

ПРИМЉЕНО: 5 - 06. 2009	
ОРГАНИЗ.ЈЕД:	БРОЈ
0603	320/3

УНИВЕРЗИТЕТ У НОВОМ САДУ
ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ

ОБРАЗАЦ - 11

ИЗВЕШТАЈ О ОЦЕНИ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ

I ПОДАЦИ О КОМИСИЈИ
<p>1. Датум и орган који је именовао комисију 15.05.2009. године, Научно-наставно веће Природно математичког факултета</p> <p>2. Састав комисије са назнаком имена и презимена сваког члана, звања, назива уже научне области за коју је изабран у звање, датума избора у звање и назив факултета, установе у којој је члан комисије запослен: др Лазар Лазић, редовни професор, Физичка географија, изабран 16.06.2006.. године, председник др Јован Ромелић, редовни професор, Друштвена географија, изабран 03.04.2000. године, ментор др Добрица Јовичић, ванредни професор, Туризам, изабран 1.10.2008. године, члан</p>
II ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ
<p>1. Име, име једног родитеља, презиме: Кристина (Тодор) Кошић</p> <p>2. Датум рођења, општина, република: 24.05.1976., општина Нови Сад, Република Србија</p> <p>3. Датум одбране, место и назив магистарске тезе: 05.11.2004., Универзитет у Новом Саду, Природно математички факултет, "Стање и перспективе развоја бањског туризма у Бачкој"</p> <p>4. Научна област из које је стечено академско звање магистра наука: Туризам</p>
III НАСЛОВ ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:
"Рурални туризам Војводине и одрживи развој"
IV ПРЕГЛЕД ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:
<p>Навести кратак садржај са назнаком броја страна поглавља, слика, шема, графикона и сл.</p> <p>Докторска дисертација "Рурални туризам Војводине и одрживи развој" кандидата мр Кристине Кошић има 299 страна текста, подељена је на 21 поглавље. Рад садржи 4 карте, 42 слике, 27 табела, 11 скица, 10 графикона и 185 литературних навода. Поглавља означавају следеће целине: Увод; Методолошке основе рада; Појмовне одреднице руралног туризма; Примена концепта одрживог развоја у руралним подручјима; Рурални туризам и рекреација; Рурални туризам и култура; Рурални развој, пољопривреда и туризам; Квалитет услуга у руралном туризму; Географске карактеристике Војводине у функцији развоја руралног туризма; Салаши као сегмент руралног туризма Војводине; Села Војводине у својству туристичког производа; Сеоска архитектура Војводине у својству руралног туристичког производа, Етно-куће у руралној туристичкој понуди Војводине; Пољопривредни музеји у Војводини, Манифестације у руралном туризму Војводине; Оцена развијености руралног туризма Војводине; Стање развијености руралног туризма у неким европским земљама, Националне и интернационалне организације у развоју руралног туризма, Закључна разматрања, Литература и извори; Прилози.</p>
V ВРЕДНОВАЊЕ ПОЈЕДИНИХ ДЕЛОВА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:
<p>У дисертацији су, као тежишне целине, обрађене: дефинисање руралног туризма, утврђивање стања развијености руралног туристичког производа Војводине (салаши, туристичка села, сеоска архитектура, етно куће и сеоске туристичке манифестације), извршено је анкетно истраживање сеоских домаћинстава о њиховој спремности и могућности да уђу у састав регионалног туристичког производа, као и туристичких организација и њиховом ставу о развијености руралног туризма у општинама Војводине. На основу резултата у дисертацији, који су добијени примарним и секундарним истраживањима туристичког производа, промоције, кадрова, уочене су туристичке предности и слабости, као и потенцијали и ограничења за развој руралног туризма Војводине.</p> <p>У почетним деловима докторске дисертације, кандидат даје преглед развоја дефинисања руралног туризма у Европи и Србији. Затим, акценат је дат на примену концепта одрживог развоја у руралним подручјима. Аутор указује на значај примене принципа одрживог развоја у руралном туризму, као и примене индикатора одрживости у дестинацијама руралног туризма, како не би дошло до негативних промена физичких, економских и социо-културних карактеристика дестинације. Значајно поглавље у раду је посвећено квалитету услуга у руралном туризму.</p> <p>Кандидат посебну пажњу посвећује класификацији руралног туристичког производа Војводине. Рурални туристички производ чине: салаши, туристичка села, сеоска архитектура, етно куће и сеоске манифестације. Сваки од ових елемената туристичког производа руралног туризма Војводине је посебно и</p>

детаљно проучен. У поглављу Салаша као сегмент руралног туризма Војводине урађено је дефинисање, развој, класификација и приказ географског размештаја салаша у Војводини, као и детаљна анализа улоге афирмисаних и мање афирмисаних салаша Војводине у руралном туризму. У одређеном тренутку развоја пољопривреде, појавом механизације као све значајнијег фактора у пољопривредној производњи и увођењем индустријског начина производње, салаша су почели да губе на значају. Међутим, данас се пољопривредна производња суочава са све већом потребом потрошача за њеном контролом јер се почињу знатно више ценити пољопривредни производи добијени добром пољопривредном праксом или пак органском пољопривредом. У пољопривреди се све више води рачуна о заштити животне средине, па се на салаше гледа као на места на којима читава производња може бити заснована на доброј пољопривредној пракси алтернативним трехнологијама. Салаша тако постају места на којем пољопривреда живи у складу са природом и на којима се развија рурални туризам као нов вид активности салашара.

Значајно место у раду, кандидат (на основу теренског истраживања) даје селима Војводине која могу бити укључена у рурални туризам. У овом поглављу, анализирана су и приказана одређена села у Војводини, а за свако издвојено село је утврђено које су компаративне предности које то село има за развој руралног туризма. Велики значај у руралном туризму има и сеоска архитектура Војводине. Војвођанска архитектура има низ својих специфичности по којима се лако препознаје и представљају посебност у односу на неке друге крајеве. Очуваност традиционалног изгледа сеоске куће, архитектуре села и читаве сеоске регије, веома су важни фактори атрактивности туристичке понуде за боравак на селу.

Кандидат је за потребе дисертације спровео **анкетно истраживање** које се састојало из два дела.

Истраживање сеоских туристичких домаћинстава у Војводини спроведено је у циљу:

- утврђивања услуга и производа које нуде у руралном туризму,
- утврђивања ставова њихових власника о укључивању у туристичку понуду,
- сагледавања туристичких активности сваког домаћинства,
- утврђивања најчешћих облика промоције.

Инструмент коришћен за истраживање је анкетни упитник који је формирао аутор – истраживач.

Анкетни упитник се састојао од 45 питања. Анкетни упитник се састојао из три дела:

1. основни подаци о сеоском домаћинству (име и презиме власника, локација домаћинства, категоризација, година оснивања, број чланова домаћинства ангажованих у руралном туризму, чланство у неком удружењу сеоских домаћинстава)
2. туристичка понуда домаћинства (који се производи нуде посетиоцима – смештај, исхрана, које активности гости обављају током боравка, структура посетилаца којој је намењен туристички производ домаћинства, сигнализација до домаћинства итд.)
3. маркетинг (сарадња сеоског домаћинства са туристичким агенцијама, обим промоције сеоских домаћинстава преко туристичких организација, врсте промоције руралног туризма) и туристички промет (број посетилаца, старосна структура гостију, структура гостију према месту доласка, просечна дужина боравка гостију).

Испитивање је вршено индивидуално. Аутор је вршио анкетирање власника 70 сеоских домаћинстава, салаша, етно-кућа на територији Војводине. Сеоска домаћинства која су била обухваћена истраживањем се налазе у Ковачици, Бачком Петровцу, Скореновцу, Бачком Моноштору, Јаску. Подаци су прикупљани у времену од марта 2008. до децембра 2008. године.

Преглед резултата истраживања сеоских туристичких домаћинстава у Војводини

- већина сеоских домаћинстава запошљава 1-2 члана домаћинства
- примарна делатност код већине испитиваних домаћинстава је пољопривреда
- проблем категоризације, више од половине домаћинстава није категорисано
- 69% домаћинстава нуди услуге смештаја и исхране, а 31% само исхране
- најзаступљеније активности током боравка у сеоским домаћинствима су излети и шетње у околину (49%), и спортско-рекреативне активности (27%)
- слабо коришћење Интернета: само 23% домаћинстава има веб-сайте и е-маил.
- потребна је агресивнија промоција
- 80% туриста су домаћег порекла.
- просечна дужина боравка је 2 дана

Истраживање туристичких организација у Војводини спроведено је у циљу:

- сагледавања главних активности туристичких организација општина Војводине
- утврђивање развијености руралног туризма у свакој општини

- утврђивање обима сарадње туристичких организација и сеоских домаћинстава
- утврђивања ставова запослених у туристичким организацијама о предностима и ограничењима развоја руралног туризма у свакој испитиваној општини
- утврђивање најчешћих облика промоције у туризму, и посебно у руралном туризму

Инструмент коришћен за истраживање је анкетни упитник који је формирао аутор – истраживач. Анкетни упитник се састојао из три дела:

- основни подаци о туристичкој организацији (назив туристичке организације, година оснивања, локација, број запослених, структура кадрова, главне активности туристичке организације)
- развијеност туризма и руралног туризма у општини (најразвијенији облици туризма у испитиваној општини, значај руралног туризма у општини, који локалитети су потенцијал за развој руралног туризма у општини, сарадња са домаћинствима у општини, предности и ограничења за развој руралног туризма у општини)
- маркетинг (обим промоције сеоских домаћинстава преко туристичких организација, врсте промоције руралног туризма, туристички промет у сеоским домаћинствима)

Испитивање је вршено индивидуално. Аутор је вршио анкетање свих туристичких организација. Анкетним упитником је обухваћено 19 туристичких организација у Војводини.

Преглед резултата истраживања туристичких организација у Војводини

- највише туристичких организација је основано 2005. и 2006. године
- у просеку, рурални туризам је на четвртом месту по значају и развијености у посматраним општинама
- 57% туристичких организација нема прецизне податке, тј. не знају колики су им смештајни капацитети у руралном туризму.
- Удружења давалаца услуга у руралном туризму постоје у само 5 од 19 испитиваних општина.
- 58% туристичких организација сматра да је рурални туризам њихове општине локалог значаја, а 26% да је регионалног значаја
- 24% туристичких организација нема свој веб сајт.
- Најчешћи облик промоције туристичких организација је учешће на сајмовима

Да би се утврдили потенцијали за развој руралног туризма у Војводини, кандидат даје модификоване и прилагођене за рурални туризам: SWOT анализу стања руралног туризма у Војводини, TOWC матрицу, а врши и детаљну анализу елемената маркетинг микса, како би се уочили недостаци и туристички производ боље пласирао на тржиште.

Студија случаја – на крају рада аутор даје преглед афирмисаних земаља у руралном туризму у Европи, у земљама у окружењу и земљама бивше Југославије.

VI Списак научних и стручних радова који су објављени или прихваћени за објављивање на основу резултата истраживања у оквиру рада на докторској дисертацији

1. Ромелић Јован, **Кристина Кошић**, Татјана Пивац, (2005): *The condition and Possibilities of Development Rural tourism in Mountain Part of Vojvodina*, Geographical Institute "Jovan Cvijic" Serbian Academia of Sciences and Arts, Collection of papers, No. 54, str. 99- 114, UDK: 911.3:338.48 (497.113),
2. Ђурђевић Б., **Кошић К**, Драгин А. (2006): *Демографски раст и развој бањских места у Србији*, Гласник српског географског друштва књ. 1, стр 69-78., Географски факултет, Београд.
3. Ромелић Јован, Пивац Т, **Кошић К**. (2007): *Туристичка валоризација старог градског језгра Новог Сада по моделу Х. Ду Крос*, Гласник српског географског друштва, Географски факултет, Београд.
4. Ромелић Ј., Пивац, Т., **Кошић К**. (2008): *Природни ресурси у функцији развоја туризма Титела и Тителског брега*, Гласник српског географског друштва, свеска LXXXVIII, бр. 4, стр 71-81, Географски факултет, Београд.
5. Ромелић Јован, Татјана Пивац, **Кристина Кошић** (2005): *Модел просторно-функционалног аспекта идејног пројекта војвођанског етносела са пратећим туристичким комплексом*, Научно-стручни часопис „Туризам” Но. 9, стр. 46- 48, ИССН 1450-6661.
6. Лазар Лазар, **Кристина Кошић** (2006): *„Condition and possibilities of tourists offer improvement of Cenej salas houses in rural tourism development in Vojvodina”*, Second International Scientific Congress "Progress in Tourism and Hospitality: Present and Future Challenges, Солун, Грчка, 1.-6. јун 2006. године.
7. **Кошић Кристина** (2006): *Улога сеоских породичних домаћинстава у развоју руралног туризма, "Организација и развој туристичке привреде у регији сјевероисточне Босне"*, Зборник радова, Тузла, стр. 169- 179.

8. Аутор је учествовао у писању пројекта “Гудурица- дестинација еко-руралног туризма”, Туристичка организација Вршца, 2006. год, руководилац др Владимир Стојановић, број пројекта 0601-67/23

9. Аутор је учествовао у реализацији пројекта “Едукација запослених у туризму – Партија 8 програм обуке у сеоском туризму” финансиран из средстава Националног инвестиционог плана у сарадњи са Министарством трговине и туризма. 2007. године, Број пројекта 404-02-51/2006-04. Руководилац пројекта др Лазар Лазић.

VII ЗАКЉУЧЦИ ОДНОСНО РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Војводина са природним (Дунав, Фрушка гора, Вршачке планине, Делиблатска пешчара, Тителски брег, бројна заштићена природна добра...) и друштвеним богатством (археолошко, етнографско, културно-историјско..), има све предиспозиције да се нађе на листи региона са развијеним руралним туризмом. У Војводини постоје села, салаша, етно-куће, манифестације који могу да пруже управо један аутентичан доживљај и домаћу гостољубивост. Ипак, рурални туристички производ Војводине још увек није на одговарајући начин позициониран на тржишту.

Да би се што боље искористиле предности и шансе руралног туризма Војводине, а превазишли недостаци и ограничења потребно је предузети низ мера. То подразумева испуњење великог броја елемената, који су наведени у SWOT анализи. Иако су бројне слабости и претње, уз заједничке напоре свих субјеката који су укључени директно или индиректно у процес креирања и пружања услуга у руралном туризму, могуће их је временом превазићи.

Кључни принципи стратегије туристичког развоја руралног туризма Војводине, који су се већ потврдили као фактор успеха у случају сличних туристичких дестинација широм Европе су:

Интеграиван приступ у стварању туристичког производа. Интерес удруживања, а у циљу квалитета туристичког производа, свих релевантних фактора и функција будућег туристичког развоја (локална власт, невладине организације, туристичке организације, еколошки покрети, приватни предузетници). Туристичка понуда ће бити комплетна и квалитетна, а задовољство туриста оптимално једино у условима реализације овог принципа.

Комплементарни наступ свих делатности од интереса за туризам. Посебна пажња мора бити посвећена улози туризма коју има, односно, коју може имати у дестинацији као једној целини. Квалитетни рурални туризам Војводине зависиће од многих других активности као што су пољопривреда, стари занати, саобраћај, као и друге услуге.

Туристичка понуда мора бити садржајна. Дестинација руралног туризма мора одржавати квалитет туристичког доживљаја код свих туриста, односно и код оних који имају посебне потребе. Рурална туристичка понуда Војводине треба да буде разноврсна, богата и прилагођена различитим сегментима туриста. Садржајност понуде мора бити уочљива просторно и временски. На пример, свако годишње доба може имати своју понуду, препознатљиву и карактеристичну по начину живота и сеоским радовима везаним за тај период. Из спроведеног истраживања, произилази да 69% испитаних домаћинстава нуди услуге смештаја и исхране, а 31% само исхране. Што се тиче активности које се упражњавају на сеоским домаћинствима и салашима Војводине добијени су следећи подаци: у 49% домаћинстава највише су заступљени излети и шетњу у околину, затим спортско-рекреативне активности (27% домаћинстава), учешће у пословима домаћина (13% домаћинстава) и креативне радионице (11% домаћинстава).

Аутентичност сеоске средине. Посетиоци траже изворне доживљаје. Рурално наслеђе Војводине се мора градити на аутентичним сликама. Оно мора бити представљено на истински начин без униформисаног или већ виђеног начина туристичке презентације. Остваривање принципа аутентичности, или опонашање аутентичног, у приликама руралног туризма је база квалитетне туристичке понуде. Аутентичност се очитује у изгледу насеља, животу локалног становништва, неговању традиције, осмишљавању манифестација, као и очувању природног окружења.

Одрживост животне средине. Многа рурална подручја чине пределе осетљивих природних целина и сачињена су од малих заједница локалног становништва. Рурални туризам у Војводини ће бити вишеструко користан само под условом да доприноси заштити животне средине, економском благостању, унапређењу локалног културног и социјалног идентитета и истовремено реализује сатисфакцију туриста. Реализација компоненти одрживог туризма изузетно је тешка, али је то свакако процес коме треба тежити.

Морају се узимати у обзир капацитети места и његови физички, природни и културни лимити. Туристички развој мора бити у складу са локалним лимитима и мора се вршити сталан мониторинг у току реализације плана развоја и његово вредновање. Важно је израдити индикаторе који мере утицај туризма на локалну заједницу.

Тежња ка одрживом развоју сеоског туризма подразумева да и посетиоци/туристи активно учествују у укупном процесу, у циљу саображавања њиховог укупног понашања постављеним циљевима развоја, првенствено заштити и очувању природног окружења и културно-историјског наслеђа. Један од најчешћих начина остваривања овог утицаја је објављивање званичних правила понашања како би и посетиоци, односно туристи, прилагођавањем свог понашања, преузели део одговорности у заштити ресурса сеоског туризма.

Рурални туризам мора бити базиран на проучавању и разумевању туристичких потреба. Рурални туризам Војводине мора бити базиран на квалитетном проучавању и разумевању туристичких потреба. Неопходно је да развој туристичког производа пре буде вођен тражњом а не самим производом. Ово значи препознавање различитих категорија потенцијалних посетилаца на главним тржиштима (нпр. породице, старији људи – преко 60 година живота, омладина – испод 30 година живота, активни туристи, туристи са посебним интересовањима). Свака од ових категорија посетилаца има различите мотивације и због тога ће се за сваки од ових сегмената захтевати одређивање различитих производа сеоског туризма и различитих искустава. Анкетно истраживање је показало да, што се структуре посетилаца тиче, 68% домаћинстава је одговорило да је туристички производ намењен свим структурама посетилаца, 9% објеката је првенствено намењено ђацима, док је 23% намењено осталима (омладина, породице, старији људи, пословни људи).

Ефикасан маркетинг. Да би маркетиншки наступ дестинација руралног туризма Војводине био што квалитетнији, осим приватних иницијатива, потребно је ангажовање и месних заједница и туристичких организација општина.

У том циљу, неопходно је публикавање специјализованих проспеката, израда филмова, мултимедијалних презентација, израда јединственог веб портала на ком ће се налазити подаци о свим регистрованим пружаоцима услуга у руралном туризму Војводине. Такође, неопходно је да се домаћини обуче за коришћење Интернета, како би лакше пласирали туристички производ (истраживање је показало да од укупног броја испитаника, само 23% домаћинстава има и веб-сайте и е-маил).

Истраживање је показало да је најчешћи облик промоције сеоских домаћинстава преко туристичких организација општина, које даље промовишу домаћинство преко Туристичке организације Војводине и Србије. Веома мали број домаћинстава има сопствени проспект (15%), на сајмовима ретко наступају самостално, већ под окриљем Туристичке организације Војводине или Србије. Један мањи део сеоских домаћинстава се рекламира путем медија (Радио, ТВ; новине). Најчешћи облик промоције туристичких организација у Војводини је учешће на сајмовима (79% туристичких организација учествује на сајмовима, 74% туристичких организација има веб-страницу, а 53% туристичких организација штампа проспекте).

За представљање туристичке понуде села на берзама, сајмовима, презентацијама у иностранству, главни промотер свакако мора бити Туристичка организација Србије.

Квалитет ће бити задовољавајући само ако туристима буду пружене све неопходне информације. Посебно је битно да те информације буду конципиране тако да инсистирају на одговорном понашању према животној средини и локалном наслеђу. За ту сврху битно је покренути локалне информативне центре, који би у сваком моменту туристима били на услузи.

Обезбеђивање финансијске помоћи и давање подстицајних средстава за развој руралног туризма у Војводини. Без финансијске помоћи државе развој руралног туризма у Војводини се не може успешно одвијати. Подршка сеоском туризму манифестује се у облику непосредне подршке (помоћи, субвенције, кредита) или у непосредној подршци улагању (удео у капиталу). За развој сеоског туризма у Војводини веома је важно укључивање и Министарства за пољопривреду и неких других организација који ће финансијски помоћи развој програма сеоског туризма.

Покрајински секретаријат за пољопривредну, шумарство и водопривреду је био током 2007. и 2008. (рок за подношење пријава је био 25. април 2008) расписао конкурс за подстицање бављења сеоским туризмом (Програм 3). Финансирао се, до 70% предрачунске вредности, инвестиције за обнову традиционалног сеоског домаћинства у функцији туризма, обнову салаша, изградњу, доградњу и адаптацију објеката који служе у сврхе туризма. Право учешћа на конкурс су имали привредна друштва, регистрована пољопривредна газдинства и удружења грађана из области пољопривреде и туризма.

Међународне агенције Међународне агенције, укључујући Европску Унију и Програм Уједињених нација за развој (УНДП), могу помоћи у развоју сеоског туризма кроз низ подршки, и техничких и финансијских, које ове агенције могу дати владама и регионалним органима власти.

Координација и кооперација. Потребно је вршити координацију активности између различитих

субјеката инволвираних у развој туризма. Ово укључује и побољшање услуга у транспорту, паркирању, пансионском и приватном смештају и угоститељству. Посебан акценат се ставља на смештај уопште, који представља највећи недостатак у развоју сеоског туризма. Потребно је укључити домицилно становништво и едуковати их у смеру категоризације својих домаћинстава, викендица и салаша. Сарадња локалне власти са државним сектором требала би да промовише своје пројекте у циљу развоја рецептиве у селу и могућност њиховог финансирања преко разних подстицајних средстава. Успешна кооперација између локалне власти и агенција за развој туризма има директан утицај на постизање бољег квалитета туристичког развоја и услуга које се пружају. Удруживањем локалне заједнице са организацијама за развој туризма и локалним предузетницима има за последицу размену информација, размену добара и услуга, али и међусобно разумевање. Сарадња пружа и одређен оквир за доношење стратешких одлука од значаја за развој туризма на дестинацији.

Потребно је подстаћи сарадњу сеоских домаћинстава оснаживањем постојећих и формирањем нових удружења. Већи број испитаних домаћина, њих 36, нису чланови ниједног удружења предузетника у сеоском туризму. По десет домаћинстава су чланови локалних удружења у Скореновцу и Бачком Моноштору, седморо припадају Фонду салаша Војводине, петоро је учлањено у Актив жена у Јаску, а два домаћинства у Удружење предузетника у сеоском туризму Србије. Од укупног броја испитаника, 17% има сарадњу и са Туристичком организацијом своје општине и са Туристичком организацијом Војводине, као и са Туристичком организацијом Србије. Сарадњу са Туристичком организацијом општине и Туристичком организацијом Војводине има највећи проценат испитаника, 41%. Сарадњу само са Туристичком организацијом своје општине има 15% испитаника, док осталих 15% нема сарадњу ни са једном туристичком организацијом.

Едукација и оспособљавање. Посебан аспект управљања развојем руралног туризма у Војводини испољава се у потреби за едуковањем кадрова. Обука за рад у сеоском туризму би требала да се односи на све особе које ће бити укључене у сеоски туризам, и то: у планирање програма, пружање услуга, непосредни контакт с туристима, као и на све особе и институције које генерално брину или би требале да брину о развоју туризма тог подручја. Крајњи циљ свих обука (семинара, разговора, радионица, и сл.) би требао да буде да сви потенцијални актери од локалних органа власти до сеоске домаћице, спознају вредности које развој сеоског туризма може имати за њихову регију, као и да спознају користи (али и евентуалне лоше последице) које развој сеоског туризма може донети. То све у циљу свесног развоја сеоског туризма, који не сме бити стихижан, неплански нити спорадичан, него планиран, контролисан и континуиран.

На посебно организованим предавањима и уз одговарајућу литературу, требало би домаћине упознати са свим стандардима прихвата и смештаја гостију, одговарајућим хигијенским захтевима, начином, количином и квалитетом пружања услуга исхране, понашањем према госту и другим неопходним условима за пријатан боравак туриста у сеоском домаћинству.

Нужна је едукација локалног становништва пре свега о доброј пољопривредној пракси (успостављање баланса између природе и људске интервенције), о традиционалним занатима, могућностима производње и продаје локалних, аутентичних производа, и, на пример, о завичајној историји.

У реализацији многобројних планова и пројеката, недостају финансијска средства за њихову реализацију. Зато је сеоска домаћинства потребно упутити да редовно прате информације о кредитима и донаторским средствима Министарства економије и регионалног развоја, као и средстава из фондова прекограничне сарадње, а све у циљу унапређења квалитета туристичке понуде.

Стандардизација и категоризација. За даљи развој туризма на селу потребно је применити одговарајућу стандардизацију и категоризацију услуга, посебно адекватних услова за смештај. Законом о туризму посебно је уређено пружање услуга смештаја и исхране у домаћинствима, као специфичан облик пружања угоститељских услуга. Собе, куће и станови за одмор који се издају туристима, морају испуњавати прописане санитарно-техничке услове и бити разврстани у одговарајућу категорију, одређену актом надлежног општинског органа, што је прописано Правилником о разврставању, минималним условима и категоризацији туристичких објеката у Републици Србији. Изнад свега осталог, производи руралног туризма ће имати потребу да се развијају до највишег стандарда како би се задовољиле потребе потошача и како би се подстакло њихов поновни долазак, што је важно за обезбеђивање дугорочне одрживости. Обележавање односно давање ознака може бити коришћено као гаранција квалитета. Значи, потребна је организација која ће се бавити валоризацијом појединих понуђача (да ли задовољавају одређене критеријуме) и неко ко ће учествовати у стварању критеријума квалитета домаћинства и угоститељских објеката који чине основне услове за развој сеоског туризма.

На основу анкетног истраживања, дошло се до чињеница да веома велики број домаћинстава нема урађену категоризацију. Чак 38 испитаних домаћинстава није категорисано, 12 је у поступку категоризације, а 20 домаћинстава је добило категоризацију. Већина домаћинстава има смештај ИИ категорије (3 звездице). Многа домаћинства, а посебно објекти аутохтоне архитектуре имају проблема са категоризацијом због тога што Правилник о категоризацији није прилагођен за такве објекте. Нека домаћинства чекају на просец категоризације, због тога што на општинском нивоу не постоји комисија за категоризацију.

Преко туристичких организација је истраживано и колико има регистрованих домаћинстава која пружају услуге у руралном туризму. Чак 9 од 19 испитиваних општина нема уопште регистроване смештајне капацитете у руралном туризму. На питање „Колики су смештајни капацитети у руралном туризму у вашој општини?“ 57% туристичких организација нема прецизне податке, тј. не знају колики су смештајни капацитети у руралном туризму у њиховој општини. Потребно је што пре урадити категоризацију свих заинтересованих сеоских туристичких домаћинстава, како би се могао пратити број смештајних капацитета у свакој општини Војводине.

Велики проблем представља и недостатак података о туристичком промету у руралном туризму, у тур. организацијама општина Војводине не воде евиденцију посебно о посетиоцима у руралном туризму, па није познато колико је рурални туризам уопште и заступљен у укупном туризму Војводине.

Из свега наведеног се може закључити, да рурални туризам у Војводини није у довољној мери истражен и укупним резултатима развоја руралног туризма у Војводини не можемо бити задовољни. Узроци су бројни – велики број објеката у руралном туризму није категорисан, база података о регистрованим објектима у руралном туризму Војводине не постоји, туристичка промоција није интензивна, постоји организациона и кадровска мањкавост, одсуство неопходних систематских и континуираних истраживања регионалног и локалног карактера, у смислу не само валоризације потенцијалних резерви, већ и у смислу очувања постојећих, одсуство адекватних планских и програмских докумената неопходних за развој и сл. О свим овим елементима, који представљају ограничавајуће факторе за развој руралног туризма Војводине, треба водити рачуна у будућем планирању.

Туристичке атрактивности руралног туризма Војводине користе се готово искључиво од стране домаћих гостију и туриста, док је проценат иностраног туристичког промета сасвим маргиналан. Узроци ниског процента иностраних туриста у тур. промету леже у недовољној промоцији руралних туристичких потенцијала на иностраном тржишту, ниском нивоу понуде. Знатно веће учешће домаћих, него страних туриста указује на локалну и регионалну туристичку вредност објеката у руралном туризму Војводине.

Да би рурални туризам Војводине постигао одрживи просперитет, веома је важно је да се напредак ове делатности уклапа у развој туризма целокупног развоја туризма Србије. То подразумева конкурентност, побољшање читавог система вредности, односно прилагођавање и одрживост, уз што мање негативних ефеката. Под претпоставком да се стекну повољнији економски, организациони и други услови (спремност становништва за бављење овом делатношћу присутна је у великом броју села и домаћинстава), интензивнији развој руралног туризма могао би дати вишеструке позитивне ефекте на свеукупан развој и војвођанских села, као што су:

- *економски* – изражени кроз остваривање материјалне добити (прихода) пружањем туристичких услуга, јачање економске снаге сеоских домаћинстава и газдинстава, пласман производа, повећано запошљавање, подизање стандарда живљења и др.;
- *демографски* – који се одражавају кроз повећан интерес за останком и привређивањем на руралним подручјима, уз побољшање старосне и економске структуре становништва
- *еколошки* – садржани у повећаном интересовању локалног становништва за ефикаснијом заштитом, унапређивањем и уређивањем животне средине, а нарочито у обимнијој производњи еколошке хране
- *културни* – испољени кроз повећан интерес за очување и неговање разноликих културних традиција и особености средине, историјских и других вредности
- *инфраструктурни* – садржани у подизању квалитета приступних саобраћајница и сеоских путева,
- *комунални* – који се огледају у изградњи сеоских водовода, адекватнијем решавању питања канализације и отпада, као и амбијенталном уређењу насеља;
- *интегративни* – испољени кроз обједињујућу и стимулативну функцију туризма у односу на комплементарне делатности, уз подстицање реафирмације напуштених занимања и активности (разни видови домаће радиности и заната), итд.

Оно што је кључно, а треба што пре урадити да би се подигао квалитет услуга у руралном туризму Војводине је:

- подићи ниво квалитета смештајних објеката
- едуковати становништво, у циљу квалитетнијег пружања услуга
- урадити категоризацију смештајних капацитета у руралном туризму Војводине
- одредити и примењивати критеријуме за стандардизацију и квалитет услуга у руралном туризму Војводине
- вршити интензивнији промотивни наступ на домаћем и међународном тржишту

Потребно је нагласити да, у остваривању развоја руралног туризма Војводине, у складу са реалним могућностима, треба рачунати на одређене препреке и потешкоће. Да би успела у идеји што бољег туристичког позиционирања на иностраном тржишту, Војводина мора примењивати већ описан модел развоја који ће јој обезбедити конкурентску предност у поређењу са сличним дестинацијама. Уз изградњу разних капацитета треба градити инфраструктуру, едуковати становништво, наћи место на туристичком тржишту и др. И овог пута се потврђује теза да саме природне вредности не могу дати одговарајуће ефекте без новостворених вредности.

Неоспорно је да Војводина располаже великим потенцијалом у руралном туризму који чини значајну компоненту комплексног развоја туризма Србије. Ипак је овај развој првенствено завистан од богатства туристичке понуде и њеног начина презентирања у најширем смислу.

VIII ОЦЕНА НАЧИНА ПРИКАЗА И ТУМАЧЕЊА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА

НАПОМЕНА: Експлицитно навести позитивну или негативну оцену начина приказа и тумачења резултата истраживања.

У докторској дисертацији кандидат је настојао да на основу бројних позитивних искустава у развоју руралног туризма у земљама у нашем окружењу (Мађарска, Хрватска, Словенија, Аустрија) укаже на могућности и значај развоја овог вида туризма и у Војводини. Помоћу различитих шема, карата, статистичких података и бројних матрица квалитетно је урађена анализа стања руралног туризма Војводине. Резултати истраживања су реално и критички сагледани, добро систематизовани и синтетизовани у виду садржајног закључка.

IX КОНАЧНА ОЦЕНА ДОКТОРСКЕ ДИСЕРТАЦИЈЕ:

НАПОМЕНА: Експлицитно навести да ли дисертација јесте или није написана у складу са наведеним образложењем, као и да ли она садржи или не садржи све битне елементе. Дати јасне, прецизне и концизне одговоре на 3. и 4. питање.

1. Да ли је дисертација написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме
Дисертација је написана у складу са образложењем наведеним у пријави теме

2. Да ли дисертација садржи све битне елементе
Дисертација саджи све битне елементе

3. По чему је дисертација оригиналан допринос науци
Дисертација представља оригиналан допринос науци из разлога што садржи резултате комплексног истраживања који до сада нису истражени. У науци о туризму, први пут је на простору Војводине, извршено истраживање о могућностима за развој руралног туризма. На основу бројних модификованих матрица дати су предлози за развој овог вида туризма.

4. Недостаци дисертације и њихов утицај на резултат истраживања
Дисертација нема недостатака који би утицали на резултате истраживања

X ПРЕДЛОГ:

На основу укупне оцене дисертације, комисија предлаже:

- да се докторска дисертација прихвати, а кандидату одобри одбрана

ПОТПИСИ ЧЛАНОВА КОМИСИЈЕ

Др Лазар Лазић, редовни професор ПМФ
у Новом Саду, председник

Др Јован Ромелић, редовни професор ПМФ
у Новом Саду, ментор

Др Добрица Јовичић, ванредни професор
Географског факултета у Београду, члан