turističkih domaćinstava smatra da je nelogično da oni, kao pružaoci usluga nemaju pravo da naplaćuju pružene usluge, već to moraju da čine preko turističkih organizacija ili nekog drugog pravnog lica sa kojim, prema aktuelnom Zakonu u turizmu, moraju da imaju potpisan ugovor da bi mogli da se bave turističkom delatnošću, a što utiče i na realizovani turistički promet, visinu prihoda, a time i mogućnost samofinansiranja delatnosti.

**Analizom iskustava Slovenije, Hrvatske, Mađarske Austrije i Rumunije** i njihovom sintezom dolazi se do zaključaka - predloga relevantnih za finansiranje, ali i redefinisane domaće ruralne turističke ponude, što bi se posredno odrazilo na poboljšanje ekonomskog položaja ruralnog turizma u Republici Srbiji, a time i na potencijal samofinansiranja ove delatnosti.

**Iskustva vezana za finansiranje ruralnog turizma:** U cilju razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji, potrebna je:

(1) strateška i finansijska podrška države: Razvoj ruralnog turizma u analiziranim primerima, u početnoj fazi, realizovao se uz aktivnu stratešku i finansijsku podršku države. Finansijska podrška je obuhvatala podsticajna (bespovratna) sredstva i kreditiranje uz subvencionisane kamatne stope. Finansijska podrška države je u Austriji obuhvatala i fiskalne podsticaje, ali njih su mogli da koriste samo gazdinstva koja se paralelno bave poljoprivredom i turizmom (agroturizmom). U ovoj državi svaki četvrti farmer je i pružalac turističkih usluga. Kreditiranje uz subvencionisane kamatne stope se realizovalo u Hrvatskoj u početnoj, ali i u aktuelnoj fazi razvoja ruralnog turizma. Krediti se odobravaju preko Hrvatske banke za obnovu i razvoj, koja ima nekoliko kreditnih linija usmerenih na finansiranje ruralnog turizma. Strateška podrška države u analiziranim primerima (državama) odnosila se na: (a) podršku u edukaciji; (b) administrativnu podršku; (c) podršku u promociji; (d) podršku u organizaciji subjekata ruralnog turizma;

(2) aktivno apliciranje za sredstva iz evropskih fondova: Finansiranje ruralnog turizma se u posmatranim državama realizovalo i uz finansijsku podršku pretpripravnih programa Evropske unije, kao i aktuelnih fondova (*EAFRD-a*). Subjekti ruralnog turizma su se, u cilju

aktivnog apliciranja za sredstva iz evropskih fondova, udruživali, formirali lokalno akcione grupe ili pravne subjekti;

(3) maksimiziranje prihoda od ruralnog turizma: U analiziranim primerima prihodi od ruralnog turizma se realizuju po osnovu:

- (a) izdavanja smeštajnih kapaciteta;
- (b) ugostiteljskih usluga;
- (c) prodaje turističkih sadržaja;
- (d) prodaje poljoprivrednih i prerađenih prehrambenih proizvoda;
- (e) prodaje zimmice, vina, proizvoda starih zanata, narodnih rukotvorina i sl.

Realizovanim anketnim istraživanjem došlo se do zaključka da su subjekti ruralnog turizma, koji se bave i turizmom i poljoprivredom, nezadovoljni realizovanim prihodima, te ne ostvaruju potrebnu akumulaciju za samofinansiranje. Razlozi ovakvog stanja su u nedovoljnom korišćenju svih navedenih mogućnosti maksimiziranja prihoda od ruralnog turizma.

Komparativnom analizom iskustava u pogledu finansiranja ruralnog turizma u državama, uporednim primerima, došlo se do zaključka da bi državna finansijska podrška trebala da bude ključni modalitet finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji u aktuelnoj početnoj fazi organizovanog razvoja. U razvijenoj fazi razvoja ruralnog turizma modaliteti finansiranja bi trebali da se zasnivaju na samofinansiranju i tržišnim izvorima finansiranja.

**Iskustva vezana za redefinisane ruralne turističke ponude:** Analizom relevantnih iskustava država - uporednih primera, te primenom metoda sinteze, kao i metoda poređenja sa podacima dobijenim u realizovanom anketnom istraživanju, mogu se definisati neophodne institucionalne promene u cilju redefinisane ruralne turističke ponude i definisanja koncepta upravljanja održivim razvojem ruralnog turizma u Republici Srbiji. U tom cilju potrebno je:

- (1) definisanje standarda kvaliteta ruralnog turizma;
- (2) formiranje nacionalne institucije za kategorizaciju i uvođenje nacionalnih oznaka za označavanje kvaliteta;
- (3) formiranje Registra ruralnog turizma;
- (4) omogućavanje naplate turističkih usluga u seoskim turističkim domaćinstvima;
- (5) formiranje institucije zadužene za razvoj, promociju i prodaju ruralnog turističkog proizvoda;
- (6) definisanje razvojnih prioriteta u cilju plasmana podsticajnih i beneficiranih kreditnih sredstava i formiranje institucije koja će biti zadužena da prati korišćenje sredstava;
- (7) organizovanje kontinuirane edukacije subjekata ruralnog turizma;
- (8) podsticanje udruživanja i specijalizacije u ruralnom turizmu;
- (9) definisanje i implementacija koncepta upravljanja razvojem ruralnog turizma na održivim osnovama.

U cilju razvoja i obezbeđenja ekonomske održivosti (samofinansiranja) ruralnog turizma u Republici Srbiji potrebno je realizovati predloženo redefinisane ruralne turističke ponude.

Naučni doprinos disertacije je u definisanju modaliteta finansiranja ruralnog turizma sa aspekta ruralne turističke ponude u Republici Srbiji u aktuelnom pretprijetnom periodu u procesu evropskih integracija. Predloženo je 16 mogućih modaliteta finansiranja, koji su u cilju sveobuhvatnog i kontinuiranog razvoja ruralnog turizma, definisani za svaki segment ruralne turističke ponude. Predložena rešenja rezultat su istraživanja realizovanih tokom izrade disertacije, kao i komparativne analize razvojnog procesa i modaliteta finansiranja

ruralnog turizma u državama u okruženju, čija iskustva mogu da se implementiraju u domaćim uslovima.

Razvoj ruralnog turizma u Republici Srbiji je izuzetno složen proces s obzirom na to da se ruralne oblasti svrstavaju među najheterogenije u Evropi u pogledu prirodnih, ekonomskih, demografskih i socijalnih uslova. Stoga je potrebno da se u narednom periodu razvoj ruralnog turizma posmatra multisektorski, da bude zasnovan na adekvatnom zakonskom i strateškom okviru, uz razvijene precizne akcione planove, koji će definisati modalitete finansiranja, ali i kontrolu realizacije ciljeva.

## 12. LITERATURA

### KNJIGE

01. Andrić J., Vasiljević Z., Sredojević Z. (2005): *Investicije - osnove planiranja i analize*, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Beograd.
02. Bakić O., Hrabovski-Tomić E. (2010): *Turizam - pojmovi, efekti, funkcionisanje*, Univerzitet Educons, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica.
03. Bogdanov N. (2007): *Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija*, MPŠV RS, UNDP, Beograd.
04. Demonja D., Ružić P. (2010): *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Zagreb.
05. Đorđević-Milošević S., Milovanović J. (2012): *Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja - Mala poljoprivredna gazdinstva i ruralni turizam u Srbiji*, Fakultet za primenjenu ekologiju Futura, Univerzitet Singidunum, Beograd, Agroznanje, Vršac, FAO, Budimpešta.
06. Encyclopedia of Tourism (2000): Editor: Jafar Jafari, Routledge, London – New York.
07. Erić D, Beraha I., Đuričin S., Kecman N., Jakšić B. (2012): *Finansiranje malih i srednjih preduzeća u Srbiji*, Institut ekonomskih nauka, Privredna komora Srbije, Beograd; Dostupno na: <http://www.pks.rs> (sajtu pristupljeno: novembar 2014.)
08. George W., Mair H., Reid D. (2009): *Rural tourism Development Localism and Cultural Change*, Channel view Publicatios, Toronto, Canada.
09. Grupa autora (2006): *Ekonomski rečnik*, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Beograd.
10. Grupa autora (2011): *Javno-privatno partnerstvo u ruralnom turizmu*, Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u okviru zajedničkog programa UN „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“ Beograd.
11. Košić K. (2012): *Ruralni turizam Vojvodine*, Monografija, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad.
12. Krasulja D. (1980): *Poslovne finansije*, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Beograd.
13. Krasulja D. (1998): *Poslovne finansije II deo*, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Beograd.
14. Krasulja D., Ivanišević M. (1999): *Poslovne finansije*, Univerzitet u Beogradu, Ekonomski fakultet, Beograd.

- 15.Kukoleča S. (1990):*Organizaciono poslovni leksikon*, Zavod za ekonomske ekspertize, Beograd.
- 16.Kušen E. (2007):*Kako ugostiti turiste na vlastitom imanju*, Institut za turizam, Zagreb.
- 17.Milenković S.(2009):*Turizam i ekonomija*, Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet.
- 18.Mishkin F.(2006): *Monetarna ekonomija, bankarstvo i finansijska tržišta*, Sedmo izdanje, Redaktori izdanja na srpskom jeziku: Erić D., Živković B., Data status, Beograd.
- 19.Muhi B.(2009):*Primena marketinga u seoskom turizmu Vojvodine*, Univerzitet Educons, Fakultet poslovne ekonomije, Sremska Kamenica.
- 20.Njegovan Z., Pejanović R. (2009): *Ruralna regionalizacija AP Vojvodine*, Monografija, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad.
- 21.Pančić Kombol T. (2000): *Selektivni turizam - uvod u menadžment prirodnih i kuturnih resursa*, TMCP Sagena d.o.o., Matulji.
- 22.Pejanović R. (2010): *Uvod u metodologiju ekonomskih nauka*, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad.
- 23.Pejanović R. (2013): *Ogledi iz agrarne i ruralne ekonomije*, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad.
- 24.Pejanović R., Njegovan Z.(2009):*Preduzetništvo i (agro)privreda*, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad.
- 25.Pejanović R.,Njegovan Z.(2011):*Ruralni razvoj i lokalni ekonomski razvoj AP Vojvodine*, Monografija, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad.
- 25a.Pejanović R., Njegovan Z. (2011): *Principi ekonomije i agrarne politike za studente smeru organske proizvodnje*, Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, Novi Sad.
- 26.Perić J., Dragičević D. (2006): *Partnerstvo javnog i privatnog sektora*, Fintrade & tours d.o.o., Rijeka.
- 27.Pilbeam K.(2005): *Finance and Financial Markets*, Second Edition, Palgrave Macmillan, New York, USA.
- 28.Popescu J. (2002): *Marketing u turizmu*, Čigoja štampa, Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma (CenORT), Beograd.



- 29.Radović G.(2014): *Finansiranje poljoprivrede u Republici Srbiji*, Monografija, Zadužbina Andrejević, Beograd.
- 30.Roberts L., Hall D. (2003): *Rural tourism and recreation: principles to Practise*, CABI Publishing, Oxon, UK.
- 31.Ružić P. (2009): *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč.
- 32.Ružić P. (2011): *Ruralni turizam Istre*, Institut za poljoprivredu i turizam, Zavod za turizam, Poreč.
- 33.Samjuelson P., Nordhaus V. (2005): *Ekonomija*, Mate d.o.o., Beograd.
- 34.Sredojević Z. (2011): *Troškovi bezbednosti i kvaliteta hrane*, Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Beograd.
- 35.Stevens R.D., Jabara L.C. (1988): *Agricultural Development Principles, Economic Theory and Empirical Evidence*, The Johns Hopkins University Press Baltimore and London.
- 36.Stić D. (2010): *Marketing u turizmu & marketinški menadžemtn destinacije*, Beretin, Split.
- 37.Stojković M.H. (2006): *Statistika - Deskriptivna i statička analiza*, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet,Subotica.
- 38.Svržnjak K., Kantar S., Jerčinović S., Kamenjak D. (2014): *Ruralni turizam - uvod u destinacijski menadžment*, Visoko gospodarsko učilište, Križevci.
- 39.Sznajder M., Przezborska L., Scrimgeour F. (2009): *Agritourism*, CAB International-CABI, Oxfordshire, UK, Cambridge, USA.
- 40.Šoškić D. (2006): *Hartije od vrednosti, upravljanje portfoliom i investicioni fondovi*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd.
- 41.Štetić S. (2007): *Posebni oblici turizma*, Izdavač: Autor, Beograd.
- 41a.Štetić S. (2007): *Turistička geografija*, Izdavač: Autor, Beograd.
- 42.Štetić S., Šimičević D., Nicić M. (2009): *Menadžment turističke destinacije*, Srpsko geografsko društvo, Beograd.
- 43.Todorović M. Štetić S. (2009): *Ruralni turizam*, Univerzitet u Beogradu, Geografski fakultet, Beograd.
- 44.Unković S., Zečević B. (2011): *Ekonomika turizma*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta, Beograd.

45. Van Horne J., Wachowicz J. JR. (2007): *Osnovi finansijskog menadžmenta*, Dvanaesto izdanje, Redaktori izdanja na srpskom jeziku: Erić Dejan, Čolić Vladimir, Drašković Božo, Data status, Beograd.
46. Vasilevska Lj. (2006): *Ruralni razvoj u regionalnim okvirima*, Zadužbina Andrejević, Beograd.
47. Vojnović B., Cvijanović D., Stefanović V. (2012): *Razvojni aspekti turističke delatnosti*, Monografija, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd.
48. Vukićević M. (1981): *Poljoprivreda i turizam*, Univerzitet u Novom Sadu, Pravni fakultet, Novi Sad.
49. Vunjak N. (1999): *Finansijski menadžment (Knjiga 1-Poslovne finansije)*, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet, Subotica.
- 49a. Vunjak N. (1999): *Finansijski menadžment (Knjiga 2 -Bankarske finansije)*, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet, Subotica.
50. Vunjak N., Kovačević Lj. (2002): *Poslovno bankarstvo (savremeni trendovi)*, Proleter, Bečej, Milen, Subotica.
51. Vunjak N., Kovačević Lj. (2009): *Finansijska tržišta i berze*, Proleter a.d., Bečej, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, Nezavisni Univerzitet Banja Luka, Čigoja, Beograd.
52. Wall G., Mathieson A. (2006): *Tourism: change, impacts and opportunities*, Pearson Education Limited, Harlow, England.
53. Yescombe E.R. (2010): *Javno-privatna partnerstva, načela politike i financiranje*, Mate d.o.o., Zagreb.

## ČLANCI

54. Baltas N., Ciuhureanu A.T. (2009): Study Regarding The Romanian Rural Tourism Financing And Development Opportunities, Journal „*Revista de turism - studii si cercetari in turism*“, Vol.7, pp.5-9. Available at: <http://ideas.repec.org/a/scm/rdtusv/v7y2009i7p5-9.html>(sajtu pristupljeno: februara 2014.)
55. Bartlet T. (2006): *Rural Tourism development in Europa, International Forum on Rural Tourism*, China, 4.-6- September 2006., Final Report World Tourism Organization.
56. Bonham C., Mak J.: *Private versus Public Financing of State Destination Promotion* Available at: <http://jtr.sagepub.com/content/35/2/3.short>, (sajtu pristupljeno: mart -2014.)
57. Boyne S. (2005): *New Directions in Rural Tourism Impact Research, in New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp.19-37.

- 58.Bošković N. (2003): *Dinamičke promene razvoja svetskog ruralnog turizma*, Zbornik radova, Drugi Forum:*Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 07.-09.maj 2003.godine, str.63-68.
- 59.Bošković O., Njegovan Z. (2012): *Uticaj turizma na poboljšanje situacije na tržištu rada u Republici Srbiji*, Tematski zbornik radova: *Turizam, izazovi i mogućnosti*, VII Naučni skup sa međunarodnim učešćem, 20.-22.septembar 2012.godine, str.313-320.
- 60.Brooks R.(2000): *Heritage tourism in villages and towns in Croatia: Challenges, opportunities, and potentials*, Tourism, Special Issue: *Ecotourism and sustainable development of tourism in ecologically sensitive areas*, Institut for tourism, Zagreb, pp.347-352.
- 61.Butler R. (1980): *The Concept of a Tourism Area Life Cycle of Evolution*, Canadian Geographer, Vol.24, pp.5-12.
- 62.Ciani A. (2003): *The Multifunctionality into Managerial Approach as the Challenge towards the Renaissance of Rural Areas in the 21th Century, the Role of Rural Tourism and Agritourism*, Zbornik radova, Drugi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 07.-09.maj 2003.godine, str. 5-24.
- 63.Curać A. (2007): *Turizam u ruralnom prostoru sela Žrnovo na otoku Korčuli - iskustvo organizatora putovanja iz Francuske*, Zbornik radova, Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma, Hvar, str.531-541.
- 64.Čomić Lj. (2001): *Značaj kooperacije i primena interneta u razvoju ruralnog turizma*, Zbornik radova, Prvi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 25.-26.oktobar 2001.godine, str.18.
- 65.Čomić Đ. (2003): *Prostorno-planski modeli razmeštaja turizma u ruralnoj sredini*, Zbornik radova, Drugi Forum:*Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 07.-09.maj 2003.godine, str.31-38.
- 66.Dabić Lj. (2014): *Legal Pre-Conditions for Foreign Investment Attraction in the Form of Public-Private Partnership and Concessions and their Characteristics (Comparative Law Approach*, Thematic Proceedings from International Conference: *Possibilities and Perspectives for Foreign Direct Investments in the Republic of Serbia*, Institute of International Politics and Economics, Belgrade, 13.-14-November, 2013., pp.201.
- 67.Đekić S. (2001): *Značaj komplementarnog razvoja agrara i ruralnog turizma*, Zbornik radova, Prvi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 25.-26.oktobar 2001.godine, str.55-60.
- 68.Đekić S. (2005):*Multifunkcionalnost poljoprivrede i vitalnost ruralnih područja*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: *Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj*, Beograd, 08.-09.decembar 2005.godine, str.53-58.

- 69.Đekić S., Vučić S. (2003): *Savremeni ruralni turizam i rekreacija*, Zbornik radova, Drugi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 07.-09.maj 2003.godine, str. 169-174.
- 70.Đurić G., Holodkov V. (2014): *Redefining the Training of Employees in Tourism Sector Including Direct Foreign Investments Through the Affirmation of Regional Cross-border Cooperation in the Autonomous Province of Vojvodina*, International Thematic Proceedings (2014): *Possibilities and Perspectives for Foreign Direct Investments in the Republic of Serbia*, Institute of International Politics and Economics, Belgrade, pp. 459-477.
- 71.Jelić S., Peševski M. (2010): *Porodična poljoprivredna gazdinstva Srbije i seoski turizam*, Zbornik sažetaka: *Turistički imidž Srbije kao faktor razvoja privrede*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Prolom Banja, 16.-18.april 2010.godine, str.45.
- 72.Jing X. (2006): *Rural Tourism and Sustainable Community Development*, International Forum on Rural Tourism, China, 4.-6- September 2006., Final Report World Tourism Organization.
- 73.Katica D. (1996): *Iskustva iz Austrije i Slovenije*, Zbornik radova: *Turizam na seljačkim gospodarstvima - mogućnosti i ograničenja*, Hrvatski farmer d.d, Zagreb, str. 14-17.
- 74.Kayser B. (1994): *Culture, an important tool in Rural Development*. In: *Culture and Rural Development*, LEADER Magazine 8, pp.1-4.
- 75.Kocić B., Kocić I., Radovanović D. (2012): *Finansiranje održivog razvoja lokalnih samouprava emitovanjem opštinskih hartija od vrednosti*, Tematski zbornik radova: *Turizam: izazovi i mogućnosti*, VII Naučni skup sa međunarodnim učešćem, 20.-22.septembar 2012.godine, str.469-480.
- 76.Kosar Lj., Rašeta S. (2003): *Ocena mogućnosti primene menadžment kvaliteta u ruralnoj sredini*, Zbornik radova, Drugi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 07.-09. maj 2003.godine, str.39-44.
- 77.Košćak M. (1995): *Razvoj ruralnog turizma u Sloveniji*, *Turizam*, godina XLIII, broj 7-8/1995, Hrvatska turistička zajednica, Institut za turizam, Zagreb, str. 134-142.
- 78.Kulovec M., Kosi R., Jagodić A., Trunkelj B. (2010): *Doprinos Poljoprivredno-šumarske komore Slovenije razvoju turizma na slovenskim poljoprivrednim gospodarstvima*, Zbornik radova, Drugi hrvatski kongres o ruralnom turizmu, Mali Lošinj, 21.-25.april 2010.godine, str. 669- 678.
- 79.Kušen E. (1995): *Turizam na seljačkom gospodarstvu*, *Turizam*, godina XLIII, broj 7-8/1995, Hrvatska turistička zajednica, Institut za turizam, Zagreb, str. 127-133.
- 80.Kušen E. (1996): *Prezentacija hrvatskog ruralnog područja i seljačkog gospodarstva*, Zbornik radova: *Turizam na seljačkim gospodarstvima - mogućnosti i ograničenja*, Hrvatski farmer d.d, Zagreb, str. 5-8.

81. Kušen E. (1999): *Vinske ceste, stanje kod nas i strana iskustva*, Zbornik radova sa Okruglog stola: Program „Razvitak turizma na ruralnom prostoru - hrvatske vinske turističke ceste“, Hrvatski farmer d.d, Zagreb, str. 12-16.
82. Lane B. (1994): *What is rural tourism?* Journal of Sustainable Tourism Vol 2 (1-2), pp.7-21.
83. Lane B. (2007): *Rural tourism in the United Kingdom - its development synergies, success stories and issues*, Zbornik radova, Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma, Hvar, 17.-21. oktobar 2007., str. 443-463.
84. Lazić V. (2007): *Međuzavisnost ruralnog turizma i poljoprivrede*, Skripta: *Ruralni turizam*, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad. str. 144-161.
85. Long P., Lane B. (2000): *Trends in Outdoor Recreation. Leisure and Tourism, in Rural Tourism Development*, W.C. Garner and D.W. Lime (eds), CAB International, Wallingford, pp. 299-308.
86. Lovre K., Gajić M., Zekić S. (2005): *Multifunkcionalna poljoprivreda u pregovorima Svetske trgovinske organizacije*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: *Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj*, Beograd, 08.-09. decembar 2005. godine, str. 37-45.
87. Mair H., Reid D., George W. (2005): *Globalisation, Rural Tourism and Community Power, in New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp. 165-179.
88. Malešević K. (2005): *O komplementarnosti multifunkcionalne poljoprivrede i ruralnog razvoja*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: *Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj*, Beograd, 08.-09. decembar 2005. godine, str. 23-36.
89. Marić R. (2001): *Turistička delatnost - bitan faktor prosperitetnog razvoja ruralnih područja*, Zbornik radova, Prvi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 25.-26. oktobar 2001. godine, str 27-32.
90. Marković S., Ostojić M. (2012): *Četiri decenije seoskog turizma u Moravičkom kraju*, Zbornik radova, Prvi stručni skup o ruralnom turizmu i održivom razvoju, Kragujevac, str. 28-40.
91. Milenković S. (2005): *Ruralni turizam i životna sredina u Srbiji*, Zbornik 1 - *Ruralni razvoj i zaštita životne sredine*, Zavod za sociologiju sela, Beograd, Institut za agroekonomiju Poljoprivrednog fakulteta u Beogradu, Savetovanje Vlasotince-Vlasinsko jezero, str. 241-250.
92. Milojević Lj. (2007): *Modeli finansiranja seoskog turizma*, Skripta: *Ruralni turizam*, Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad, str. 229-259.

93. Mitchell M., Hall D. (2005): *Rural Tourism as Sustainable Business: Key Themes and Issues*, in *Rural Tourism and Sustainable Business*, Hall D., Kirkpatrick I. and Mitchell M. (eds), Channel View Publications, Clevedon, Buffalo, Toronto, pp.3-14
94. Novković N., Simanović V., Sredojević Z. (2012): *Značaj agro i ekoturizma u multifunkcionalnom ruralnom razvoju*, Tematski zbornik radova: *Turizam: izazovi i mogućnosti*, VII Naučni skup sa međunarodnim učešćem, 20.-22.septembar 2012.godine, str.44-51.
95. Nylander M., Hall D. (2005): *Rural Tourism Policy: European Perspectives*, in *New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp.17-40.
96. Pajić L. (2001): *Konvergenција ekologije, poljoprivrede i turizma - osnova održivog razvoja Srbije*, Zbornik radova, Prvi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 25.-26.oktobar 2001.godine, str.129-134.
97. Pejanović R., Tica N., Delić S. (2005): *Agrarno preduzetništvo*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: *Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj*, Beograd, 08.-09.decembar 2005.godine, str.74-84.
98. Pejanović R., Radović G., Tomaš M., Maksimović G., Krajinović G., Jelić V. (2010): *Agricultural budget as a form of financing agriculture in the Republic of Serbia*, *Contemporary Agriculture*, Vol.59, No.1-2/2010, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad, str. 206-213.
99. Pejanović R., Radović G. (2012): *Rural tourism as a factor of rural economy diversification in the Republic of Serbia*, International conference: „*Sustainable Agriculture and Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Implementation within Danube Region-preservation of rural values*“, Tara, 06.-08.decembar 2012., pp.1-17.
100. Pejanović R., Radović G. (2013): *Agrarni budžet kao faktor ruralnog i regionalnog razvoja Republike Srbije*,/Agrarian budget as a factor of rural and regional development of the Republic of Serbia/,XVIII Naučni skup: *Regionalni razvoj i demografski tokovi zemalja jugoistočne Evrope*, Ekonomski fakultet, Niš, jun 2013.godine, str. 241-252.
- 100a. Pejanović R., Radović G. (2013): *Financial role of the state in the development of rural tourism in the Republic of Serbia*, International conference: „*Sustainable Agriculture and Rural Development in Terms of the Republic of Serbia Strategic Goals Implementation within Danube Region-preservation of rural values*“, Thematic Proceedings, Topola, 05.-07.12. 2013, pp.1459-1476.
101. Pejanović R., Radović G., Demirović D., Njegovan Z. (2014): *Farmstead tourism in a rural development function of AP Vojvodina (Serbia)*, The Role of Agricultural Economic Sciences in Agriculture and Rural Development in the Balkan Countries, AAEM 9th International Conference 24-25 April 2014, Ohrid, Macedonia, pp. 246-258

102. Pioeg, J.D. Van der, Long A., Banks J. (2003): *Rural development: the state of the art*, Available at: <http://www.agris.fao.org> (sajtu pristupljeno: februar 2014.)
103. Pivac T. (2012): *Vinski turizam i vinski putevi*, Edicija Kulturno-istorijska baština Vojvodine: Vinogradarstvo i vinarstvo u Vojvodini, KID PČESA i Klub 100 plus, Novi Sad, str.561-573.
104. Priestley G., Canoves G., Segui M., Villarino M. (2005): *Legislative Frameworkd for Rural Tourism: Comparative Studies from Spain*, in *New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp. 63-85.
105. Rajko M., Tomčić Z., Juraković L. (2007): *Poticajne mere u razvoju agroturizma*, Zbornik radova, Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma, Hvar, str.353-364.
106. Rajković V. (2007): *Programi potpora i poticaja za razvoj ruralnog turizma*, Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka, Zbornik radova, Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma, Hvar, str.691-692.
107. Raszt T., Puczko L. (1998): *Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary*, in Hall D., O'Hanlon L. eds. „*Rural Tourism Management: Sustainable Proceeding*“, SAC, Auchncrive, Ayr. Scotland, pp.450-464.
108. Ristić Ž. (2010): *Finansijska politika u funkciji razvoja turističkog imidža i promovisanja turističkih brendova srpske privrede*, Tematski zbornik radova: *Unapređenje turizma kao faktor razvoja privrede Republike Srbije*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd, str.73-82.
109. Roberts L., Simpson F. (2005): *Encouraging Responsible Access to the Countryside*, in *New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp.67-79.
110. Roberts L., Mitchell M., Hall D. (2005): *New Directions in Rural Tourism: Local Impacts and Global Trends*, in *New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp. 225-233.
111. Sharpley R. (2005): *Rural Tourism and Sustainability - A Critique*, in *New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp. 38-53.
112. Simonović D. (2005): *Funkcije poljoprivrede i ruralni razvoj*, Tematski zbornik, Međunarodni naučni skup: Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj, Beograd, 08.-09.decembar 2005.godine, str.46.-52.
113. Sorensen A., Nilsson P.A. (2005): *What is Managed when Managing Rural Tourism? The Case of Denmark*, in *New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp.54-64.

- 114.Štepinac Fabijanić T. (2010): *Međunarodna organizacija ECOVAST i ruralni turizam*, Zbornik radova. Drugi hrvatski kongres o ruralnog turizmu, Mali Lošinj, str. 35- 45.
- 115.Stoian M. (2007): *Rural tourism problems of rural tourism development in Romania*, Zbornik radova, Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma , Hvar, 17.-21.oktobar 2007., str. 464-466.
- 116.Ševarlić M., Petrović Z. (2010): *Privredni značaj, turistički imidž i održivi razvoj seoskog turizma u Rudničko-Takovskom kraju*, Zbornik sažetaka: Turistički imidž Srbije kao faktor razvoja privrede, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Prolom Banja, 16.-18.april 2010.godine, str.47.
- 117.Štetić S. (2003): *Specifičnosti edukacije (u) i (za) ruralni turizam*, Zbornik radova, Drugi Forum:*Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 07.-09.maj 2003.godine, str. 95-100.
118. Štetić S., Šimičević D. (2011): *Značaj posebnih oblika turizma u ruralnom razvoju*, Tematski zbornik radova: Mediteranski dani Trebinje 2011, Turizam i ruralni razvoj – Savremene tendencije, problemi i mogućnosti razvoja, VI Međunarodni naučni skup, 07–08. oktobar 2011. godina, str. 55.
- 119.Tomka D. (2003): *Ljudi - najznačajniji faktor marketing strategije u seoskom turizmu*, Zbornik radova, Drugi Forum:*Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 07.-09.maj 2003.godine, str. 101-106.
- 120.Torres M.R., Henshall Momen J. (2011): *Tourism and Agriculture: New Geographies of Consumption, Production and Rural Restructuring (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility*, Available at: <http://www.amazon.com/Tourism-Agriculture-Geographies-Restructuring-Contemporary/dp/0415584299> (sajtu pristupljeno: februar 2014.)
- 121.Tucker H. (2005): *The Host-Guest Relationship and its Implications in Rural Tourism*, in *New Directions in Rural Tourism*, Hall D., Roberts L. and Mitchell M. (eds), Ashgate Publishing Limited, Aldershot, England, pp.80-89.
- 122.Vasilevska Lj. (2009): *Ruralni turizam u okviru multifunkcionalne poljoprivrede – mogućnosti i ograničenja*, Zbornik radova, Prva regionalna turistička konferencija: *Regionalna saradnja u razvoju turizma*, Privredna komora Beograd, Beograd, str.35-46.
- 123.Vasiljević Z., Kovačević V. (2014): *Foreign Direct Investments in Agriculture and Food Processing Industry of Serbia*, Thematic Proceedings from International Conference: Possibilities and Perspectives for Foreign Direct Investments in the Republic of Serbia, Institute of International Politics and Economics, Belgrade, 13.-14-November, 2013., pp. 298-301.
- 124.Vidaković D., Pavlović B. (2010): *Razvoj ruralnog turizma kroz predpristupne fondove EU-a i kroz proces prekogranične suradnje*, Zbornik radova, Drugi hrvatski kongres o ruralnom turizmu, Mali Lošinj, 21.-25.april 2010.godine, str. 469- 474.



125.Vujić S. (2007): *Uloga i perspektive mikokreditnih organizacija u razvoju seoskog turizma*, Acta turistica, Vol. 19, No 2, str.101-228.

126.Vujović S., Jovanović S., Milanović M. (2011): *Razvojni aspekti seoskog turizma*, Tematski zbornik radova: Mediteranski dani Trebinje 2011, *Turizam i ruralni razvoj - Savremene tendencije, problemi i mogućnosti razvoja*, VI Međunarodni naučni skup, 07.-08.oktobar 2011.godina, str.22-33.

127.Vujičić M. (2001): *Turizam kao faktor strukturinih promena i razvoja poljoprivrede i sela*, Zbornik radova, Prvi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 25.-26.oktobar 2001.godine, str.61-66.

128.Vukićević M. (2001): *Poljoprivreda i turizma (Prilog objektivizaciji osnovnih interakcija)*, Zbornik radova, Prvi Forum: *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, Kragujevac, 25.-26.oktobar 2001.godine, str.135-139.

### **ZAKONI, STRATEGIJE, PRAVILNICI, UREDBE**

129.Zakon o bankama, Službeni glasnik Republike Srbije br.107/2005, 91/2010.

130.Zakon o finansijskom lizingu, Službeni glasnik Republike Srbije br. 55/2003, 61/2005, 31/2011, 99/2011.

131.Zakon o investicionim fondovima, Službeni glasnik Republike Srbije br.46/2006, 51/2009, 31/2011).

132.Zakon o javno-privatnim partnerstvima i koncesijama (Sl.glasnik RS br.88/2011)

133.Zakon o javnim skladištima, Službeni glasnik Republike Srbije br. 41/09.

134.Zakon o lokalnoj samoupravi, Službeni list RS br.129/2007; Službeni glasnik RS br.47/11.

135.Zakon o obligacionim odnosima (Sl.list SFRJ br.29/78, 39/85, 45/89, Odluka USJ 57/89, Sl.list SRJ br.31/93 i Sl.list SCG br.1/2003-Ustavna povelja.

136.Zakon o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju, Službeni glasnik Republike Srbije br.10/2013.

137.Zakon o poljoprivredi i ruralnom razvoju, Službeni glasnik Republike Srbije br.41/2009.

138.Zakon o tržištu hartija od vrednosti i drugih finansijskih instrumenata, Službeni glasnik Republike Srbije br. 47/2006.

139.Zakon o turizmu Republike Srbije, Službeni glasnik Republike Srbije br.36/2009; 88/2010; 99/2011, 93/2012.

140. Zakon o ugostiteljstvu, Službeni glasnik Republike Srpske br.15/2010 и 57/2012.

141. Zakon o zadrugama, Sl.list SRJ br.41/96, 12/98; Sl.glasnik RS br.101/2005, 34/2006.
142. Zakon o obligacionim odnosima (Sl.list SFRJ br.29/78, 39/85, 45/89, odluka USJ 57/89, Sl.list SRJ br.31/93 i Sl.list SCG br.1/2003-Ustavna povelja.
143. Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja Republike Srbije za period 2014.-2024. Službeni glasnik RS br.85/2014.
144. Strategija razvoja turizma Republike Srbije (2006): Službeni glasnik Republike Srbije br.91/2006.
145. Master plan održivog razvoja ruralnog turizma u Republici Srbiji (2011): Zajednički program UN „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“, Beograd.
146. Marketing strategija turizma Vojvodine, (2009): Sekretarijat za privredu, Pokrajinske Vlade, AP Vojvodina, Novi Sad.
147. Pravilnik o podsticajima za unapređenje ekonomskih aktivnosti na selu kroz podršku nepoljoprivrednim aktivnostima, Službeni glasnik Republike Srbije br. 81/2013.
148. Uredba o uslovima i načinu privlačenja direktnih investicija, Službeni glasnik Republike Srbije br. 55/2014.
149. Pravilnikom o standardima za kategorizaciju ugostiteljskih objekata za smeštaj, Službeni glasnik Republike Srbije br.41/2010, 103/2010, 99/2012.
150. Pravilnika o uslovima i načinu obavljanja ugostiteljske delatnosti, načinu pružanja ugostiteljskih usluga, razvrstavanju ugostiteljskih objekata, minimalno tehničkim uslovima za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata, Službeni glasnik Republike Srbije br.48/2012.
151. Pravilnik o obliku, sadržini i načinu vođenja evidencije gostiju u seoskom turističkom domaćinstvu, Službeni glasnik Republike Srbije br.96/2009
152. Pravilnik o minimalnim tehničkim i sanitarno-higijenskim uslovima za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćoj radinosti i u seoskom turističkom domaćinstvu , Službeni glasnik Republike Srbije br. 41/2010 i 48/2012.
153. Pravilnik o sadržini i načinu isticanja turističke signalizacije, Službeni glasnik Republike Srbije br.22/2010.
154. Program razvoja održivog ruralnog turizma u Republici Srbiji, Službeni glasnik Republike Srbije br.85/2011.

#### **DOKUMENTACIJA MINISTARSTAVA I SEKRETARIJATA**

155. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije - Sektor za ruralni razvoj (2009): *Analiza budžetske podrške razvoju seoskog turizma u Srbiji i diversifikaciji ekonomskih aktivnosti na selu*, Beograd.

156.Ministarstva privrede Republike Srbije (2013) Informacija o finansiranju ruralnog turizma, imejl od 17.09.2013.

157.Ministarstvo trgovine, turizma i usluga Republike Srbije, Horwath Consulting (2005): *Strategija razvoja turizma Republike Srbije*, Beograd-Zagreb.

158.Ministarstvo ekonomije i privrede (2013): *Podaci o donacijama Ministarstva ekonomije i privrede za razvoj ruralnog turizma i o donacijama Španske vlade*, Imejl od 14.02.2013. i 09.04.2013.

159.Ministry of Agriculture, Forestry and Food (2007): *Rural Development Programme of the Republic of Slovenia 2007-2013*, Ljubljana.

160.Ministarstvo Republike Slovenije za poljoprivredu, šumarstvo i prehrambeno-prerađivačku industriju (2007): *Slovenačka poljoprivreda, šumarstvo i prehrambeno-prerađivačka industrija - osnovne karakteristike i brojke*, Ljubljana.

161.Ministarstvo za kmetijstvo, gazdarstvo i prehrana (2007): *Program razvoja podeželja Republike Slovenije za obdobje 2007-2013.*, Ljubljana.

162.Ministarstvo za kmetijstvo in okolje (2012): *Gradimo vitalno podeželje - Primeri dobrih praks - Programe razvoja podeželja RS (2007-2013)*, Ljubljana, pp.9. <http://www.mko.gov.si> (sajtu pristupljeno oktobar 2013.)

163.Ministry of Economic Development and Technology (2012): *Slovenian tourism development strategy 2012-2016*, Ljubljana.

164.Ministarstvo za kmetijstvo in okolje, Kmetijski inštitut Slovenije (2013):Poročilo o stanju kmetijstva, živilstva, gozdarstva in ribištva v letu 2012, Ljubljana. (izvor:<http://www.mko.gov.si>, (sajtu pristupljeno oktobar 2013.)

165.Sekretarijat za poljoprivredu, šumarstvo i vodoprivredu APV (2013): *Izveštaj o sredstvima za ruralni razvoj*, Novi Sad.

166.Sekretarijat za privredu, zapošljavanje i ravnopravnost polova APV (2013): *Modeli podrške sektoru turizma*, Novi Sad.

167.Sekretarijat za privredu, zapošljavanje i ravnopravnost polova APV (2014): *Izveštaj o radu januar-decembar 2013.godine*, Novi Sad.

### PREZENTACIJE, STRUČNI ČASOPISI, ŠTAMPA

168.Bogdanov N., Babović M (2014): *Radna snaga i diverzifikacija prihodna na poljoprivrednim gazdinstvima u Srbiji - stanje i izazovi za politiku ruralnog razvoja*, Presentacija, Beograd, novembar 2014.godine; Dostupno na:<http://www.popispoljoprivrede.stat.rs>, (sajtu pristupljeno: novembar 2014.)

169. Čuček V. (2013): *Turizam na poljoprivrednim imanjima u Sloveniji, očekivanja potrošača*, Prezentacija, Celje, oktobar 2013. godine.
170. Embacher H. (2007): *Farm Holidays in Austria*, Book of papers, Presentation at the Congress: *Rural tourism development perspectives*, Hvar, Croatia, Oct. 17.-21. 2007.
171. EuroGites Presentation (2014): *Countryside Tourism in Europa*, European Federation of Rural Tourism, Available at: <http://www.eurogites.org/documents> (sajtu pristupljeno: avgust 2014.)
172. Klaus E., President EuroGites (2007): *Rural Tourism - Understanding and implementation in Europe -- an overview*, EuroGites Presentation Available at: <http://www.eurogites.org/documents/> (sajtu pristupljeno: jul 2013.)
- 172a. Klaus E., General Secretary EuroGites (2014): *Rural Tourism in Europe - State of Art*, 5 th European Congress of Rural Tourism, Alpbach, Tirol, Austrija, 6th - 8 th October 2014.
173. Grimm B. (2014): *Rural Tourism - The Customer's Perspective - Market*, Presentation, 5 th European Congress of Rural Tourism, Alpbach, Tirol, Austrija, 6th - 8 th October 2014.
174. HBOR (2007): *Kreditiranje turističkog sektora - Programi kreditiranja HBOR-a*, Prezentacija, Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma: Perspektive razvoja ruralnog turizma, Hvar, 17.-21. oktobar 2007.
175. Hrvatska gospodarska komora (2007): Informacija Sektora za turizam, Zagreb.
176. Podaci dobijeni od Ivanović V., direktora Nacionalne asocijacije „Seoski turizam Srbije“.
177. Podaci dobijeni od Jagodić A. iz Instituta za poljoprivredu i turizam u Celju.
178. Podaci dobijeni od Jurišin M. iz Hrvatske banke za obnovu i razvoj.
179. Podaci dobijeni od Čuček V., rukovodioca poljoprivredno-savetodavne službe Instituta za poljoprivredu i šumarstvo u Celju.
180. Podaci dobijeni od Tošev S., člana tima za implementaciju STAR projekta.
181. Marković M. and et. (2013): *Challenges in agricultural sector of the potential candidate and the candidate countries for EU membership*, Presentation, International Symposium and XVIII Scientific Conference of Agronomists of Republic of Srpska, Trebinje, March 26-29, 2013.
182. Mikavica A. (2014): *Od turizma može i više*, list „Politika“, 30. oktobar 2014, str. 12.
183. Noev N. (2013): *Rural Tourism, Communities and EAFRD Funding 2014-2020*, Presentation, European Commission DG Agriculture and Rural Development, “Communities

as a part of sustainable rural tourism - success factor of inevitable burden, Kotka, Finland, 10-11/09/2013.

184. Pejanović R. (2007): *Stranputice i putevi naše agrarne politike*, Časopis: Savremeni farmer, God. VIII, maj 2007. godina, str.8.

185. Pejanović R. (2014): *Tranzicija, privatizacija i korupcija: Četvrt veka našeg „hoda po mukama“*, list „Poljoprivrednik“ broj 2528 od 31.01.2014., str.6.

186. Radošević B., (2012): *Selektivni oblici turizma*, Prezentacija, Dostupno na: <http://91.185.99.78/skripte/selektivni-novo/predavanje.1pdf> (sajtu pristupljeno: januar 2013.god.)

187. Stefanović M. (2013): *Finansijske zadruge - kreditne unije*, Pravni instruktor br.43, Beograd, Paragraf Co d.o.o., Beograd, maj 2013., str. 96- 110.

187a. Stefanović M. (2013): *Zajednički poslovni poduhvat (joint venture)*, Pravni instruktor br.5, Beograd, Paragraf Co d.o.o., Beograd, septembar 2013., str. 81-89.

### IZVEŠTAJI, POPISI, KATALOZI

188. AGENDA 21 za turističku privredu -u susret ekološki održivom razvoju.

189. European Commission (2008): *Seventh Framework Programme for Research and Technology Development: Country profile on rural characteristics Slovenia-Assessing the Impact of Rural Development Policies incl.LEADER*.

190. European Commission Directorate (2008): *General for agriculture and rural development*, The EU Rural Development Policy: Facing the Challenges.

191. Izgradnja lokalnih kapaciteta za ruralni razvoj usmerena na unapređenje turizma (2012): Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u okviru Zajedničkog programa Ujedinjenih nacija „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“, Beograd.

192. RARIS (2012): Vodić za ruralni turizam, Regionalna agencija za razvoj Istočne Srbije, Dostupno na: <http://www.raris.rs> (sajtu pristupljeno: avgust 2012.)

193. Republički zavod za statistiku (2013): Popis poljoprivrede 2012 - Poljoprivreda u Republici Srbiji, Sveska 1, Beograd.

194. Republički zavod za statistiku (2014): Anketa o radnoj snazi za 2013. godinu, Beograd. Dostupno na: [http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/35/41/SB-578\\_ARS\\_2013-SAJT.pdf](http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/35/41/SB-578_ARS_2013-SAJT.pdf), (sajtu pristupljeno: novembar 2014.)

195. Slovenačka turistička organizacija, Udruženje turističkih seoskih domaćinstava Slovenije (2011): Gostoljubivost seoskih domaćina, Katalog, Ljubljana.

**ELEKTRONSKI IZVORI PODATAKA**

196. <http://www.accueilchampetre.be>

197. <http://www.agriterra.org>

198. <http://www.apr.gov.rs>

199. <http://www-cvetnakucavrdnik.co>

200. <http://www.eceat.org>

201. <http://www.ecovast.org>

202. <http://www.eib.org/projects/press/2011/2011-087-hungary-eib-lends-eur-735-million-for-priority-projects-co-financed-with-eu-funds.htm>

203. <http://www.ekapija.com>

204. <http://www.emins.org>

205. <http://en.gites-de-france.com>

206. <http://www.gitesdewallonie.be>

207. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard)

207a. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=6760](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=6760)

207b. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=4401](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=4401)

207c. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=2222](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=2222)

207d. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=6043](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=6043)

207e. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=4840](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=4840)

207f. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=260](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=260)

207g. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=5222](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=5222)

- 207h. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=6860](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=6860)
- 207i. [http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp\\_view/en/view\\_projects\\_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard\\_id=7180](http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdp_view/en/view_projects_en.cfm?action=detail&backfuse=jsview&postcard_id=7180)
208. [http://enrd.ec.europa.eu/publications-and-media/enrd-main-stories-archive/en/nrn-of-the-month-austria\\_en.cfm](http://enrd.ec.europa.eu/publications-and-media/enrd-main-stories-archive/en/nrn-of-the-month-austria_en.cfm)
209. <http://www.eurogites.org>
210. <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=AT>
211. <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=RO>
212. <http://www.eurogites.org/member.php?lang=EN&id=HR>
213. [http://www.ec.europa.eu/regional\\_policy/the\\_funds/doc/ipa/hungary\\_croatia\\_ipacbc.pdf](http://www.ec.europa.eu/regional_policy/the_funds/doc/ipa/hungary_croatia_ipacbc.pdf)
214. <http://www.evropa.gov.rs/CBS/PublicSite/Default.aspx>
215. <http://ec.europa.eu/agriculture/cap-funding/budget/index-en.htm>
216. [http://ec.europa.eu/agriculture/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/index_en.htm)
217. <http://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/rdpview>
218. <http://en.gites-de-france.com>
219. <http://www.europski-fondovi.eu/content/prekograni-ni-program-hrvatska-srbija-0>
220. <http://www.falusiturizmus.hu>
221. <http://www.farmstyuk.co.uk>
222. <http://www.fondzarazvoj.gov.rs>
223. <http://www.gendernet.rs/rrpage.php?chapter=63&id=152>
224. <http://www.gitesdewallonie.be>
225. <http://www.gostoljublje.com>
226. <http://www.hrvatski-farmer.hr>
227. <http://ideas.repec.org/a/scm/rdtusv/v7y2009i7p5-9.html>
228. <http://www.istar21.rs>

229. <http://www.kamatica.com>
230. <http://www.leader-austria.at/netzwerk>
231. <http://www.logereninvlaanderen.be>
232. <http://www.minpolj.gov.rs>
233. <http://www.nbs.rs>
234. <http://www.putvina.srbije.rs>
235. <http://www.rzs.stat.gov.rs>
236. <http://www.selo.co.rs>
237. <http://www.selo.rs/RS/ponuda/etno-selo-latkovac>
238. <http://www.srbija.travel>
239. <http://www.turisticnekmetilje.si>
240. <http://www.UrlaubamBauernhof.at>
241. <http://www.unwto.org>



## 13. PRILOG

### ANKETNI UPITNIK ZA ISTRAŽIVANJE KOJE SE SPROVODI U OKVIRU DOKTORSKE DISERTACIJE „MODALITETI FINANSIRANJA RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRBIJI“

#### I KARAKTERISTIKE SUBJEKTA RURALNOG TURIZMA

\_\_\_\_\_  
*(Naziv pružaoca usluge)*

\_\_\_\_\_  
*(Naziv mesta)*

\_\_\_\_\_  
*(Smeštajni kapaciteti)*

1) Koliko dugo se bavite pružanjem turističkih usluga?

- a) počinjem ove godine;
- b) do tri godine;
- c) do pet godina;
- d) više od pet godina.

2) Da li ste član nekog udruženja? Ako jeste navedite naziv.

- a) ne;
- b) da

\_\_\_\_\_  
*/navedite naziv i mesto u kome se udruženje nalazi/*

3) Da li je Vaše domaćinstvo kategorisano?

- a) ne.
- b) da

\_\_\_\_\_  
*/navedite kategoriju i godinu kada je izvršena kategorizacija/*

#### II POVEZANOST TURIZMA I POLJOPRIVREDE

4) Da li se bavite:

- a) samo turizmom;
- b) turizmom i poljoprivredom;
- c) turizmom i \_\_\_\_\_.

*/napisati kojom delatnošću/*

5) Koje usluge pružate gostima?

- a) samo ishrane;
- b) samo prenoćišta;
- c) prenoćište sa doručkom;
- d) usluge polupansiona;
- e) usluge punog pansiona.

6.) Ukoliko pružate gostima i usluge ishrane poljoprivredne proizvode (meso, mleko, jaja, voće i povrće):

- a) sami proizvodite;
- b) delimično sami proizvodite;
- c) kupujete.

### III KARAKTERISTIKE TURISTIČKOG PROMETA

7) Koliki broj noćenja ste ostvarili prošle godine (od 01.januara do 31.decembra)?

- a) do 100;
- b) od 100 do 300;
- c) od 300 do 500;
- d) više od 500.

8) Gosti su vam pretežno:

- a) domaći (Republika Srbija);
- b) strani \_\_\_\_\_.

/napisati iz kojih država su većinom/

9) Koliko Vam je duga sezona:

- a) cele godine;
- b) samo u određenom periodu godine \_\_\_\_\_.

/navesti u kom periodu godine/

### IV KARAKTERISTIKE DOSADAŠNJEG I AKTUELNOG NAČINA FINANSIRANJA

10) Koliko ste do sada finansijskih sredstava uložili u razvoj ruralnog turizma:

- a) do 5.000 evra;
- b) od 5.000 do 10.000 evra;
- c) više od 10.000 evra.

11) Uložena sredstva ste obezbedili:

- a) samofinansiranjem;
- b) subvencijama Ministarstva poljoprivrede;
- c) kreditima Fonda za razvoj Republike Srbije;
- d) bankarskim kreditima;
- e) subvencijama sekretarijata AP Vojvodine;



## VI KARAKTERISTIKE REALIZOVANOG PRIHODA

16) Koliki prihod godišnje ostvarujete od ruralnog turizma?

- a) do 150.000 dinara;
- b) do 300.000 dinara;
- c) do 500.000 dinara;
- d) do 1.000.000 dinara;
- e) preko 1.000.000 dinara.

17) Po Vašem mišljenju:

Ostvareni prihod je:	Struktura prihoda je:	Porez na prihod:
a) je zadovoljavajući;	a) je zadovoljavajuća;	a) je realan;
b) nije zadovoljavajući.	b) nije zadovoljavajuća.	b) je destimulativan-previsok.

18) Da li cene usluga pokrivaju troškove poslovanja:

- a) u potpunosti pokrivaju;
- b) delimično pokrivaju.

## VII UTICAJ POREZA NA TROŠKOVE POSLOVANJA

19) Kako porezi i doprinosi, koje plaćate na inpute, utiču na cenu koštanja:

- a) znatno povećavaju cenu koštanja;
- b) njihov uticaj nije velik.

## VIII UTICAJ TROŠKOVA RADNE SNAGE

20) Koliko je učešće troškova radne snage u ceni koštanja:

- a) do 20%;
- b) do 50%;
- c) preko 50%.

21) Da li zapošljavate radnike ili rade samo članovi porodice:

- a) rade samo članovi porodice.
- b) zapošljavam radnike.

\_\_\_\_\_ (navesti broj radnika i stepen obrazovanja)

## IX UTICAJ TROŠKOVA PROMOCIJE I PRODAJE

22) Na koji način potencijalni gosti mogu da se upoznaju sa vašom ponudom?

- a) preko prijatelja – ličnim kanalima;
- b) preko lokalnih turističkih organizacija;
- c) preko internet sajta- web prezentacije;
- d) ostalo \_\_\_\_\_.

/napisati način informisanja gostiju/

- 23) Koliko su troškovi promocije prošle godine učestvovali u ukupnoj strukturi rashoda:
- a) niste izdvajali za ove troškove;
  - b) oko 1%;
  - c) do 5%;
  - d) preko 5%.
- 24) Koliko su agencijski troškovi prošle godine učestvovali u ukupnoj strukturi rashoda:
- a) niste izdvajali za ove troškove;
  - b) oko 1%;
  - c) do 5%;
  - d) preko 5%.

#### **X PLANIRANE INVESTICIJE I NAČINI FINANSIRANJA**

- 25) Da li planirate investicije u narednih pet godina:

a) Ne.

b) Da.

\_\_\_\_\_

(iz kojih izvora planirate da finansirate investiciju)

#### **XI OCENA ULOGE DRŽAVE U RAZVOJU RURALNOG TURIZMA**

- 26) Po Vašem mišljenju uslovi poslovanja u ruralnom turizmu u Republici Srbiji su:

a) podsticajni;

b) destimulativni.

c) osrednji.

- 27) Po Vašem mišljenju uloga države u pogledu podsticaja razvoju ruralnog turizma u Republici Srbiji je:

a) zadovoljavajuća;

b) delimično je zadovoljavajuća;

c) nije zadovoljavajuća.



## BIOGRAFIJA

Mr Gordana Đ. Radović rođena je 12.10.1970. godine u Novom Sadu., gde i danas živi i radi. Diplomirala je na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Novom Sadu 30. maja 1994.godine sa prosečnom ocenom 9,21. Magistrirala je na Ekonomskom fakultetu Univerziteta u Novom Sadu 22. septembra 2009.godina, na temu: „Modaliteti finansiranja agrara u tranzicionom periodu“. U dosadašnjem radu objavila je više od 30 stručnih i naučnih radova u oblasti finansiranja poljoprivrede i ruralnog turizma, od kojih su dva rada objavljena u časopisu međunarodnog značaja verifovanom posebnom odlukom (M24). Učestvovala je na preko 20 domaćih i međunarodnih naučnih skupova i bila je izlagač i uvodničar na nekoliko privrednih skupova čija je tematika bila vezana za finansiranje ruralnog turizma. Izabrana je 2013. godine u zvanje istraživač-saradnik na Institutu za ekonomiku poljoprivrede u Beogradu. Monografiju „Finansiranje poljoprivrede u Republici Srbiji“ objavila je 2014. godine. Član je Društva ekonomista Novog Sada, Saveza ekonomista Vojvodine, Društva agrarnih ekonomista Srbije, Naučnog društva agrarnih ekonomista Balkana i saradnik Naučnog društva ekonomista Srbije.

Mr Gordana Đ. Radović zaposlena je od jula 1994. godine u novinsko-izdavačkom preduzeću „Dnevnik-Poljoprivrednik“ AD Novi Sad, gde od 2000. godine obavlja poslove direktora. U toku njenog mandata preduzeće kontinuirano beleži pozitivne poslovne i finansijske rezultate, a dobitnik je više uglednih privrednih i društvenih priznanja.