

**UNIVERZITET EDUKONS**  
**Fakultet poslovne ekonomije**  
**Sremska Kamenica**

**MODEL RAZVOJA PREDUZETNIŠTVA U**  
**OKVIRU *PRO-POOR* TURIZMA U**  
**RURALNIM SREDINAMA**  
**Doktorska disertacija**

**Mentor:**  
**Prof. dr Nenad Penezić**

**Kandidat:**  
**Iva Škrbić**

**Sremska Kamenica, 2016.**

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

Redni broj: RBR	
Identifikacioni broj: IBR	
Tip dokumentacije: TD	Monografska dokumentacija
Tip zapisa: TZ	Tekstualni štampani materijal
Vrsta rada (dipl, mag, dr): VR	Doktorska disertacija
Ime i prezime autora: AU	Iva Škrbić
Mentor (titula, ime, prezime, zvanje): MN	Dr Nenad Penezić, redovni profesor
Naslov rada: NR	Model razvoja preduzetništva u okviru <i>pro-poor</i> turizma u ruralnim sredinama
Jezik publikacije: JP	srpski
Jezik izvoda/apstrakta: JI	srpski /engleski
Zemlja publikovanja: ZP	Republika Srbija
Uže geografsko područje: UGP	Vojvodina
Godina:	2016.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

GO	
Izdavač: IZ	autorski reprint
Mesto i adresa: MA	21208 Sremska Kamenica, Vojvode Putnika 85
Fizički opis rada: FO	Broj poglavlja: 8 Broj stranica: 341 Broj slika: 27 Broj tabela: 102 Broj referenci: 305 Broj priloga: 2
Naučna oblast: NO	Ekonomске nauke
Naučna disciplina: ND	Preduzetništvo
Predmetna odrednica, ključne reči: PO	Preduzetništvo u turizmu, ruralni turizam, lokalni razvoj, <i>pro-poor</i> turizam
UDK	
Čuva se u: ČU	Biblioteka, Edukons univerzitet, Fakultet poslovne ekonomije, Vojvode Putnika 87, Sremska Kamenica
Važna napomena: VN	
Izvod/Apstrakt IZ	Problem siromaštva u ruralnim sredinama predstavlja gorući problem mnogih zemalja. U okviru velikog broja predloga i pristupa za rešavanje ovog problema, razvijanje preduzetništva u oblasti turizma ima sve više zagovornika. Komparativna prednost ovog rešenja

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

	<p>u odnosu na ostala rešenja leži u činjenici da se turistički razvoj u velikoj meri može bazirati na lokalnim resursima i da preduzetništvo u turizmu može inicirati porast kvaliteta života lokalnog stanovništva. Fokusiranje na pravičnu raspodelu materijalnih i nematerijalnih koristi na području lokalne zajednice podrazumeva usvajanje razvoja turizma i preduzetništva u okviru <i>pro-poor</i> turizma. Zbog toga razvijanje i implementacija modela razvoja preduzetništva mora poštovati utvrđene principe razvoja kroz tri različita segmenta. Prvi segment predstavljaju načela koja se odnose na razvoj preduzetništva, odnosno razvoj poslovanja u formi mikro, malih i porodičnih organizacija. Drugi segment pretpostavlja pravila i načela razvoja preduzetništva i turističkog poslovanja kroz ponudu ruralnog turizma. Specifičnosti ovog segmenta podrazumevaju diverzifikaciju proizvoda i aktivnosti koje su tradicionalne za domaćinstva u ruralnim sredinama. Diverzifikacija aktivnosti od tradicionalno poljoprivrednih ka nepoljoprivrednim aktivnostima predstavlja jednu od prelomnih tačaka u daljem ruralnom razvoju, koji ovim putem ide u smeru smanjivanja rizika kroz obezbeđivanje dodatnih prihoda, ali i drugih nematerijalnih koristi za lokalno stanovništvo. Treći segment podrazumeva uključivanje <i>pro-poor</i> principa razvoja koji u fokus stavlja interese najsiromašnijih pripadnika lokalne zajednice. Zbog toga je oslanjanje na lokalne resurse uz unapređenje lokalnih kapaciteta i povećanje nivoa participacije lokalnog stanovništva u procesima planiranja, odlučivanja i realizacije razvojnih aktivnosti ključ</p>
--	---

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<p>uspeha <i>pro-poor</i> strategija. Ipak, univerzalan model razvoja nije moguć. Svaka lokalna zajednica se odlikuje specifičnim okruženjem. Karakteristike okruženja uslovljavaju specifičnosti posmatranog modela za konkretnu zajednicu. Zato se prilikom razvoja modela preduzetništva u okviru <i>pro-poor</i> turizma za određeni prostor polazi od identifikovanih faktora koji zahtevaju usklađivanje u odnosu na specifičnosti okruženja. Model koji je uspešnije adaptiran specifičnostima lokalne zajednice poseduje i veći razvojni potencijal.</p>
<p>Datum prihvatanja od strane NN veća:  DP</p>	
<p>Datum odbrane:  DO</p>	
<p>Članovi komisije  (ime i prezime, titula, zvanje, naziv institucije, status):  KO</p>	<p>Predsednik: prof. dr Nenad Penezić, redovni profesor, Fakultet poslovne ekonomije, Univerzitet Edukons</p> <p>Član: prof. dr Dragica Tomka, redovni profesor, Fakultet za sport i turizam, Univerzitet Edukons, mentor</p> <p>Član: prof. dr Veselin Perović, vanredni profesor, Fakultet tehničkih nauka, Univerzitet u Novom Sadu, član Komisije</p>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

### KEY DOCUMENT INFORMATION

Number *consecutive: ANO	
Identification number: INO	
Document type: DT	Monograph documentation
Type of record: TR	Textual printed material
Contents code (BA/BSc, MA/MSc, PhD): CC	PhD
Author: AU	Iva Škrbić, MSc.
Mentor (title, name, post): MN	PhD Nenad Penezić, Full professor, Educons University
Document title: TI	Entrepreneurship Development Model in the Context of Pro-poor Tourism in Rural Areas
Language of main text: LT	Serbian
Language of abstract: LA	English/Serbian
Country of publication: CP	Republic of Serbia
Locality of publication: LP	Vojvodina
Year of publication:	2016.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

PY	
Publisher: PU	Author
Place of publication: PP	Faculty of Business Economy, Vojvode Putnika 87, Sremska Kamenica
Physical description: PD	(8 chapters, 341 pages, 27 pictures, 102 tables, 305 sources of relevant literature, 2 Appendix)
Scientific field: SF	Economics
Scientific discipline: SD	Entrepreneurship
Subject, Key words SKW	Entrepreneurship in Tourism, Rural Tourism, Local Development, Pro-poor Tourism
UC (universal class. code)	
Holding data: HD	Library of Educons Univesity, Faculty of Business Economy, Vojvode Putnika 87, Sremska Kamenica
Note: N	
Abstract: AB	The problem of poverty is a burning one for many countries. Among the large number of proposed approaches and solutions to this problem, development of entrepreneurship in the field of tourism is increasingly advocated. A comparative advantage of this solution in comparison to the others lies in the fact that tourist development can be based on local resources to a great extent and that tourism entrepreneurship can result in the increase of quality of life of the local population. Focussing on a just division of material and immaterial benefits in the local community area entails the adoption of development of tourism and entrepreneurship within <i>pro-poor</i> tourism. That is why the development and the implementation of an entrepreneurship

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<p>development model need to respect the established principles of development across three different segments. The first segment consists of the principles related to entrepreneurship development, i.e. the development of business in the form of micro-, small and family organisations. The second segment defines the rules and principles of the development of entrepreneurship and tourism business through rural tourism offer. The particularities of this segment are related to a diversification of products and activities that are traditional for rural households. The diversification of activities moving from traditionally agricultural ones towards non-agricultural ones is one of the breaking points in future rural development, which is thus oriented towards the decrease of risk by securing additional revenues, while also providing other immaterial benefits to the local population. The third segment entails the inclusion of the <i>pro-poor</i> development principle, which also focuses on the interests of the poorest members of the local community. That is why relying on local resources, while improving local capacities and increasing the level of participation of local population in processes of planning, decision-making and realisation of development activities are a key to success of <i>pro-poor</i> strategies. Still, a universal model of development is not possible. Every local community is characterised by a specific environment. The characteristics of the environment condition the particularities of the observed model for any given community. That is why, when developing the entrepreneurship model within <i>pro-poor</i> tourism for a given area, the starting point are identified factors that require harmonisation in relation to the particularities of the environment. A model that is more successfully adapted to the specificities of the local community also possesses a greater developmental potential.</p>
<p>Accepted by Sc. Board on:  AS</p>	
<p>Defended/Viva voce Ph D exam. on:  DE</p>	



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

PhD Examination Panel:  DB	Chairperson: PhD Nenad Penezić, Full Professor, Faculty of Business Economy, Educons University  Member: PhD Dragica Tomka, Full professor, Faculty of Sport and Tourism, Educons University  Member: PhD Veselin Perović, Associate Professor, Faculty of Technical Sciences, University of Novi Sad
----------------------------------	--

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## Sadržaj

1.	UVOD.....	13
1.1.	Predmet rada .....	14
1.2.	Ciljevi i zadaci .....	15
1.3.	Hipoteze istraživanja.....	16
1.4.	Metodologija .....	18
1.5.	Naučni i praktični doprinos rada.....	19
2.	TEORIJSKI OKVIR RADA .....	21
2.1.	Razvoj preduzetništva.....	21
2.1.1.	Preduzetništvo - fenomen savremenog doba.....	21
2.1.2.	Modelovanje preduzetničkog procesa .....	28
2.1.3.	Specifičnosti preduzetništva u ruralnim oblastima.....	43
2.1.4.	Kompleksnost faktora razvoja preduzetništva.....	54
2.2.	Ruralne sredine i ruralni turizam .....	67
2.2.1.	Problematika definisanja ruralnih sredina .....	67
2.2.2.	Ruralni turizam kao faktor lokalnog razvoja.....	75
2.2.3.	Specifičnosti faktora razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu.....	88
2.2.4.	Karakteristike ruralnog turizma u Srbiji.....	97
2.3.	<i>Pro-poor</i> turizam kao princip razvoja .....	105
2.3.1.	Karakteristike siromaštva .....	105
2.3.2.	<i>Pro-poor</i> turizam kao princip razvoja .....	110
2.3.3.	Kritika <i>pro-poor</i> turizma .....	127
2.3.4.	Faktori (ne)uspešnosti implemetacije strategija razvoja u okviru <i>pro-poor</i> turizma .....	132
2.3.5.	Faktori implemetacije strategija <i>pro-poor</i> turizma – analiza empirijskih iskustava .....	162
3.	METODOLOGIJA RADA.....	172
3.1.	Teritorijalni obuhvat istraživanja.....	172
3.2.	Ciljne grupe ispitanika i način prikupljanja informacija.....	175
3.2.1.	Konstruisanje instrumenata istraživanja.....	178

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

3.3.	Metode obrade podataka .....	184
4.	REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	186
4.1.	Faktori po značajnosti za posmatrani uzorak.....	188
4.2.	Uticaj pola ispitanika na rangiranje faktora.....	195
4.3.	Uticaj školske spreme ispitanika na rangiranje faktora .....	198
4.4.	Uticaj preduzetničkog iskustva na rangiranje faktora.....	200
4.5.	Faktori u okviru različitih stratuma .....	203
4.5.1.	Grupa finansijskih faktora .....	203
4.5.2.	Grupa faktora vezanih za edukaciju .....	205
4.5.3.	Grupa faktora vezanih za partnerstvo .....	208
4.5.4.	Grupa faktora vezanih za osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje .....	214
4.5.5.	Grupa faktora vezanih za državnu politiku, upravu i procedure .....	217
4.5.6.	Grupa faktora vezana za tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda .....	220
4.5.7.	Grupa faktora vezana za stavove lokalne zajednice .....	223
4.5.8.	Grupa faktora vezanih za prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu ..	227
4.6.	Rangiranje grupa u okviru stratuma.....	232
4.7.	Korelacija.....	236
4.7.1.	Grupa finansijskih faktora .....	236
4.7.2.	Grupa faktora vezanih za edukaciju .....	237
4.7.3.	Grupa faktora vezanih za partnerstvo .....	237
4.7.3.	Grupa faktora vezanih za osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje .....	238
4.7.4.	Grupa faktora vezanih za državnu politiku, upravu i procedure .....	238
4.7.4.	Grupa faktora vezana za tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda .....	239
4.7.5.	Grupa faktora vezana za stavove lokalne zajednice .....	240
4.7.6.	Grupa faktora vezanih za prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu ..	240
4.8.	SWOT analiza.....	241
5.	DISKUSIJA .....	252
5.1.	Grupa finansijskih faktora.....	255
5.2.	Grupa faktora vezanih za edukaciju.....	261

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

5.3. Grupa faktora vezanih za partnerstvo .....	267
5.4. Grupa faktora vezanih za osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje	270
5.5. Grupa faktora vezanih za državnu politiku, upravu i procedure.....	272
5.6. Grupa faktora vezana za tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda.....	281
5.7. Grupa faktora vezana za stavove lokalne zajednice .....	284
5.8. Grupa faktora vezanih za prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu.....	287
6. MODEL RAZVOJA PREDUZETNIŠTVA U OKVIRU <i>PRO-POOR</i> PRINCIPA U RURALNIM SREDINAMA OPŠTINA LOZNICA, LJUBOVIJA I MALI ZVORNIK .....	290
7. ZAKLJUČAK.....	295
8. OGRANIČENJA I NAUČNI DOPRINOS STUDIJE.....	297
Literatura .....	299
Spisak skraćenica.....	324
Spisak tabela.....	326
Spisak slika.....	332
Prilog 1. Upitnik namenjen donosiocima odluka na lokalnom nivou i lokalnim preduzetnicima.....	334
Prilog 2. Upitnik namenjen lokalnom stanovništvu .....	337

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

## 1. UVOD

---

Republika Srbija je prevashodno ruralna zemlja koja je tradicionalno okrenuta ka poljoprivredni i aktivnostima koje su karakteristične za ruralni prostor. Zbog toga je sasvim opravdano da *Strategija razvoja turizma Republike Srbije* akcentuje ruralni turizam kao jedan od pravaca razvoja turizma u Srbiji. Sam ruralni turizam (kao skup različitih aktivnosti koje turisti mogu da upražnjavaju u ruralnom prostoru) predstavlja veoma širok pojam koji u sebi objedinjuje seoski turizam, agriturizam, kraft turizam, etno turizam, ali i kampove, različite oblike obilazaka, zanatstvo, kulturne događaje, sport i rekreaciju, pešačke staze i sve oblike nasleđa. Drugim rečima, svaka turistička aktivnost koja je direktno ili indirektno povezana sa ruralnom sredinom i prostorom predstavlja jedan od oblika ruralnog turizma. Međutim, ruralne sredine u Srbiji se već decenijama suočavaju sa procesom depopulacije i senilizacije, odnosno smanjenja broja stanovnika i povećanjem prosečne starosti stanovništva.

Nizak životni standard u ruralnim sredinama u odnosu na urbane sredine, koji je karakterističan za Republiku Srbiju, osnovni je uzrok napuštanja sela. Jedan od mogućih načina revitalizacije sela jeste razvoj ruralnih sredina kroz razvoj preduzetništva u oblasti turizma. Kako su najčešće u pitanju ruralne oblasti sa niskim životnim standardom i niskim stepenom ekonomske razvijenosti, nužan je fokus na kategorije stanovništva koje se nalaze u većem riziku od siromaštva. Razvoj turizma zasnovan na principu *pro-poor* turizma (PPT), kao oblika turizma koji usmerava neto-koristi ka siromašnom stanovništvu, što treba da obezbedi ostvarivanje maksimalne dobrobiti upravo za najugroženije segmente stanovništva ruralnih lokalnih zajednica. Razvoj turizma treba biti vođen razvojem preduzetništva u oblasti turizma i komplementarnim oblastima uz primarno oslanjanje na lokalne resurse. Preduzetništvo u oblasti turizma u skladu sa *pro-poor* principima treba da teži ka većoj intelektualizaciji rada zasnovanoj na permanentnoj inovaciji, diverzifikaciji ruralne ekonomije poput održive poljoprivrede, ali i različitih nepoljoprivrednih delatnosti koje su karakteristične za ruralne sredine, kao i na obnovi socijalnih, kulturnih, ekoloških i drugih funkcija ruralnih zajednica.

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Identifikacija ključnih faktora koji utiču na razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama predstavlja prvi korak u definisanju daljih pravaca i strategije razvoja ruralnih lokalnih zajednica. Ruralne sredine karakterišu specifični prirodni, demografski, sociološki, psihološki, kulturološki, infrastrukturni i ekonomski uslovi i karakteristike okruženja, koji mogu delovati podstičuće ili ograničavajuće na lokalni razvoj, razvoj preduzetništva i razvoj turizma. Kako je svaka ruralna zajednica jedinstvena i autentična u pogledu kombinacije uslova i atributa okruženja, ne postoji jedinstveni skup faktora, sled aktivnosti ili model razvoja preduzetništva koji je univerzalno primenljiv. Zbog toga podsticanje razvoja preduzetništva u ruralnim sredinama traži kreiranje modela koji treba biti u potpunosti prilagođen specifičnostima ruralnih sredina u kojima će biti i implementiran.

Kreiranje modela razvoja preduzetništva po *pro-poor* principima turizma podrazumeva analizu dosadašnjih naučnih istraživanja u relevantnim oblastima koje se odnose na razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama u cilju smanjivanja siromaštva lokalnog stanovništva. Ovo uključuje i analizu različitih studija slučaja koje su se bavile kreiranjem i implementacijom modela razvoja preduzetništva, odnosno identifikacijom faktora razvoja preduzetništva u komparabilnim lokalnim zajednicama koje mogu poslužiti kao uzor za dalji razvoj ruralnih zajednica na teritoriji Republike Srbije. Ne sme se izostaviti identifikacija i analiza resursa i osobenosti lokalnih zajednica za koje se model razvoja preduzetništva i kreira, što predstavlja jedan od zadataka ovog rada. Opštine Mali Zvornik, Ljubovija i ruralne oblasti opštine Loznica biće u fokusu ovog istraživanja sa ciljem da rezultat istraživanja bude predlog modela razvoja preduzetništva po principima *pro-poor* turizma u posmatranim opštinama.

## **1.1. Predmet rada**

*Predmet istraživanja* jeste identifikacija i analiza ključnih faktora razvoja preduzetništva u turizmu na *pro-poor* principima u ruralnim sredinama. Istraživanje je identifikovalo kako pozitivne (podstičuće), tako i negativne (ograničavajuće) faktore internog i eksternog karaktera. U skladu sa tim, objekte analize čine naučne i stručne postavke *pro-poor* strategija, koje su već sprovedene u praksi i koje u fokusu imaju

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

poboljšanje kako materijalnih, tako i nematerijalnih uslova života stanovništva u ruralnim sredinama. To podrazumeva obuhvatanje svih segmenata i stejkholdera turističkog tržišta i privrede uopšte, na različitim nivoima, poput nosioca vlasti, nevladinih organizacija, turističkih subjekata na strani ponude, ali i lokalnog stanovništva posmatranih ruralnih oblasti. Identifikacija faktora razvoja preduzetništva uslovljava analizu dosadašnjih teorijskih i naučnih postavki u posmatranom segmentu u cilju građenja okvira istraživanja koji će predstavljati bazu da dalje istraživačke faze. Na bazi dobijenog teorijskog okvira, a u cilju uočavanja i identifikacije faktora razvoja, kao i ocene intenziteta njihovog mogućeg uticaja, potrebno je analizirati što veći broj implementiranih studija slučaja strategija razvoja turizma i preduzetništva na *pro-poor* principima, bez obzira na stepen uspešnosti samih strategija. Tako dobijeni rezultati određuju način i metode identifikacije i valorizacije faktora razvoja preduzetništva u opštinama Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik, čijom analizom se dobijaju ekstrahovani primarni faktori razvoja preduzetništva na *pro-poor* principima u posmatranim sredinama. Dobijeni faktori predstavljaju polazište za gradnju modela razvoja preduzetništva u oblasti turizma u navedenim opštinama.

## **1.2. Ciljevi i zadaci**

Cilj istraživanja jeste projektovanje modela razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma u ruralnim sredinama opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik kao regiona koji poseduje predispozicije za izgradnju integralnog turističkog proizvoda. Projektovanje modela razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma treba da generiše neto-koristi za lokalno stanovništvo koje mogu biti u materijalnoj ili nematerijalnoj formi. Da bi se realizovao postavljen cilj, definisani su sledeći zadaci:

- Prvi zadatak predstavlja pregled literature i dosadašnjih naučnih istraživanja koja pokrivaju oblasti razvoja i modelovanja preduzetništva, ruralnog razvoja i ruralnog turizma, preduzetništva u oblasti turizma i *pro-poor* turizma kao principa razvoja turizma. Kroz ovaj zadatak se definišu teorijski okviri istraživanja i analiziraju uslovljenosti i povezanosti ključnih oblasti istraživanja i

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

pruža pregled osnovnih faktora razvoja preduzetništva u ruralnim sredinama sa teorijskog aspekta;

- Drugi zadatak se tiče definisanja i analize faktora koji su doveli do (ne)uspešnih implementacija strategija *pro-poor* turizma koje su realizovane u regionima koji su komparabilni sa Republikom Srbijom, odnosno opštinama Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik. Ovaj zadatak ima za cilj da pruži sistematičan pregled empirijskih iskustva u dosadašnjim aktivnostima implementacije delova ili celovitih strategija *pro-poor* turizma u segmentima koji se odnose na razvoj preduzetništva, porodičnog i malog biznisa;
- Treći zadatak predstavlja kreiranje baze najbitnijih grupa faktora i faktora koji su u ranijim zadacima definisani kao najučestaliji i najbitniji u teorijskim, naučnim i praktičnim razmatranjima. Dobijena baza faktora predstavlja polazište za građenje instrumenta istraživanja koji će se koristiti prilikom terenskog istraživanja na teritoriji opštine Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik;
- Četvrti zadatak predstavlja procenu intenziteta i važnosti definisanih faktora i grupa faktora od strane najbitnijih stejkholdera na lokalnom nivou u opštinama Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik;
- Peti zadatak predstavlja kreiranje predloga modela razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma za jedinstveno područje opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik, a u skladu sa dobijenim rezultatima i izvedenim zaključcima;

### **1.3. Hipoteze istraživanja**

Na osnovu pregleda literature i ranijih istraživanja, kao i definisanog cilja ovog istraživanja, pošli smo od toga da **postoji određen broj faktora na bazi kojih se može definisati model razvoja preduzetništva u okvirima *pro-poor* turizma u ruralnim sredinama**, što i predstavlja **polaznu hipotezu** ovog istraživanja ( $H_0$ ). Polazište za ovu hipotezu se oslanja na dosadašnja iskustva koja ukazuju da lokalni razvoj može biti vođen razvojem preduzetništva u oblasti turizma na način da siromašno lokalno stanovništvo ostvaruje veće ukupne materijalne i nematerijalne koristi (prihodi po



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

osnovu turizma, obrazovanje, unapređenje infrastrukture, upoznavanje sa drugim kulturama itd.) u odnosu na gubitke i troškove uzrokovane razvojem turizma (zagađenje, povećanja potrošnja resursa, rast cena, opterećenje infrastrukture, promena namene zemljišta itd.). Opšta hipoteza biće proverena kroz niz posebnih hipoteza:

- H<sub>1</sub>: Dosadašnja istraživanja identifikuju određen broj pozitivnih (podstičućih) ili negativnih (ograničavajućih) faktora koji utiču na **razvoj preduzetništva**;
- H<sub>2</sub>: Dosadašnja istraživanja identifikuju određen broj pozitivnih (podstičućih) ili negativnih (ograničavajućih) faktora koji utiču na **razvoj preduzetništva u ruralnom turizmu**;
- H<sub>3</sub>: Dosadašnje iskustvo i praksa dostupni kroz studije slučaja i izveštaje eminentnih organizacija identifikuje određen broj pozitivnih (podstičućih) ili negativnih (ograničavajućih) faktora koji utiču na uspeh **implementacije pro-poor strategija** razvoja turizma u ruralnim oblastima;
- H<sub>4</sub>: **Specifičnosti ruralnih zajednica utiču** na vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma;
  - H<sub>4a</sub>: Moguće je rangirati i **kvantifikovati nivo značajnosti** faktora razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu u opštinama Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik posmatrano sa aspekta lokalnog stanovništva;
  - H<sub>4b</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **polnu strukturu** ispitanika;
  - H<sub>4c</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **obrazovnu strukturu** ispitanika;
  - H<sub>4d</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **preduzetničko iskustvo** ispitanika;
  - H<sub>4e</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **ulogu ispitanika** (posmatrane stratum):

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

donosi odluku na lokalnom nivou, lokalne preduzetnike u turizmu i lokalno stanovništvo) u lokalnoj zajednici;

## 1.4. Metodologija

**Metodologija istraživanja** je, s obzirom na prirodu predmeta istraživanja, koja se odnosi na preduzetničko- razvojne aspekte turizma sistemski-neeksperimentalna (usled čisto posmatračkog i misaonog odnosa prema problemu), transferzalna (organizovana samo u jednoj vremenskoj tački) i operativna (odnosi se samo na skup zaposlenih u turizmu i srodnim delatnostima). Prikupljanje potrebnih podataka se vršilo putem zvaničnih izveštaja eminentnih svetskih i domaćih institucija, preko dostupnih baza podataka, kao i terenskim istraživanjem putem upitnika i polustrukturisanih intervjua. Dobijeni podaci su obrađeni putem sledećih kvantitativnih i kvalitativnih naučnih metoda:

- bibliografskog metoda;
- metoda analize i sinteze;
- empirijskog metoda;
- metoda analize sadržaja;
- komparativne analize;
- SWOT analize;
- statističkih analiza (deskriptivna statistika, analiza varijanse – ANOVA, Post-Hoc Takijev test (Tukey test), T-test za nezavisne uzorke i bivarijantna korelaciona analiza);

Projektovanje metodologije istraživanja bazirano je na metodologiji dosadašnjih istraživanja faktora preduzetništva i poslovnog okruženja (Tariq, Arif, & Kumar, 2015; Saleem & Abideen, 2011; Molnar & Pejčić, 2013; Bobera, Leković, & Berber, 2014; Valli Devasena, 2014; Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008; Bizri, Kojok, Dani, Mokahal, & Bakri, 2012; Lewis & Brown, 2007; Ramukumba, 2012; Aruwa, 2008) itd. Detaljno objašnjenje metodoloških postupaka kreiranja upitnika kao instrumenta prikupljanja podataka, kreiranja pitanja za polustrukturisan intervju,

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

kao i načina prikupljanja podataka i analize dobijenih rezultata prikazano je u poglavlju *Metod rada*.

### **1.5. Naučni i praktični doprinos rada**

U skladu sa postavljenim *Milenijumskim ciljevima razvoja* (United Nations Foundation, 2015) koji navode između ostalog smanjenje siromaštva, razvijanje jednakosti među polovima i razvijanje partnerstva u funkciji održivog razvoja, lokalni razvoj predstavlja jedan od instrumenata za postizanje navedenih prioriteta. Lokalni razvoj može biti podstaknut razvojem preduzetništva kroz aktiviranje lokalnog stanovništva i oslanjanje na lokalne resurse, a sa ciljem ostvarivanja uvećane neto-koristi za lokalno stanovništvo sa akcentom na segment stanovništva koji je ugrožen siromaštvom. U cilju toga, sagledavanje razvoja preduzetništva kroz prizmu principa *pro-poor* razvoja turizma povećava šanse za aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u različite vidove preduzetničkih aktivnosti u zarad ostvarivanja materijalne i/ili nematerijalne koristi kako za pojedinca, tako i za lokalnu zajednicu u celini. Kako svaka lokalna zajednica predstavlja jedinstvenu i neponovljivu celinu prirodnih, antropogenih, humanih i svih drugih resursa, kreiranje modela razvoja zahteva individualni i specifičan pristup svakoj zajednici ponaosob, koji će uvažiti sve specifičnosti internog i eksternog okruženja. Rizik od siromaštva u najvećoj meri pogađa ruralne oblasti, dok nedostatak neophodnih resursa onemogućava ekonomski razvoj siromašnih ruralnih sredina. Turizam kao delatnost koja se u velikoj meri bazira na prirodnim i kulturnim resursima, koji su često i jedino dostupni u ruralnim sredinama, poseduje komparativne prednosti u odnosu na druge privredne grane. Zbog toga lokalni razvoj ekonomski slabije razvijenih ruralnih oblasti u Republici Srbiji može biti vođen razvojem preduzetništva po principima *pro-poor* turizma. Ovaj pristup zahteva detaljnu teorijsku analizu faktora razvoja preduzetništva u skladu sa postavljenim uslovima i ciljevima i prilagođavanje identifikovanih faktora konkretnim karakteristikama i specifičnostima posmatranih ruralnih oblasti, koje u slučaju ovog istraživanja obuhvataju prostor opštine Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik. Sam rad će pružiti sistematski pregled povezanosti i uslovljenosti faktora razvoja preduzetništva i održivog razvoja na bazi principa *pro-*

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

*poor* turizma kroz kreiranje konkretnog modela razvoja preduzetništva baziranog na specifičnostima posmatranih opština.

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

## 2. TEORIJSKI OKVIR RADA

---

U sklopu teorijskog okvira rada dat je pregled osnovnih pojmova i odnosa relevantnih za istraživanje razvoja modela preduzetništva u skladu sa principima *pro-poor* turizma u ruralnim sredinama. Teorijski okvir rada u prvom delu definiše preduzetništvo na osnovu dosadašnjih naučnih postavki, daje sintetički pregled heterogenosti preduzetničkog modelovanja, analizira uzroke i pojavne oblike preduzetništva u ruralnim sredinama i definiše bazične faktore razvoja preduzetništva. Drugi deo teorijskog okvira rada definiše pojmove ruralna sredina i ruralni turizam, identifikuje faktore razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu i daje pregled trenutnog stanja ruralnog turizma u Republici Srbiji. Treći deo teorijskog okvira rada definiše fenomen siromaštva i kritički analizira ulogu *pro-poor* turizma kao principa razvoja u funkciji smanjenja siromaštva uz identifikaciju ključnih faktora uspeha implementacije *pro-poor* strategija razvoja turizma.

### 2.1. Razvoj preduzetništva

#### 2.1.1. Preduzetništvo - fenomen savremenog doba

Pojam preduzetništva i preduzetnika se veoma često koristi i rasprostranjen je u skoro svim poljima čovekovog delovanja. Upravo ta sveprisutnost preduzetništva i utiče na veoma veliki broj različitih definicija ovog fenomena, gde svaka od definicija ponaosob akcentuje samo neki od mnogobrojnih aspekata preduzetništva. Ukoliko želimo da što kompletnije sagledamo kompleksan fenomen preduzetništva u obavezi smo da uvažimo sve aspekte i nivoe ovog fenomena, što podrazumeva analizu širokog spektra teorijskog i praktičnog tumačenja preduzetništva sa različitih nivoa posmatranja: od pojedinca-preduzetnika, preko timova i nivoa menadžmenta, organizacija, lokalnog nivoa, mezo, makro i opšteg nivoa.

Efikasan sistem razvoja preduzetništva integriše širok spektar programa i prilagođenih proizvoda i usluga u cilju zadovoljavanja različitih potreba preduzetnika. Ovi programi i

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

usluge bi trebali biti sveobuhvatni, fleksibilni, kulturno osetljivi i integrisani. Oni trebaju potsticati na saradnju, a ne na samostalan rad ili izolaciju (Dabson, 2005). Prema Peneziću, preduzetništvo je svojstveno bilo kom privrednom sektoru i tipu biznisa. Nezaobilazno je pri samozapošljavanju i u firmama bilo koje veličine i prepoznatljivo kroz sve faze životnog ciklusa- od osnivanja preko rasta, zasićenja, gašenja ili ponovnog oživljavanja (Penezić, 2009). Ukoliko smatramo da su elementi procesa proizvodnje rad, sredstva za rad i predmeti rada, odnosno rad i kapital, preduzetništvo se javlja kao četvrti, odnosno treći faktor procesa proizvodnje i predstavlja specifičnu organizacionu veštinu kombinovanja uspeha, rizika i neizvesnosti sa jedne strane i borbenosti, motivisanosti i znanja sa druge strane (Pavličić, 2003). Preduzetništvo je inoviranje faktora proizvodnje, stvaranje novih ideja u organizaciji i snošenje rizika za donete poslovne odluke. Prava preduzetnička maksima je *scrap and build* postupak, koji se svodi na *odbac i stvaraj novo!* (Babić, 1995). Preduzetništvo, kao oblik inovativnog ekonomskog ponašanja, u centar stavlja budućnost, a umesto rutinskih aktivnosti, akcenat je na kreativnim (Pejanović & Njegovan, 2010). Preduzetništvo je korišćenje promena koje su se dogodile ili su na putu da se dogode. Ono je kreativnost, koja je pored neophodnog znanja prevashodno oslonjena i na intuiciju. Intuicija stvara šanse i rizike. Ona je pokretač inovacija. Međutim ozbiljne ekonomske odluke se ne donose samo na bazi intuicije, već racionalnost služi kao filter svih ideja (Pavličić, 2003). Preduzetništvo i menadžment danas prelaze granice ekonomije proširujući se na gotovo sva područja delovanja u društvu, među kojima se uspostavlja sve veća povezanost i međuiticaj, odnosno zavisnost o akciji i postizanju učinka. Preduzetništvo i menadžment se u takvoj konstelaciji veza, odnosa i zahteva preobražavaju u inovativno preduzetništvo i inovativni menadžment (Deželjin, Deželjin, Dujanić, & Vujić, 2002).

Pojedini autori preduzetništvo opisuju kroz *start up* za koji kažu da je investicioni preduzetnički projekat primarno finansiran kapitalom iz ličnih izvora preduzetnika uz pribavljanje nedostajućih sredstava iz raspoloživih spoljnih izvora finansiranja, čije poslovne ciljeve preduzetnik neposredno ostvaruje osnivanjem novog privrednog subjekta. Svaki *start up* kreira nova radna mesta, samozapošljava preduzetnika, ali i otvara mogućnost zapošljavanja i drugih lica, u prvom redu članova porodice. Pri tome, nije nužno da je preduzetnik nezaposleno lice, niti da su i druga lica koja se zapošljavaju

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

realizacijom *start up* projekta isključivo sa statusom nezaposlenih lica (Branković, Lalović, Lakić, & Tilger, 2007). Uspešnost preduzetničkog procesa zavisi od preduzetničkih prilika i preduzetničkog kapaciteta. Ako preduzetničke prilike i pogodnosti dopuštaju, a preduzetnički kapacitet ekonomija omogućava, razvija se preduzetnička poslovna kreacija i aktivnost, nazvana *poslovno previranje (business churning)*. Ta aktivnost predstavljena je, na nacionalnom nivou, brojnim procesima rađanja, borbe za preživljavanje, rasta, do zrelosti, ali i umiranja preduzeća ili poslovnih poduhvata (Pejanović & Njegovan, 2010). Neki autori tvrde da je preduzetništvo proces stvaranja inovacija i ulaganja kroz četiri glavne dimenzije: pojedinca, organizacija, životne sredine i procesa koji je potpomognut partnerskim mrežama od strane države, obrazovanja i institucija (Kuratko & Hodgetts, 2007).

Ako preduzetništvo posmatramo sa mikro nivoa i aspekta individue, odnosno pojedinca u ulozi preduzetnika, onda možemo reći da je preduzetništvo oličeno kroz preduzetnički proces kroz koji se stvara novi poduhvat od strane preduzetnika (Nieuwenhuizen, 2003). Ovaj proces rezultira akcijama preduzetnika u obezbeđivanju resursa u cilju formiranja organizacije i korišćenja prilika (Bygrave & Zacharakis, 2004). U ovom slučaju preduzetnik je osoba koja leži u srcu preduzetničkog procesa. Preduzetnici često deluju samostalno, ali nije retkost da susretnemo ni preduzetničke timove, gde različiti članovi tima mogu imati različite uloge i odgovornosti (Wickham P. , 2004).

Posmatrajući preduzetništvo sa makro nivoa, odnosno nivoa države kao sistema, Pejanović i Njegovan naglašavaju očiglednu važnost preduzetništva za ekonomski rast i razvoj države. Najveći broj razvijenih država prihvatilo je preduzetništvo kao vitalnu komponentu ekonomskog razvoja. U razvijenim zemljama preduzetništvo je razvojna filozofija koja se bazira na vezi *inovacije – preduzetništvo – konkurentnost–profitabilnost* (Pejanović & Njegovan, 2010). Razvoj preduzetništva kroz formu favorizovanja razvoja malih i srednjih preduzeća i porodičnog biznisa generiše značajne efekte u sferi (samo)zapošljavanja, odnosno smanjenja stope nezaposlenosti, što je veoma značajno za zemlje u razvoju.

*Evropska povelja malih preduzeća* prepoznaje mala preduzeća kao nezamenljiv izvor zapošljavanja i rasadnik ideja i inovacija (Okolić, 2007), dok *Strategija 2020* naglašava značaj preduzetništva i samoinicijative (Kronja, 2011). Mala i srednja preduzeća

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

stimulišu privatno vlasništvo i preduzetničke sposobnosti, fleksibilna su i mogu se brzo prilagođavati promenama na tržištu. Generišu zaposlenost, stvaraju diverzifikovanu ekonomsku aktivnost i doprinose izvozu i trgovini i osnovni su činioци razvoja konkurentne ekonomije (Grupa autora, SEED, 2003). Mala preduzeća dobijaju sve veće značenje na nivou zemlje i ono se ogleda u otvaranju novih radnih mesta, u broju inovacija kao i njihovoj ulozi u stvaranju dodatne vrednosti, kao i u promeni obuhvata i strukture ponude na tržištu (Deželjin, Deželjin, Dujanić, & Vujić, 2002). Ovde je potrebno pomenuti i sistematizaciju malog i mikroposlovanja koje daje *Svetska banka*. Po *Svetskoj banci* se razlikuju tri tipa malih i srednjih preduzeća (Okolić, 2007):

**Tabela 1: Tipovi malih i srednjih preduzeća prema Svetskoj banci. Izvor: adaptirano prema (Okolić, 2007).**

I tip preduzeća	II tip preduzeća	III tip preduzeća
Mala i srednja preduzeća iz nižeg socijalnog sloja	Mala i srednja preduzeća iz srednjeg socijalnog sloja	Mala i srednja preduzeća iz višeg socijalnog sloja
Poslovanje na granici preživljavanja ili marginalno profitabilni biznisi. Najsiromašniji pojedinci koji se nalaze na rubu egzistencije i pokušavaju da se integrišu. Ova kategorija privlači najveći broj žena i preduzetnika.	Interes za ekspanzijom finansijski održivog i relativno stabilnog porodičnog biznisa.	Profitabilna i tehnološki napredna preduzeća sa potencijalom da razviju ekonomiju obima i ostanu u formalnom sektoru ekonomije.

Stanković navodi sledeću sistematizaciju malih i srednjih preduzeća:

- *Prvi tip* su preduzeća male privrede iz tradicionalnih oblasti proizvodnje i usluga poput tradicionalno zanatstva, trgovine, ugostiteljstva itd. Ova preduzeća zapošljavaju jednog do dva radnika, a lokalno tržište je osnovno tržište. Aktivnosti u ovim preduzećima karakteriše intenzivan rad. Zbog rešenja



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

problema samozapošljavanja ova kategorija preduzeća je značajna za nacionalne ekonomije;

- *Drugi tip* preduzeća čine kooperanti velikih preduzeća;
- *Treći tip* preduzeća su savremena visokoinovativna preduzeća iz oblasti visokih tehnologija (Stanković, 1989).

Tranzicija i prelazak na tržišni način privređivanja podrazumevala je privatizaciju dotadašnje društvene i državne imovine. Prema Brnjasu, procesi privatizacije doveli su do razvoja novih tipova privatnih preduzeća:

- Tradicionalna privatna preduzeća nastala u vremenu socijalizma pod sintagmom male privrede, najčešće u obliku zanatske proizvodnje i usluga;
- Fantomska ili papirna preduzeća sa jednim zaposelnim i najčešće praznim ili blokiranim računom;
- Privatna preduzeća osnovana kao forma za obavljanje dopunskih poslova;
- Privatna preduzeća nastala restrukturiranjem velikih državnih ili društvenih preduzeća ili izdavanjima iz sistema;
- Privatna preduzeća koja su formirana na legalnim ili polulegalnim poslovima ili izrasla iz sive, a neretko i iz crne ekonomije;
- Privatizovana društvena ili državna preduzeća;
- Preduzetnički orjentisana privatna preduzeća osnovana sa namerom da dugo traju, rastu i razvijaju se (Brnjas, 1999.).

Ukoliko se pažljivo analiziraju svi navedeni tipovi preduzeća, dolazi se do zaključka da su ideje preduzetništva sveprisutne u različitim oblicima, a neretko i u formi koja nije zakonski i institucionalno podržana od strane same države, već se preduzetničke aktivnosti vrše u nelegalnim ili polulegalnim sferama sive, odnosno crne ekonomije. Bez obzira na prirodu preduzetničke ideje koja je često u domenu nelegalnog, neetičkog ili čak zabranjenog, preduzetništvo kao fenomen je široko raširen i počiva na sprezi ulaganja, rizika i potencijalnog profita.

Dominacija materijalne proizvodnje i proizvoda u svom osnovnom shvatanju odavno tržišno posustaje. Uslužni sektor se svakim danom širi, a materijalna proizvodnja se sve više dematerijalizuje (Deželjin, Deželjin, Dujanić, & Vujić, 2002).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Tako sektor usluga postaje značajna tačka na koju je usmerena pažnja. Zapošljavanje u oblasti pružanja usluga raste, dok u ostalim oblastima stagnira ili opada. Vukmirović navodi da se aktivnost malih preduzeća pomera prema uslugama, odnosno intelektualnim poslovima: 60% aktivnosti predstavljaju intelektualne usluge, 14% proizvodnju, 4% poljoprivredu, a ostatak otpada na sve ostale privredne grane (Vukmirović, 2005).

Kupci predstavljaju početnu i krajnju tačku svake tržišne aktivnosti, pa tako i preduzetničke aktivnosti. Svi poslovni poduhvati treba da se fokusiraju na povećanje vrednosti za kupce i satisfakciju njihovih potreba što treba da rezultira profitom. Porter (Porter, 2007) smatra da konkurentska prednost nastaje iz vrednosti koju je firma u stanju da stvori za svoje kupce. Razvoj tržišta i stavljanje kupca i njegovih potreba kao početne i završne tačke ekonomskog procesa vodi ka težnji identifikacije potreba ciljnog segmenta, te uspešnog odgovora u formi proizvoda i usluga. Sve to rezultira pojavom novih grana industrije i tržišta, što stvara i nove tipove preduzetnika (Van der Merwe, 2003).

Postoji veliki broj različitih tipova preduzetnika u odnosu na njihovu ulogu i aspekt u preduzetničkom procesu. Autori navode sledeće tipove preduzetnika:

- *Tehnološki preduzetnici (technopreneurs)* igraju važnu ulogu u novim naučnim dostignućima, posebno u oblastima informacionih tehnologija, biotehnologije i inženjerske nauke (Van der Merwe, 2003);
- *Socijalni preduzetnici* vode nevladine organizacije (Van der Merwe, 2003);
- *Turistički preduzetnici* posluju u oblasti turističke industrije koja je jedna od najbrže rastućih industrija i pruža značajne mogućnosti zapošljavanja kao u razvijenim zemljama, tako i u zemljama u razvoju (Van der Merwe, 2003);
- *Preduzetnici koji posao rade od kuće* su veoma brojni. Mnogi od ovih preduzeća su hobi i konsalting preduzeća slobodnog tipa. Ova vrsta poslovanja donosi značajne uštede na režijskim troškovima (Allen, 2003);
- *Sajber preduzetnici* su stvoreni zahvaljujući komercijalnom internetu. Ovi preduzetnici obavljaju sve svoje poslove sa kupcima, dobavljačima, strateškim partnerima na internetu sa digitalnim proizvodima i uslugama koje ne zahtevaju skladištenje i fizičku distribuciju (Allen, 2003);

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- *Serijski preduzetnici* uživaju u početnoj fazi poslovanja. Čim se završe početne aktivnosti u započinjanju preduzetničkog poduhvata i ustali se poslovanje, oni prelaze na novi preduzetnički poduhvat, dok vođenje prvog posla prepuštaju nekom drugom (Allen, 2003).

Kako se istraživanje ovog rada bazira na implementaciji preduzetništva u oblasti turizma, treba naglasiti stalno rastuću tražnju za novim tipovima turizma, gde turizam postaje dinamična industrija u kojoj se zahteva visok stepen uključivanja preduzetničkog sektora u cilju prepoznavanja zahteva turista i razvoja novih proizvoda i usluga (Mancino & Rapone, 2009). Zato je preduzetništvo presudan faktor u povećanju konkurentnosti preduzeća u turizmu i obuhvata brojne elemente kao što su kreativnost, inovacije, neizvesnost, preuzimanje rizika, menadžerske sposobnosti i sl. (Hjalager, 1997). Preduzetničke organizacije u turizmu su veoma heterogene u smislu pojavnog oblika. Po Fotiadisu to mogu biti organizacije koje pružaju usluge u oblasti transporta, hotelijerstva, restoraterstva, turističke agencije, zabava, umetnost i zanatstvo, sport i razonoda, botaničke bašte itd. (Fotiadis, 2011).

Pojedini autori naglašavaju potrebu povezivanja nosilaca preduzetničkih aktivnosti. Kako je turizam fragmentirana i raznovrsna industrija, sa mnogim vezama među sektorima, pristupanje nekim od mreža može da se pokaže kao korisno za mala i srednja preduzeća. Formiranje partnerstava da bi se razvila saradnja, može imati *win-win* ishode za mala i srednja preduzeća i destinacije u kreiranju poslovnih mreža, što agencije javnog sektora podstiču. Povezivanje preduzeća može da poveća komparativnu prednost omogućavajući malim i srednjim preduzećima da se koncentrišu na svoje primarne kompetencije, objedinjavanje svojih resursa, kreiranje ekonomija obima, redukovanje troškova i kreiranje modela koji konkurenti ne mogu lako da imitiraju. Povezivanje može biti na horizontalnom nivou sa sličnim preduzećima koja obavljaju slične aktivnosti, kao i na vertikalnom nivou, sa preduzećima iz različitih oblasti. Povećana i otvorena interakcija između preduzeća može ubrzati inovacije i preduzetničke inicijative (Radosavljević & Borisavljević, 2003).

Imajući u vidu kompleksan fenomen preduzetništva i veze i uticaje koje generiše, dosadašnja istraživanja su identifikovala pet ključnih stavova prema razvoju preduzetništva (Macke & Markley, 2006):

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

1. Razvoj preduzetništva predstavlja društveni razvoj;
2. Preduzetništvo je povezano sa **ruralnom** vitalnosti;
3. Preduzetnici su ključni za preduzetnički razvoj;
4. Razvoj preduzetništva zahteva **sistemski** pristup;
5. Uspešan razvoj preduzetništva zahteva promenu u političkim prioritetima ekonomskog razvoja prema preduzetništvu;

Razvoj preduzetništva, ako ga posmatramo sa globalnog nivoa, predstavlja osnov za ekonomski rast, podizanje nivoa zaposlenosti i smanjenje siromaštva, naročito u zemljama u razvoju (Agupusi, 2007).

### 2.1.2. Modelovanje preduzetničkog procesa

**Kroz proces modelovanja se vrši generalizacije na osnovu prethodnih iskustva tako što uočavamo obrasce, procenjujemo i predviđamo, upravljamo procesima i objektima. Rezultat modelovanja je **model** kao pojednostavljena i idealizovana slika realnosti. Model predstavlja opis realnog sistema sa svim karakteristikama koje su relevantne iz našeg ugla posmatranja. Postoje tri osnovne vrste modela:**

1. Modeli-imitacije (predstavljaju realitete stvarnosti);
2. Modeli-prototipovi (predstavljaju se u jednom primerku sa svim bitnim karakteristikama realiteta koji će tek biti proizveden);
3. Projektovani modeli (modeli zamisli, predstavljanje zamisli budućih realiteta) (Miljević, 2007).

Ako u fokus stavimo cilj i svrhu modela razlikujemo naučno-istraživačke modele čiji je cilj sticanje naučnog saznanja i modeli koji nastaju na osnovu naučnog i stručnog saznanja sa ciljem da budu primenjeni kao produkt razvojnih istraživanja (Miljević, 2007). Zatvorenost modela karakteriše modele koje se mogu naći u tehničkim i prirodnim naukama, dok otvoreni, elastični modeli su gotovo uvek prisutni u društvenim naukama.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Postoji više različitih metodologija modelovanja, u zavisnosti od svrhe i cilja modela, analitičnosti i aspekta posmatranja i preferencija samih autora. Tako se metodologija modelovanja prema Mihramu (Branković N. , 2010) sastoji is iz pet faza:

1. Analiza sistema (granica sistema, okoline sistema, relevantnu strukturu sistema, relevantne attribute i stanja sistema, mehanizme unutrašnjih povratnih sprega i prikazivanje sastavnih delova u strukturi ponašanja sistema);
2. Sinteza sistema (strukturiranje i implementacija izbor tipa modela);
3. Verifikacija (testiranja modela);
4. Validacija (utvrđivanje dinamičkog ponašanja modela u definisanom vremenskom periodu);
5. Realizacija.

Prema Martinu (Branković N. , 2010) faze modelovanja su:

1. Konceptualizacija;
2. Implementacija;
3. Dobijanje rezultata.

Prema Miljeviću, modelovanje ima sledeće faze:

1. Konstatovanje potreba i svrsishodnost izrade modela;
2. Izbor predmeta modelovanja;
3. Izbor vrste i tipa modela;
4. Izbor sredstava modelovanja i i načina iskazivanja modela;
5. Izbor saradnika u izradi modela;
6. Projektovanje modela i njegova izrada;
7. Testiranje modela i intervencija u cilju usavršavanja;
8. Predstavljanje i dalja upotreba modela (Miljević, 2007).

Preduzetnički modeli su najčešće predstavljeni specifičnim modelima nastalim iz intenzivnih istraživanja. U teoriji preduzetništva su prisutni brojni pokušaji da se dođe do teorijskog modela preduzetničkog procesa. Osnovni problem pri tim pokušajima

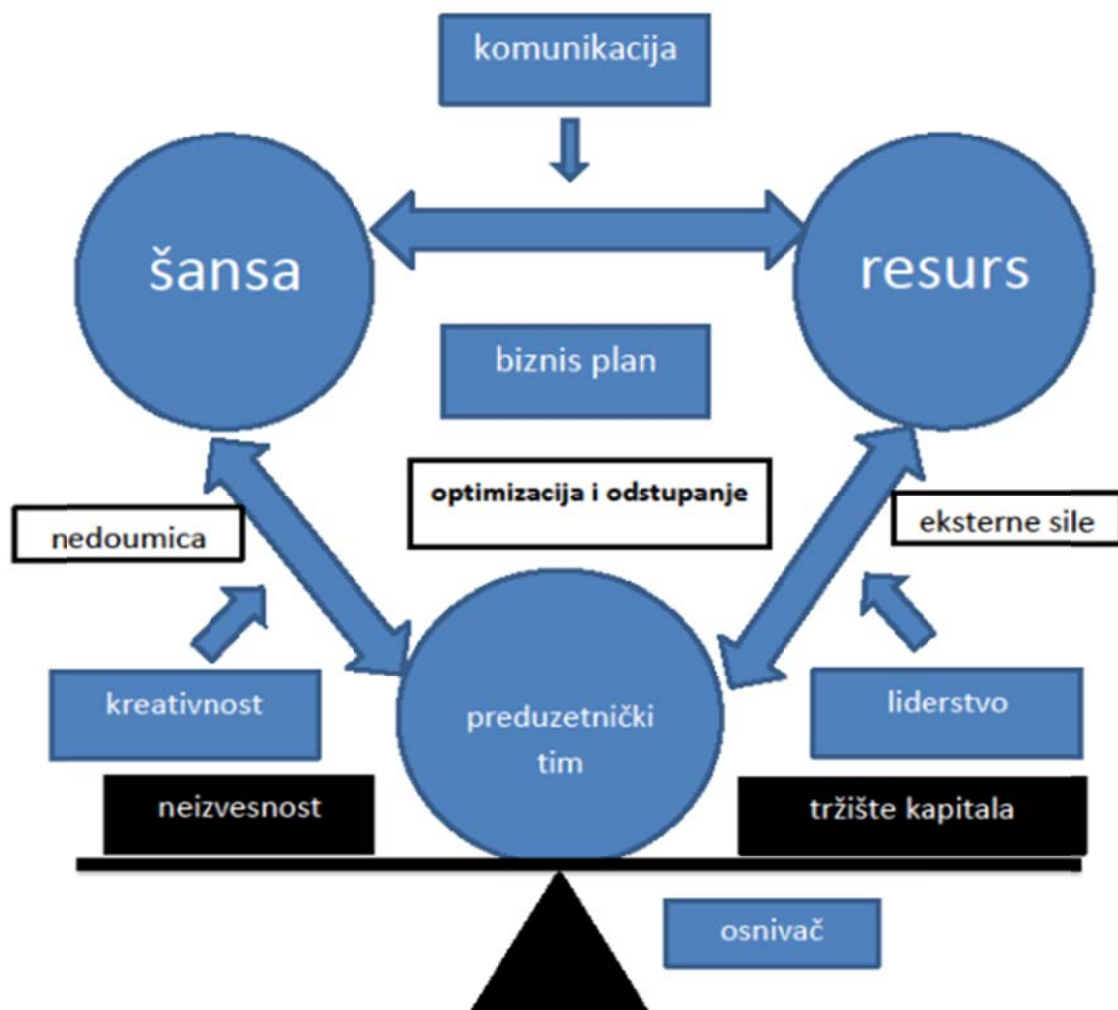
## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

proističe iz činjenice da preduzetništvo po normativima predstavlja logičan, sistemski i planirani proces. Nasuprot tome, često se opaža kao neuređen i nepredvidljiv proces.

Jedan od najčešće pominjanih preduzetničkih modela je **Timmons model**, nastao na temelju istraživanja novih i rastućih poslovnih sistema. Dinamično okruženje i promene uticale su na poboljšanje, proširivanje i modifikaciju ovog modela u skladu sa savremenim tržišnim uslovima i trendovima. Ipak baza modela i temeljne komponente ostale su iste. *Timmons* model odražava delikatnu ravnotežu između šansi, resursa i preduzetničke odgovornosti za izvršenje konkretnog poduhvata. Ove tri komponente preduzetničkog procesa se mogu oceniti, oblikovati i menjati. Preduzetnik je odgovoran za procenu šansi, sticanje ili nabavku resursa i razvoj tima. Kreativnost, komunikacija i liderstvo ublažavaju snagu komponenata modela i povećavaju verovatnoću uspeha poduhvata. Proces identifikacije, evaluacije i eksploatacije mogućnosti mora biti uravnotežen sa sticanjem resursa i razvojem tima (Avlijaš R. , 2011).

Prema samom autoru modela (Timmons & Spinelli, 2007), *šansa* je osnov procesa preduzetništva, gde ključnu ulogu imaju ideje za korišćenje identifikovane šanse. *Resursi* su drugi uslov uspeha, uz napomenu da njihovo obezbeđivanje ne predstavlja nužno i prvu fazu procesa. *Preduzetnik* jeste osnova ovog modela (slika 1). Ovakav prikaz simbolizuje delikatnu poziciju preduzetničkog procesa koji se nalazi na klackalici, pri čemu uspeh opstanka tj. održavanje ravnoteže zavisi od balansa tri osnovna elementa preduzetničkog procesa. Preduzetnik je postavljen kao baza ove kompozicije i zadužen je za riskantnu ulogu balansiranja. Timmons sugeriše da se za razumevanje njegovog modela koristi vizuelizacija preduzetnika osnivača i vođe preduzetničkog poduhvata koji stoji na velikoj lopti i balansira trougaonu konstrukciju iznad svoje glave.

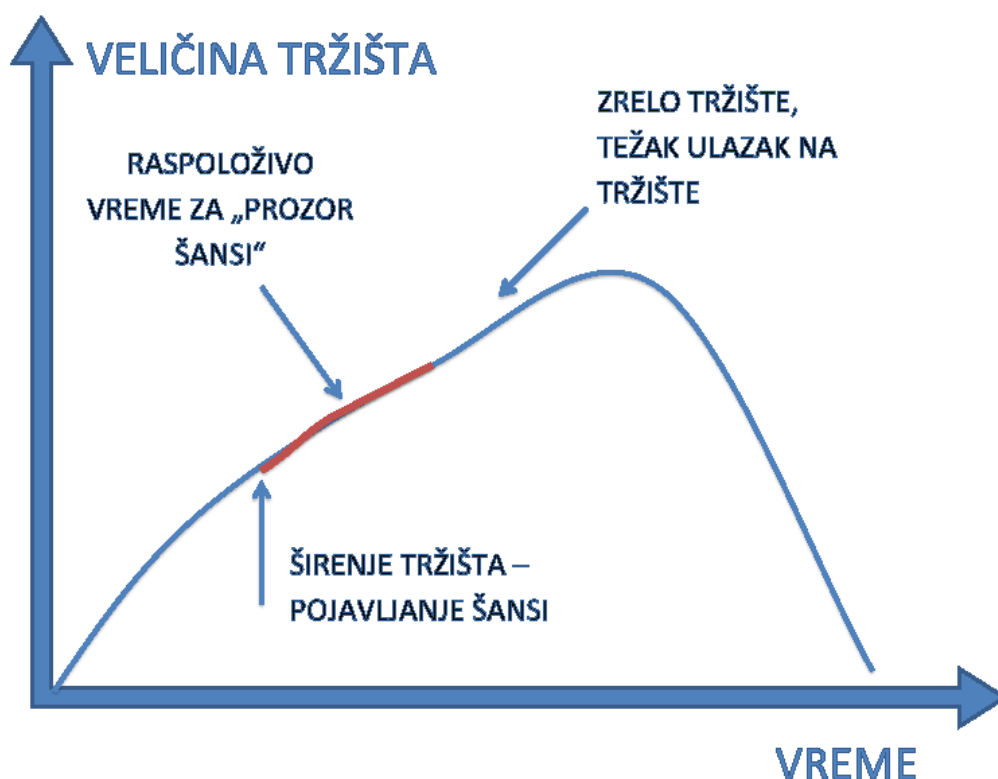


Slika 1. Timmons model. Izvor slike: (Timmons & Spinelli, 2007).

Postoje tri ključne komponente značajne za uspešan novi preduzetnički proces: šansa, preduzetnik (upravljajući tim) i resursi potrebni za pokretanje posla. Od ove tri ključne komponente *Timmons* modela preduzetničkog procesa počinje sa šansom. **Šansa** predstavlja jaz, odnosno gep na tržištu. Uspešni preduzetnici imaju sposobnost da razumeju da dobra ideja nije nužno i dobra šansa (Timmons & Spinelli, 2007). Šansa predstavlja potencijal za pružanje usluga klijentima bolje nego što to radi postojeća ponuda u posmatranom trenutku (Wickham P. A., 2004). Šansa se prvenstveno može shvatiti fokusirajući se na potrošačke trendove i ponašanje potrošača koji traže nove proizvode i usluge. Nakon identifikacije ovih novih potreba i obrazaca, preduzetnik može da razvije koncept proizvoda ili usluga (Timmons & Spinelli, 2007). Preduzetnik

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

je odgovoran za praćenje poslovnog okruženja i nalaženje neiskorišćenih mogućnosti. Identifikovane mogućnosti moraju biti iskorišćene u veoma kratkom roku, jer tzv. *prozor šansi* (slika 2) može biti veoma kratko otvoren, (Wickham P. , 2006; Avlijaš R. , 2011). Praćenje okruženja i procena mogućnosti nije lak zadatak. Preduzetnik mora da traži kreativne ideje koje se mogu konvertovati u novi poslovni poduhvat, a u skladu sa tržišnim uslovima. Pretvaranje ideje u mogućnosti zahteva procenu svake ideje. Ovo se može postići studijama izvodljivosti i održivosti (Nieuwenhuizen, 2003).



Slika 2. Prozor šansi. Izvor slike (Timmons & Spinelli, 2007).

Prema nekim autorima **resursi** se mogu podeliti u četiri široke kategorije i to (Van Aardt, Van Aardt, Bezuidenhout, & Mumba, 2008):

1. Operativni resursi koji obuhvataju zgrade, sredstva, opremu i zalihe koje su potrebne za postizanje ciljeva i zadataka novog poslovnog poduhvata;
2. Ljudski resursi predstavljaju svo osoblje koje je direktno ili indirektno uključeno u pružanje usluge ili proizvodnju proizvoda;



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

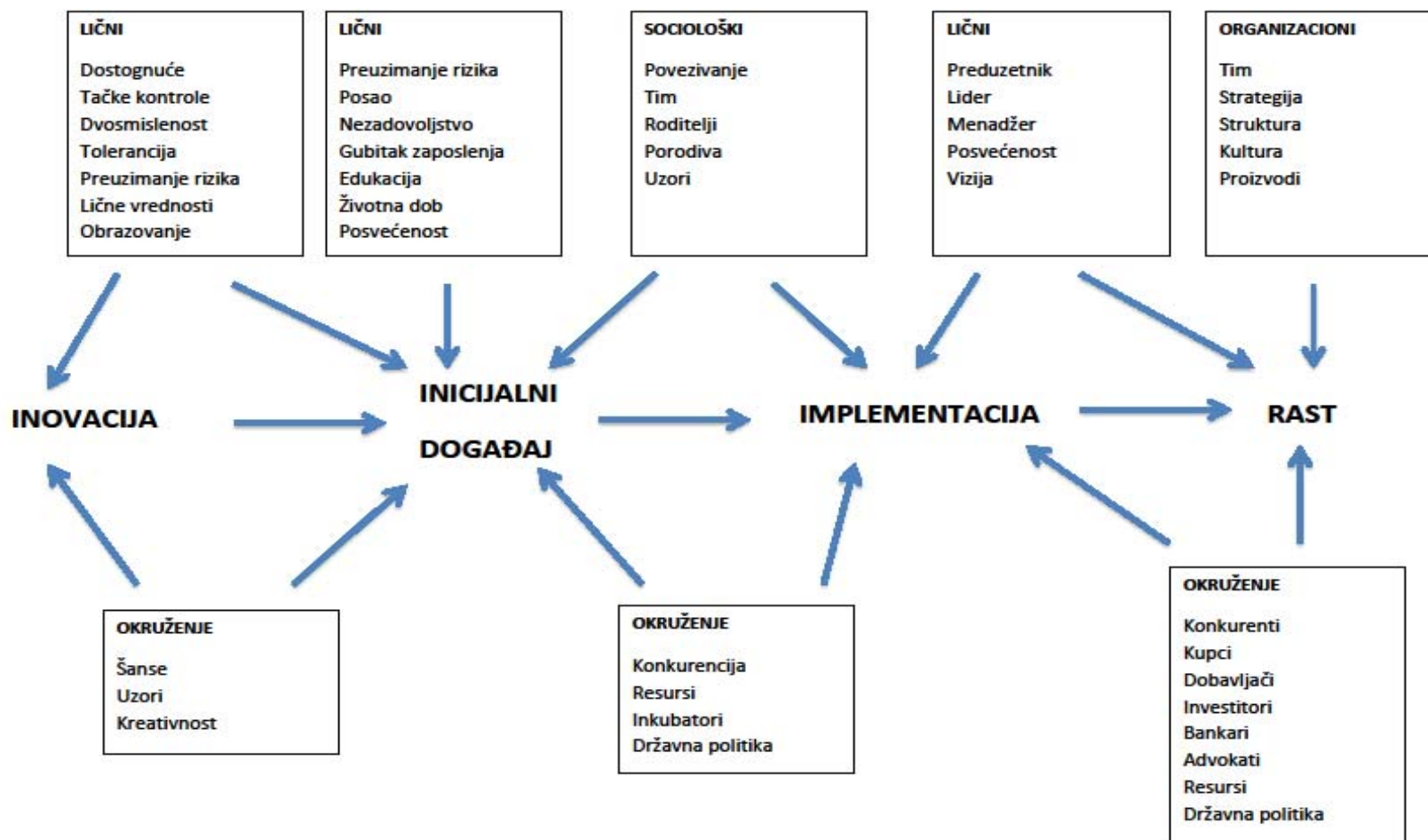
3. Finansijski resursi su finansijska sredstva, bilo da je u pitanju sopstveni kapital, kreditni kapital ili investicioni kapital;
4. Tehnološki resursi su tehnološka sredstva, poput računara, telefona, pristupa internetu itd.

Preduzetnik mora da utvrdi minimalni iznos, odnosno količinu bitnih resursa. Takođe se treba proceniti koji su to resursi od ključnog značaja za uspeh. Realna procena neophodnih resursa je krucijalna, pa Timons upozorava da mnogi preduzetnici predstavljaju žrtve zablude da prvo treba obezbediti sve resurse, posebno novac, da bi se uspelo s poduhvatom. Nakon toga preduzetnik može da koncipira najnužnija ulaganja koja su potrebna za sam početak preduzetničkog poduhvata.

Odavno je jasno da je **preduzetnički tim** ključ uspeha visoko potentnih preduzetničkih ulaganja. Ovo podrazumeva izgrađivanje efikasnog preduzetničkog tima. Ovde se podrazumevaju i interpersonalne veštine za podsticanje komunikacije i izgradnje tima. Na čelu preduzetničkog tima treba da bude osoba liderskih sposobnosti koja je spremna da utiče na ostale članove da daju svoj maksimum pri realizaciji planiranih aktivnosti (Avlijaš R. , 2011).

Prema Bigrevu i Zaharakisu (Bygrave & Zacharakis, 2004) sociološki, lični i faktori okruženja utiču na nastanak nove organizacije. Proces koji uključuje ove faktore je prikazan na preduzetničkom modelu *Carol Moore*- slika 3 (Moore, 1986). U ovom procesu potencijalni preduzetnik dobija ideju za novi poslovni poduhvat, bilo kroz namerno traganje ili slučajni susret sa idejom. Da li će potencijalni preduzetnik odlučiti da nastavi realizaciju ideje zavisi od faktora opisanih u modelu: stanja ekonomije, porodice i raspoloživih resursa. Model ističe da uvek postoji aktivirajući/inicijalni događaj koji rađa novi poslovni poduhvat ili organizaciju (Bygrave & Zacharakis, 2004).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 3. Preduzetnički model Carol Moore. Izvor: (Moore, 1986)

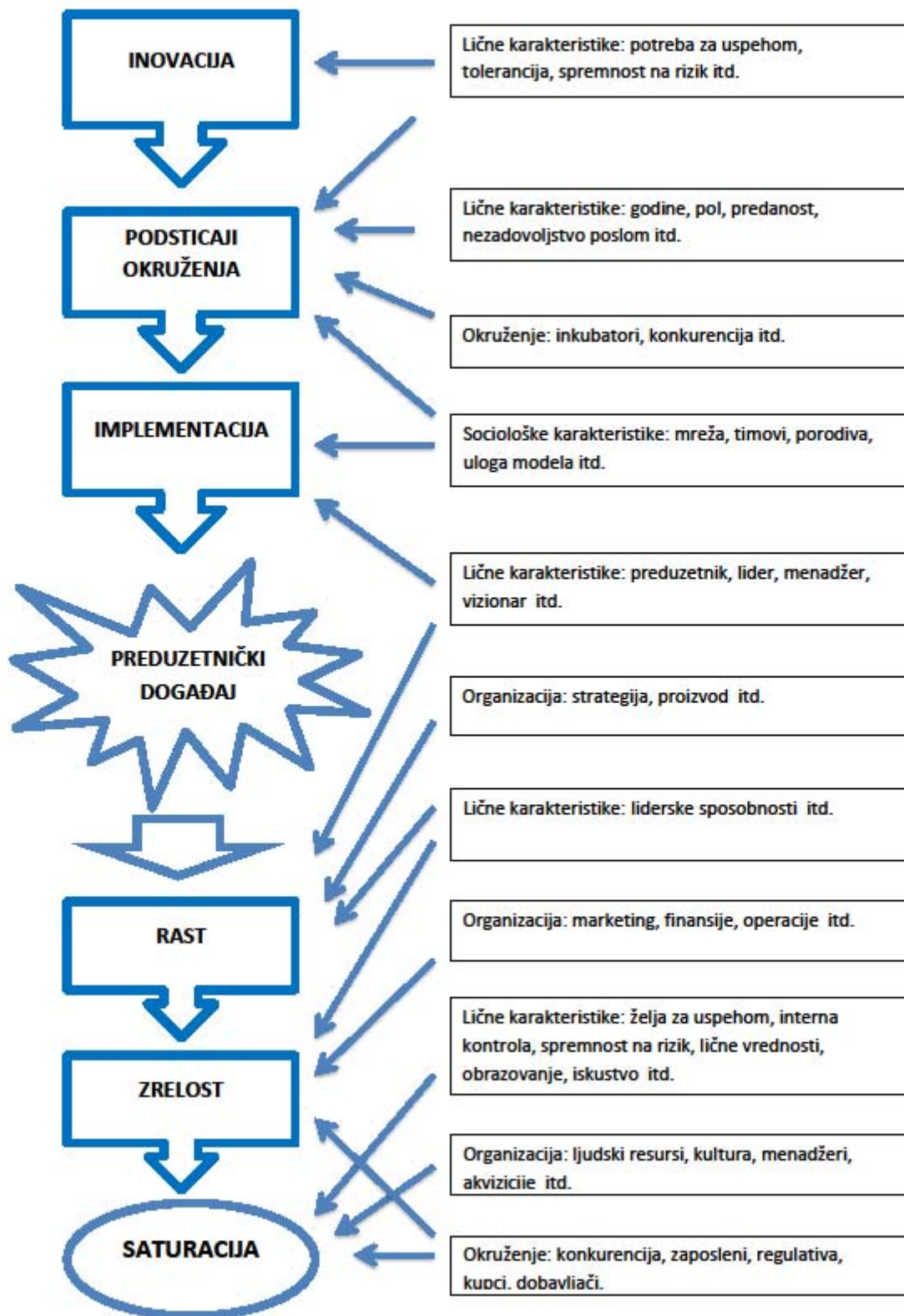
## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Istraživanja pokazuju da preduzetnici imaju veću potrebu za kontrolom u odnosu na ljude koji nisu preduzetnici. Preduzetnici žele da kontrolišu sopstveni život. Mnoga istraživanja su potvrdila i da preduzetnici traže nezavisnost, te i ovo postaje glavni razlog za započinjanje sopstvenog biznisa (Bygrave & Zacharakis, 2004). **Lične osobine** mogu se smatrati za pokretačku snagu i motivaciju pokretanja preduzetničke inicijative. **Spoljni faktori**, odnosno faktori okruženja snažno utiču na razvoj preduzetništva. Nije slučajno da je preduzetništvo u nekim delovima sveta zastupljenije nego u drugim delovima. Preduzetnički uzori su veoma važni u daljem razvoju preduzetničkih aktivnosti. Veći broj uspešnih preduzetnika u okruženju uslovljava i porast želje za uključivanjem i drugih članova zajednice u preduzetničke aktivnosti. Studija sprovedena među studentima preduzetništva pokazuje da većina njih potiče upravo iz preduzetničkih porodica (Bygrave & Zacharakis, 2004). Porodični status i obaveze igraju važnu ulogu u odluci da li da se započne novi preduzetnički poduhvat. Ukoliko u porodici nema izdržavanih članova, lakše se upustiti u preduzetničke vode. Bitan faktor predstavlja i životna dob potencijalnog preduzetnika, odnosno mogućnost postizanja ravnoteže između iskustva koje dolazi sa godinama i optimizma i energije svojstvene mladosti, te je jasno je da **socijalni faktori** igraju ključnu ulogu u donošenju odluka kod potencijalnog preduzetnika.

Model preduzetništva i procesa menadžmenta malih preduzeća predstavljen na slici 4, autora **Buhalisa i Koste** prikazuje sve elemente rasta malog biznisa koji započinje inovacijom, a završava saturacijom. Lične karakteristike preduzetnika imaju važnu ulogu u razvoju preduzetničkog posla. Veštine i sposobnosti preduzetnika se moraju menjati u skladu sa rastom organizacije, a glavna prepreka rastu može biti nesposobnost preduzetnika da nauče kako da delegiraju zadatke i funkcije. Često preduzeće raste suviše brzo da bi njime mogao da upravlja osnivač, koji pokušava da kontrolišu sve procese, umesto da se koncentriše na strategijska pitanja. Realizacija profita je često povezana sa prodajom organizacije nekoj većoj kompaniji, što je ponekad teško za preduzetnike, jer smatraju da prodajom vrše izdaju i zaposlenih i partnera (Radosavljević & Borisavljević, 2003).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 4. Preduzetnički model Buhalisa i Koste. Izvor (Buhalis, D., Costa, C., 2006).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Što se tiče preduzetništva u turizmu, smatra se da će u budućnosti preduzeća u turizmu imati kraće životne cikluse. Brojna istraživanja o inovacijama su bila pod uticajem radova Šumpetera, kao i jedna od tipologija inovacija koja je prilagođena tako da odražava stvarnost u uslužnom sektoru gde najvećim delom pripada i sektor turizma (Hjalager, 1997), a odnosi se na sledećih pet kategorija:

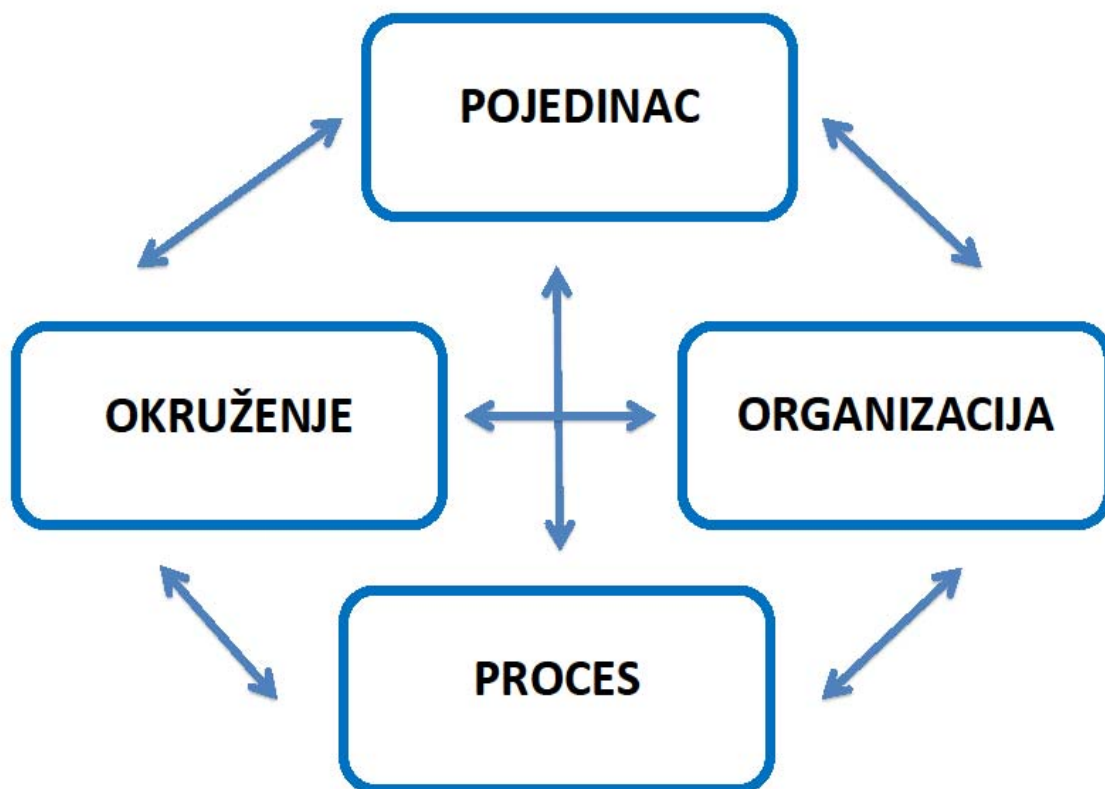
- 1. Inovacije proizvoda** se sastoje od promenjenih ili potpuno novih usluga ili proizvoda koji se razvijaju do faze komercijalizacije. Primeri novih turističkih proizvoda razvijenih poslednjih godina mogu biti: programi lojalnosti, ekološki održivi smeštajni kapaciteti, događaji bazirani na lokalnim tradicijama, proizvodi svemirskog turizma itd.;
- 2. Inovacije procesa** teže da povećaju performansu postojećih operacija pomoću novih ili poboljšanih tehnologija. Primeri krupnih inovacija procesa u turizmu su kompjuterizovani sistemi monitoringa i menadžmenta, samouslužni aparati itd.
- 3. Inovacije menadžmenta** sastoje se od uvođenja novih radnih mesta, nove organizacione strukture, sistema autoriteta. Inovacije menadžmenta mogu uticati na unapređenje kadra kroz obogaćivanje posla, decentralizaciju, obuku itd.;
- 4. Inovacije u logistici** koje uključuju uspostavljanje novih komercijalnih veza. To može da utiče na poziciju individualnog preduzeća u lancu vrednosti. Inovacije u logistici u turizmu uključuju vertikalne veze u industriji hrane i restoranskoj industriji, integrisane destinacione informacione sisteme, kompjuterske rezervacione sisteme, internet marketing itd.;
- 5. Institucionalne inovacije** se nalaze izvan individualnog preduzeća. Institucionalne inovacije se protežu kroz javni i privatni sektor, i postavljaju nova pravila igre. Primeri sa implikacijama na turizam uključuju: reformu finansijskih podsticaja koji restrukturiraju koncepte socijalnog ili zdravstvenog turizma; destinacione menadžment sisteme i jedinice koje kontrolišu pristup turističkim područjima i osnivanje ili promenu kreditnih institucija i promene uslova za dobijanje finansijskih sredstava (Hjalager, 1997);

**Gartner** je 1985. (Gartner, 1985) ponudio sveobuhvatan model koji opisuje fenomen stvaranja novog preduzetničkog poduhvata. On je četvorodimenzionalan i pokriva sve

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

relevantne komponente preduzetničkog procesa: okruženje, pojedinca ili pojedince, organizaciju i sam preduzetnički proces (slika 5).

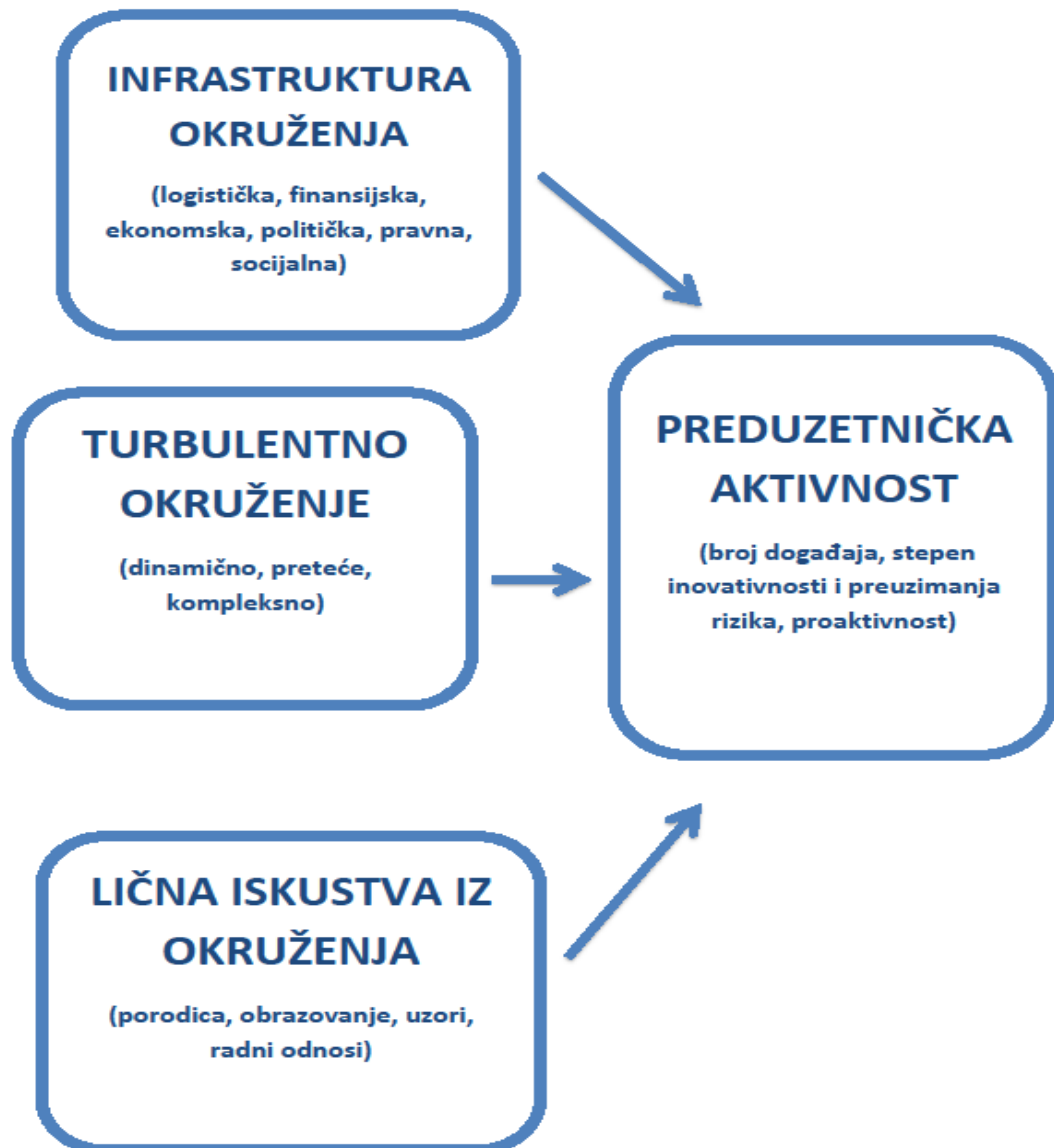


Slika 5. Gartnerov model. Izvor: (Gartner, 1985).

Autori *Morris i Lewis* (Morris & Lewis, 1995) navode model koji se sastoji iz tri grupe faktora (slika 6). Prvu grupu čini infrastruktura okruženja koja obuhvata političku, finansijsku, pravnu, socijalnu, ekonomsku i logističku infrastrukturu. Druga grupa faktora obuhvata turbulentno okruženje koje podrazumeva dinamiku odnosa, pretnje koje su stalno prisutne i kompleksnost odnosa. Treća grupa faktora obuhvata lična iskustva koja na pojedinaca deluje iz okruženja i ovde spadaju porodica, obrazovanje, uzori i poslovne veze. Sve ovo utiče na preduzetničke aktivnosti, koje su opet uzročno-posledično, povezane sa brojem događaja, nivoom inovativnosti, preuzimanja rizika, ali i nivoom proaktivnosti.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---



Slika 6. Model Morisa i Luisa. Izvor: (Morris & Lewis, 1995).

Proces po kome preduzetnici upravljaju rizikom i prevazilaze prepreke je predstavljen od strane autora *Fu-Lai Tony* (Fu-Lai Tony, 2007). Ovaj model se bavi procesima kako preduzetnik sa svojim akumuliranim znanjem koje ne mora poticati samo iz formalnog obrazovanja, već i iz ličnih uverenja, životnog iskustva i socijalizacije, razvija adaptivne i kreativne odgovore u skladu sa situacijom.

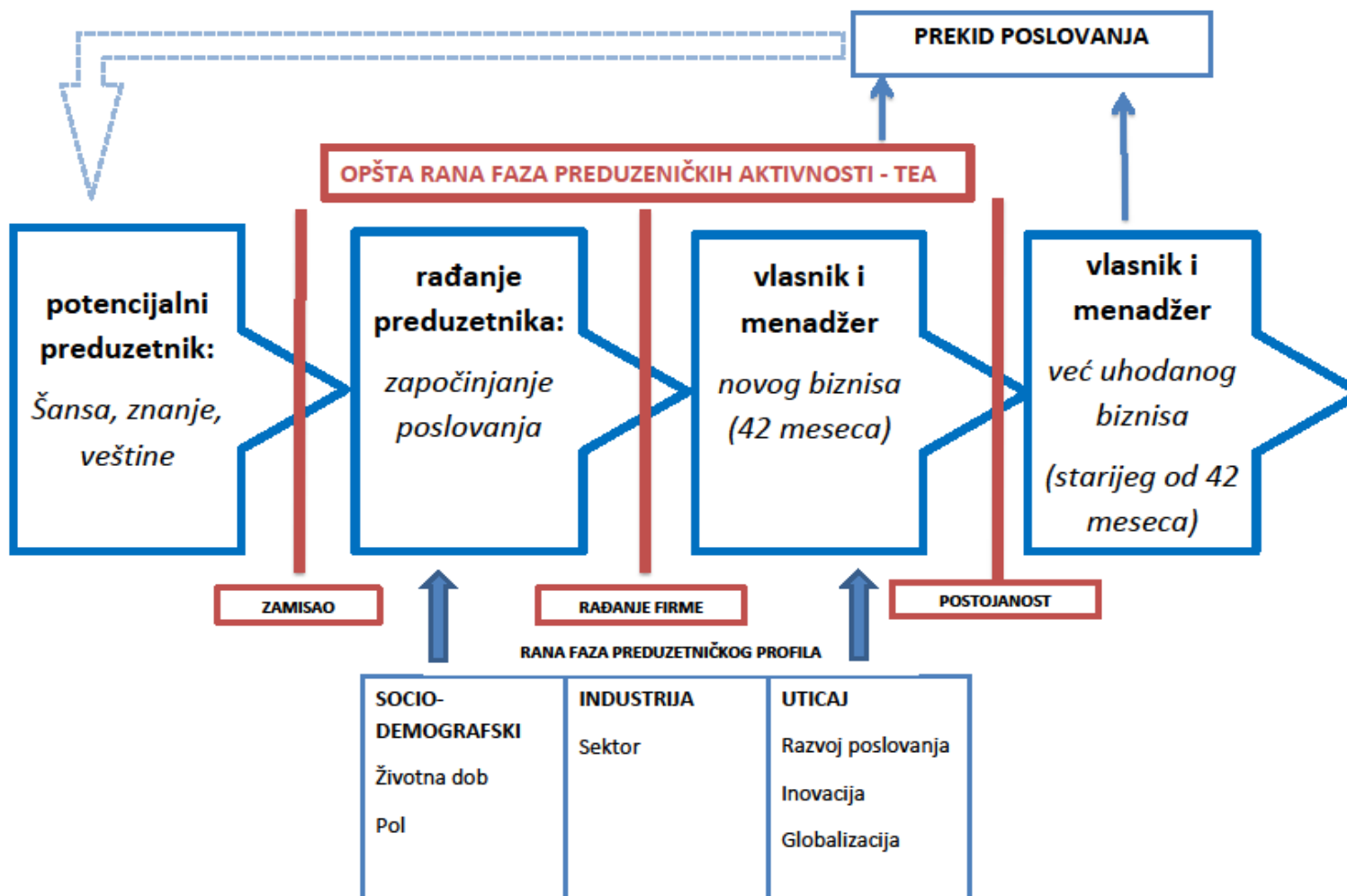
## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Model definisan od strane *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) predstavlja višefazni proces je koji prati procenu stanja preduzetništva u različitim tačkama (slika 7). Ovaj model polazi od pojedinaca sa preduzetničkim sklonostima. Preduzetničke sklonosti predstavljaju sposobnost za započinjanje sopstvenog biznisa, identifikovanje šansi i prevazilaženje straha od nesupeha. Pored navedenih karakteristika bitni faktori su i pozitivna precepcija društva o preduzetništvu koja podrazumeva medijsku i društvenu naklonjenost. Sledeća faza razvoja je preduzetništvo koje tek nastaje. Ovu fazu karakteriše veliki broj izazova. Upravo ovo dovodi do toga da mnoge novonastale organizacije ne dožive treću fazu razvoja, koja obuhvata organizacije starije od tri meseca, a mlađe od 42 meseca. Veliki broj novonastalih organizacija ne preživi treću fazu. Upravo zbog toga ovaj model stavlja akcenat na *opšte rane faze razvoja preduzetničkog poduhvata (Total Early-stage Entrepreneurial Activity—TEA)* (Amorós & Bosma, 2013).



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 7. GEM model. Izvor: (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Možemo videti da postoji veliki broj različitih preduzetničkih modela koji se bave različitim aspektima i faktorima modeliranja razvoja preduzetništva posmatrano sa jednog ili više različitih nivoa. Takođe, može se uočiti i da ova problematika ne zaokuplja isključivo teoretičare i praktičare ekonomskih oblasti, već predstavlja transdisciplinarnu problematiku. Izuzetno značajan doprinos pregledu različitih vrsta razvoja preduzetničkih modela su dali autori *Moroz i Hindle* čiji je metodološki pristup podrazumevao pregled autora koji gledaju fenomen preduzetništva kroz proces, odnosno pokušavaju odgovoriti na pitanja: *šta zapravo preduzetnici rade i kako to rade?* Ovi autori tvrde da modeli nisu automatski sinonim sa teorijom, ali mogu biti na nivou teorije, posebno ako objasne fenomen i pokažu opštost, preciznost i jednostavnost (Moroz & Hindle, 2012). Njihova pretraga i dalja analiza se bazirala na proverenim radovima iz stručnih i naučnih publikacija koje su objavljene u protekle četiri decenije, a koje su predstavile konkretno definisan i koncipiran model preduzetničkog procesa. U nastavku je priložena tabela 2. koja prikazuje najbitnije aspekte analize 32 preduzetnička modela bazirana na istraživanju *Entrepreneurship as a Process: Toward Harmonizing Multiple Perspectives* (Moroz & Hindle, 2012).

Tabela 2. Pregled modela. Izvor: (Moroz & Hindle, 2012)

ELEMENTI ANALIZE PREDUZETNIČKIH MODELA						
godina, autor	vrsta modela	ključne komponente/ događaji /faze/područje	varijable/faktori/ aktivnosti	metod	nivo opštosti	jedinica analize

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

### 2.1.3. Specifičnosti preduzetništva u ruralnim oblastima

Privredne aktivnosti u ruralnim sredinama takođe se mogu oblikovati kroz preduzetništvo. Principi i programi usmereni na podsticanje razvoja preduzetništva ne razlikuju se suštinski u odnosu na geografsku poziciju koja je predviđena za preduzetničku aktivnost. Bez obzira da li se nalazimo u urbanim ili ruralnim sredinama, da bi realizovali preduzetničku aktivnost i održali se na tržištu pored preduzetničkih sposobnosti neophodan je pristup ključnim faktorima, odnosno kapitalu, radu i tržištu. Lyons smatra da se preduzetnička orijentacija u ruralnim područjima zasniva na podsticanju lokalnog preduzetničkog talenta i rastu lokalnih organizacija sa ciljem otvaranja radnih mesta, stvaranju dodate ekonomske vrednosti u regionu i zadržavanju oskudnih resursa u okviru zajednice (Lyons T. , 2002). Pred ovoga, postoje i drugi oblici vrednosti koje stvaraju preduzetničke aktivnosti poput društvenih vrednosti, unapređenja zajedničkog života, održavanja zajedničke infrastrukture (Laukkanen M., 2003) i putem toga smanjenja migracije stanovništva iz ruralnih sredina (Müller, 2012). Prema Sherief-u, ekonomski ciljevi preduzetnika i društveni ciljevi ruralnog razvoja su povezani više nego u urbanim sredinama (Sherief, 2008). Pejanović i Njegovan uvode pojam koncepta integralnog ruralnog razvoja koji podrazumeva čvrstu vezu preduzetništva, agrobiznisa i multifunkcionalnog razvoja ruralnih regiona. Ovaj koncept je trodimenzionalan i podrazumeva teritorijalni, razvojni i održivi koncept, pri čemu se u fokusu nalazi stanovništvo, zaposlenost, borba protiv siromaštva i zaštita životne sredine u uslovima povećanja produktivnosti i efikasnosti, kao i uloga razvoja baziranog na znanju i veštinama ljudi (Pejanović & Njegovan, 2010).

Jedna od specifičnosti ruralnih sredina leži i u činjenici da su ruralne sredine pretežno siromašne. Petrin navodi da tri četvrtine siromašnih u svetu živi u ruralnim oblastima u kojima zavise od poljoprivrede i pratećih delatnosti i to je još jedan od razloga zašto ruralni razvoj sada više povezuje sa preduzetništvom (Petrin, 1994). Poljoprivredna proizvodnja koja je karakteristična za ruralne sredine pruža velike mogućnosti za razvoj preduzetništva (Popović, 2009). Mala i srednja preduzeća u oblasti turizma imaju značajan ekonomski potencijal koji se ogleda u otvaranju novih radnih mesta i preduzeća, posebno u ruralnim oblastima. Iako takva preduzeća zapošljavaju mali broj ljudi, turistička potrošnja može biti značajna, a najbitnije je da najveći deo prihoda

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

ostaje lokalnom stanovništvu (Thomas, 2005). Međutim, jedinstveni spoj resursa na kojima se temelje preduzetničke aktivnosti u ruralnim oblastima ne moraju nužno biti u okviru poljoprivrede, već se mogu nalaziti i izvan nje. U ublažavanju problema strukturnog prilagođavanja u razdobljima političkih reformi važna je uloga politike očuvanja ruralnog razvoja. To uglavnom znači stimulisanje mogućnosti zapošljavanja u nepoljoprivrednim sektorima i poboljšavanje infrastrukture, čime se proširuju budući izgledi za razvitak ruralne privrede. Kako poljoprivreda i aktivnosti vezane uz poljoprivredu čine onaj sastojak ruralnog dohotka i zaposlenosti koji opada, budućnost ruralnih područja biće sve više uslovljena razvojem aktivnosti koje nisu vezane primarno za poljoprivredu. Istovremeno, podsticanje poljoprivrednog sektora često će biti prirodna posledica primene uspešne strategije ruralnog razvoja (Delić, 2012). Istraživanja ukazuju da ruralna područja sa višim nivoima preduzetničke aktivnosti postižu i viši nivo ekonomske vitalnosti (Macke & Markley, 2006).

*Vukotić* kaže da ne treba ulagati u poljoprivredu samo da bi se prehranili, već u uslove za otvaranje poslovnih mogućnosti u poljoprivredi. On akcentuje holistički pristup koji poljoprivrednu proizvodnju posmatra kao deo celine poslovnih mogućnosti, gde se preduzetnici ne posmatraju kao prost zbir proizvođača, već čine povezan sistem kako u okviru poljoprivrede, tako i između poslova u drugim oblastima. Po njemu je tržište ključna informacija koja je potrebna za razvoj preduzetništva u oblasti poljoprivrede, jer samo ako stanovništvo ruralnih sredina vidi mogućnost da kroz poljoprivredu i zarade, a ne samo prehrane svoju porodicu, postoji šansa za razvoj preduzetništva (Vukotić, 2003). Upravo ovakav holistički pristup je prisutan i kod definisanja agrobiznisa kao baze za razvoj preduzetničkih aktivnosti od strane autora Pejanovića i Njegovana. Oni smatraju da agrobiznis označava moderni sistem proizvodnje i distribucije hrane. On predstavlja sumu svih operacija koje su vezane za: proizvodnju i distribuciju vanpoljoprivrednih sirovina, proizvodne operacije na farmi, skladištenje, preradu i distribuciju poljoprivrednih sirovina i proizvoda proizvedenih od njih. Konkretno, agrobiznis čine: sitne porodične farme, velike korporacije, kreditne institucije i drugi snabdevači sirovinama i resursima, marketing i prerađivačke firme, transportna mreža, veletrgovina, restorani, trgovina na malo hranom, konsultantske kuće i druge uslužne institucije iz agrobiznisa. Reč je o širokom lancu koji obuhvata: proizvođače,

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

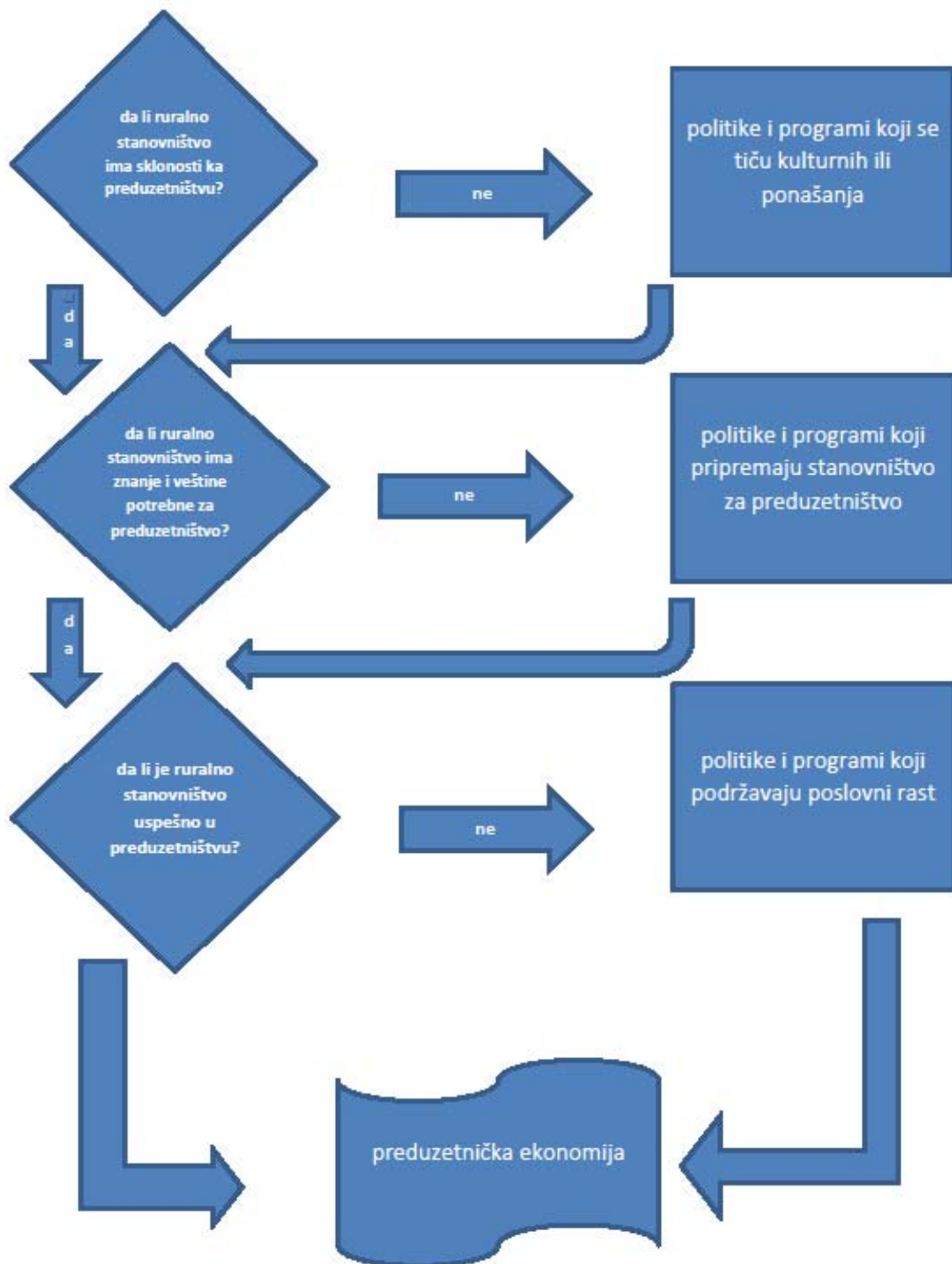
---

prerađivače, trgovce, proizvođače poljoprivredne mehanizacije, proizvođače i distributere sredstava za zaštitu bilja, petrohemijski i transportni kompleks, univerzitetske i druge laboratorije, banke i mnoge druge institucije koje okružuju poljoprivrednika. U tom ogromnom kompleksu uslovi za razvoj preduzetništva su izuzetni (Pejanović & Njegovan, 2010).

Okruženje je jedan od ključnih faktora koje omogućava razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama. Ono u velikoj meri zavisi od strategija koje promovišu ruralno preduzetništvo. *Petrin* tvrdi da političke implikacije za ruralni razvoj preduzetništva mogu biti: sluh nacionalne ekonomske politike u vezi sa poljoprivredom, uključujući priznavanje vitalnog doprinosa preduzetništva za razvoj ruralnih ekonomija, zatim mere i specijalni programi za razvoj i kanalisanje preduzetničkog talenta i preduzetničko razmišljanje o ruralnom razvoju, ne samo poljoprivrednika, već i od svih, odnosno svake organizacije u oblasti ruralnog razvoja (Petrin, 1994). Problemi razvoja svake od savremenih društvenih zajednica po svojoj kompleksnosti i obimu, znatno prevazilaze kapacitete vlade i njenih institucija. Savremeni koncept održivog razvoja zahteva mnogo veću participaciju ostalih ključnih razvojnih faktora – poslovne zajednice, građana i njihovih organizacija (Grupa autora, SEED, 2003). Vukotić smatra da je razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama mnogo više stvar sistema i institucija u sistemu, nego direktnih mera. Privredni sistem nije ništa drugo nego način razmišljanja na nivou ekonomije (Vukotić, 2003). Prema Petrinu za ubrzavanje ekonomskog razvoja u ruralnim područjima neophodno je izgraditi kritičnu masu prve generacije preduzetnika (Petrin, 1994). Pojedini autori (Markov, 2010) smatraju da je aktivizam i napor samog ruralnog stanovništva osnovni pokretač preduzetništva i ruralnog turizma, odnosno da selo ne dobija realnu podršku za razvoj i modernizaciju od strane državnih struktura.

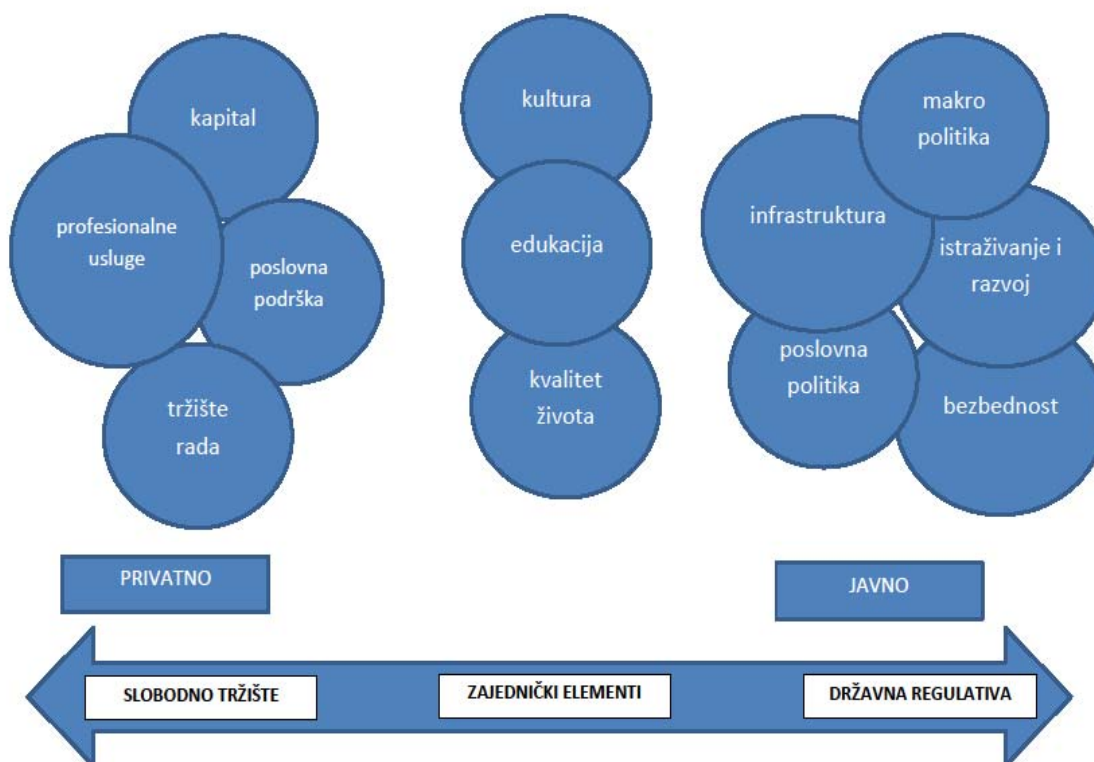
*Kayne* iz *Kaufman fondacije* stvorio sledeći hodogram (slika 8) koji pruža opšti okvir za podsticanje ruralnog preduzetništva. Ovaj hodogram daje ključna pitanja neophodna za procenu preduzetničke mogućnosti u svakom ruralnom mestu ili državi (Kayne, 2000).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 8. Okvir za podsticanje ruralnog preduzetništva. Izvor: (Kayne, 2000).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 9. Faktori koji utiču na razvoj preduzetništva. Izvor: (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005).

Pojedini autori (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005) navode tri grupe faktora koji utiču na razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama, ali i preduzetništva uopšte (slika 9):

- Faktori slobodnog preduzetničkog tržišta u šta spadaju kapital, različiti vidovi podrške poslovanju, tržište rada, profesionalne usluge itd.;
- Elementi u koje spadaju kultura, edukacija i kvalitet života;
- Faktori državne regulative, odnosno makroekonomska politika, infrastruktura, poslovna politika, bezbednost itd.;

Ograničavajući faktori mogu biti mnogobrojni. Najčešće se akcentuje ograničenost pristupa kapitalu. Lokalna politika može ometati preduzetničke slobode, ali i nedostatak preduzetničkih uzora, mreža podrške, kao i konzervativno okruženje (Genera, 2005).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Pojednini autori navode kao ograničenje preduzetništva u ruralnim područjima pored otežanog pribavljanja kapitala i pristup dobavljačima i kupcima, transportnim sistemima, kao i tržištu rada (Acs & Maleck, 2003). Lyons ovo naglašava, dodajući da ruralna područja imaju tendenciju da dominira jedan posao ili industrija, što ne samo što ova područja čini ranjivijim na ekonomske promene, već i otežava industrijsku različitost i inovacije (Lyons T., 2003). Ukoliko ruralni razvoj sa svim komponentama koje mu pripadaju posmatramo iz holističkog ugla, postavlja se opravdano pitanje zbog čega se razvoj infrastrukture u ruralnim sredinama ne posmatra identično kao i razvoj infrastrukture u drugim granama? Pojedini autori (Vukotić, 2003) primećuju da je prilikom razvoja infrastrukture u ruralnim sredinama, a u cilju ostvarivanja povoljnih poslovnih prilika, potrebno mnogo više napora i borbe da se donosiocima odluka predoči neophodnost saobraćajnica, telekomunikacija, zdravstvene zaštite itd. Napuštanje koncepta granskih prioriteta nameće se samo po sebi, ako se poslovne mogućnosti u svim granama posmatrarju kao ravnopravne.

NDP regionalni program za bivši Sovjetski Savez (SSSR) je sumirao probleme sa kojima se suočavaju ruralna mala i srednja preduzeća i predložene su inicijative (tabela 3) za rešavanje ovih pitanja (Sherief, 2008).

**Tabela 3. Problemi i inicijative za razvoj ruralnog turizma. Izvor: (Sherief, 2008).**

<b>problemi</b>	<b>predložene inicijative</b>
Tehnička pomoć: <ul style="list-style-type: none"><li>➤ visoki troškovi;</li><li>➤ malo institucija za podršku;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ priprema i obuka domaćih trenera/savetnika;</li><li>➤ primena uspešnih iskustava;</li><li>➤ promocija i razvoj institucija za podršku usluge tehničke vrste;</li></ul>
Preduzetnički stav: <ul style="list-style-type: none"><li>➤ sklonosti ka izolaciji;</li><li>➤ nedostatak organizacije i integracije. Malo volje da se preduzmu partnerski preduzetnički projekti;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ preduzetnička obuka i priprema;</li><li>➤ širenje partnerskih uspešnih iskustava;</li><li>➤ podrška i saradnja sa postojećim poslovnim/preduzetničkim udruženjima;</li><li>➤ obuka i priprema preduzimljivih mladih ljudi;</li></ul>
Finansiranje:	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ udruženje – grupisanje;</li><li>➤ pomoć u uspostavljanju kreditnih šema</li></ul>



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

problemi	predložene inicijative
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ograničen pristup finansiranju, kako za <i>start-up</i> tako i za proširenje poslovanja;</li> <li>➤ nedostatak garancija;</li> </ul>	<p style="text-align: center;">namenjenih malim i srednjim preduzećima (šeme uzajamnih garancija);</p>
<p>Politika i podsticanje okruženja:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ preterani propisi i formalnosti;</li> <li>➤ politička i ekonomska nestabilnost;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ identifikacija specifičnih prepreka i uskih grla;</li> <li>➤ preporuke za promenu i poboljšanje u ovim oblastima;</li> <li>➤ adaptacija i prilagođavanje pravnog okvira;</li> </ul>
<p>Neravnopravnost polova:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ teškoće za žene pri započinjanju preduzetničkih aktivnosti;</li> <li>➤ teškoće za žene preduzetnike da dobiju usluge podrške i finansiranja;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ preduzetnička obuka i priprema;</li> <li>➤ razmena iskustava i najboljih praksi za žene preduzetnike;</li> <li>➤ pomoć u uspostavljanju mikro kreditne šeme usmerene ka ženama;</li> </ul>
<p>Kvalifikacije u oblasti ljudskih resursa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ malo specijalizacija i obuka;</li> <li>➤ nizak nivo produktivnosti;</li> <li>➤ nedostatak vrednovanja rada i ohrabrenja za rad;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ unapređenje veština;</li> <li>➤ menadžerske obuke;</li> <li>➤ unapređenje radne sredine i organizacione klime;</li> </ul>
<p>Tržište:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ nizak udeo na domaćem tržištu, gotovo da nema učešća na spoljnim tržištima;</li> <li>➤ problemi u nabavci sirovina;</li> <li>➤ nedostatak stručnosti u oblasti marketinga;</li> <li>➤ nedostatak uvida u diferencijaciju proizvoda i drugi problemi konkurentnosti;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ preduzetnička obuka i priprema;</li> <li>➤ savetovanje i savetodavne usluge od strane kvalifikovanog osoblja;</li> <li>➤ deljenje informacija putem regionalnih i međunarodnih mreža;</li> <li>➤ uspostavljanje poslovnih preduzetničkih udruženja;</li> <li>➤ vertikalna integracija (moguća radna specijalizacija);</li> </ul>

Istraživanje rađeno u Srbiji (Bogdanov, 2011) pokazuje koja su najveća ograničenja po mišljenju samih ruralnih domaćinstava koja započinju ili imaju sopstveni biznis (tabela 4):

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Tabela 4. Ograničenja preduzetništva u ruralnim sredinama. Izvor: adaptirano prema (Bogdanov, 2011).

ograničenje	procenat ispitanika
nedostatak sredstava	82,8
teškoće nalaženja tržišta za nabavku i prodaju robe	43,9
visoki porezi	26,2
komplikovana papirologija	19,6
nedostatak znanja i iskustva	19,4
nedostatak partnera	7,1

Isto istraživanje pokazuje da bi prilikom njihovog daljeg razvoja najveći pozitivan uticaj imalo (Bogdanov, 2011):

Tabela 5. Faktori podsticaja. Izvor: (Bogdanov, 2011).

faktor podsticaja	procenat ispitanika
mogućnost zapošljavanja van poljoprivrede	65,9
pristup kreditima	57,4
organizovanost tržišta	40,3
pristup informacijama	16,8
poslovno udruživanje	12,9
obuka, edukacija, trening	12,5

Ukoliko analiziramo dobijene rezultate, jasno možemo uočiti šansu za razvoj preduzetništva u turizmu u okviru ruralne ekonomije. Komplementarnost poljoprivrede, ruralnih sredina i turizma u velikoj meri se uklapa u postavljene okvire ruralnog razvoja Srbije, a sa druge strane u težnje i potrebe samog ruralnog stanovništva. Međutim, moramo biti svesni ograničenja ove studije koje se odnosi na selekciju ispitanika u smislu da uzorak istraživanja čine ruralna domaćinstva koja su već na neki način u preduzetništvu, dok donosioci odluka na lokalnom nivou i stanovništvo koje se ne bavi preduzetništvom nisu uključeni u ovo istraživanje.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Ruralni razvoj podrazumeva diverzifikaciju proizvoda i kreativnost. Diverzifikacija se može vršiti kako u oblasti poljoprivrede, tako i u drugim privrednim granama. Diverzifikacija u oblast nepoljoprivredne ruralne ekonomije može imati dva oblika: prvi oblik predstavlja slučaj kada domaćinstva imaju pristup atraktivnijim, bolje plaćenim zaposlenjima izvan primarnih poljoprivrednih oblasti i ovo predstavlja *demand-pull* proces, dok *distress-push* proces predstavlja slučaj kada su domaćinstva primorana da se angažuju u slabije plaćenim nepoljoprivrednim poslovima kako bi nadomestili nedovoljne prihode (Mirković, 2011).

Jedan od autora (Bachev, 2012) predlaže sledeće smerove diverzifikacije u tabeli 6. Veliki broj predloženih aktivnosti se može primeniti sa aspekta održivog razvoja, ali se kod pojedinih aktivnosti postavlja pitanje opravdanosti, održivosti i etike (borba bikova, sakupljanje životinja i biljaka itd.).

**Tabela 6. Diverzifikacija aktivnosti. Izvor: (Bachev, 2012).**

Diverzifikacija u oblasti poljoprivrede	Diverzifikacija izvan poljoprivrede
<p>Alternativne poljoprivredne kulture:                      - cveće;                      - farmaceutsko i aromatično bilje;                      - specifični proizvodi tipa organskog voća i povrća, kultura sa zaštićenim poreklom itd.;</p> <p>- industrijsko bilje (konoplja, lan, slama itd.);</p> <p>- usevi za proizvodnju bio-goriva;                      - usevi koji nisu karakteristični za posmatrani kraj (kivi, aronija itd.);</p> <p>Alternativne stočarske vrste:                      -specifični proizvodi tipa stoke koja se uzgaja po organskim principima, uzgoj vrsta sa zaštićenim/autohtonim poreklom itd.;</p> <p>- stoka i živina koja se uzgaja van štala, na tradicionalan način;                      - specijalne vrste mesa i jaja (patke, guske itd.);</p> <p>- vrste koji nisu karakteristične za posmatrani kraj (noj, lama);                      - crvi za komposti i pecanje;</p> <p>Alternativne usluge:                      - direktni marketing i prodaja;                      - boravak na farmi i agriturizam;</p>	<p>-Proizvodnja soka, sira, suvog mesa, sladoleda, zimmice, vina, kolača, vune itd.);</p> <p>-usluge dostave;</p> <p>-konsultacije iz oblasti poljoprivrede;</p> <p>-turistički smeštaj (noćenje sa doručkom);</p> <p>-proizvodnja drvne građe;</p> <p>-ribnjak;</p> <p>-restorani i kafići;</p> <p>-zanatstvo i umetnost (obuka i prodaja);</p> <p>-rekreacija i sportski klubovi (tenis, jahanje u prirodi, planinarenje, skijanje, lov, itd.);</p> <p>-specijalizovane prodavnice;</p> <p>-turističko vođenje;</p> <p>-skupljanje divljih plodova i životinja;</p> <p>-upravljanje životnom sredinom;</p> <p>-proizvodnja energije vetra;</p>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<ul style="list-style-type: none"> <li>- obuke u oblasti poljoprivrede;</li> <li>- mogućnost samostalnog branja uz kupovinu povrća na samoj njivi od strane kupaca;</li> <li>- edukativne i degustacione ture;</li> <li>- eksperimentalno-demonstrativne farme;</li> <li>- proizvodnja stajskog đubriva;</li> <li>- zabava (jahanje, borba bikova itd.).</li> </ul>	
---	--

Preduzetnici su oni koji prvi prihvataju promene, a ova činjenica važi i za ruralne oblasti. Preduzetništvo vodi ka rastu produktivnosti, raznovrsnosti asortimana i obimu proizvodnje i pružanja usluga (Acs & Armington, 2004). Takođe, ukoliko želimo potpunu satisfakciju kupca/potrošača/turiste, moramo poznavati njegove motive, potrebe i želje. U oblasti turizma ne postoji proizvod koji je idealan za sve turiste, već segmentacija tržišta otkriva tržišne niše čija tražnja nije na adekvatan način tržišno pokrivena u smislu odgovarajuće ponude. Kada poznajemo našeg potencijalnog kupca, nije problem kreirati kvalitetan turistički proizvod za izabrani segment. Primer elemenata turističkog proizvoda na bazi diverzifikacije aktivnosti dao je *Ngassa* (Ngassa, 2013) u tabeli 7:

**Tabela 7. Elementi turističke ponude (Ngassa, 2013).**

Segmentacija tržišta	Elementi turističke ponude
<b>grupe dece</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ rafting</li> <li>➤ jahanje</li> <li>➤ penjanje po drveću</li> <li>➤ plivanje i jedrenje</li> <li>➤ izleti u šumu</li> </ul>
<b>mladi parovi bez dece</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ jahanje</li> <li>➤ rafting</li> </ul>
<b>mladi parovi sa decom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ plivanje</li> <li>➤ jahanje</li> <li>➤ jedrenje</li> <li>➤ posmatranje životinja</li> </ul>
<b>parovi u srednjim godinama bez dece</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ posmatranje ptica</li> <li>➤ posmatranje stoke</li> <li>➤ teljenje, jagnjenje</li> <li>➤ posmatranje divljih životinja</li> <li>➤ iskustvene aktivnosti seoskog života</li> </ul>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<b>stariji parovi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ mlekarstvo</li> <li>➤ pecanje</li> <li>➤ pravljenje sira</li> <li>➤ kulinarske aktivnosti u skladu sa lokalnom tradicijom</li> </ul>
<b>samci</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ društveni život</li> <li>➤ upoznavanje novih ljudi</li> <li>➤ roštiljanje</li> <li>➤ pecanje, jedrenje</li> <li>➤ posmatranje zalaska sunca</li> </ul>

Sve preduzetničke aktivnosti mogu se realizovati kroz **tri tipa** preduzetničkih organizacija (Fotiadis, 2011). **Prvi** tip predstavljaju pojedinci ili porodične firme sa skromnim proizvodnim/uslužnim kapacitetima. Karakteristike ovih organizacija jesu mala ulaganja, oslanjanje na sopstveni rad, lokacija u blizini porodičnog doma, kao i izbegavanje rizika. Ove organizacije lako donose odluke i lako se nose sa promenama na tržištu, ali se problem može javiti kod obezbeđivanja dodatnog kapitala za dalja ulaganja. Primeri za ovaj tip organizacije su seoska turistička domaćinstva, male gostionice i prodavnice. **Drugi** tip organizacija predstavljaju preduzeća do 25 zaposlenih, čije je upravljanje u rukama jedne porodice ili grupe lokalnih stanovnika. Ovaj tip organizacije zapošljava lokalnu radnu snagu, koristi lokalne resurse i traži lokalne dobavljače. Radnu snagu najčešće angažuju povremeno i sezonski, što im omogućava dobru kontrolu troškova i lako prilagođavanje sezonskom karakteru posla. Veličina dozvoljava specijalizaciju menadžerskih pozicija i lakše pribavljanje kapitala za naredne faze razvoja. **Treći** tip organizacija predstavlja veće sisteme poput hotelskih lanaca sa više objekata, koji često ne moraju biti ni u istom regionu. Ovaj tip organizacija nema pripadnost lokalnu, pa čak ni regionu. Zaposlene najčešće traže i izvan lokalne zajednice, kako i dobavljače. Osnovni ciljni segment ovakvih organizacija su turisti koji žele kvalitet garantovan određenim usvojenim standardima. Međutim, preduzetništvo, pa i preduzetništvo u ruralnim oblastima prvenstveno sačinjavaju mala i srednja preduzeća, te se ovaj treći tip organizacija suštinski i ne treba posmatrati kao preduzetnički tip, iako se može pretpostaviti da je i njihov razvoj vođen tipično preduzetničkim motivima, principima i aktivnostima.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

### 2.1.4. Kompleksnost faktora razvoja preduzetništva

Najveći broj autora se slaže da je glavni tvorac preduzetničke ekonomije država, vlada i njena makroekonomska politika. Tako Pejanović i Njegovan naglašavaju da su sve institucije sistema u funkciji stvaranja uslova, ambijenta za preduzetništvo putem fiskalne politike, poreskih olakšica i kreditne politike, odnosno specijalizovanih bankarskih organizacija i fondova, kao i preduzetničke infrastrukture (Pejanović & Njegovan, 2010). Radović i Radović naglašavaju da državni podsticaji i prioriteti usmereni ka skladnijem regionalnom razvoju i ublažavanju regionalnih razlika imaju pun efekat samo ako su mere politike razvoja deo ukupnih mera kojima se stvara povoljno okruženje i razvojni privredni ambijent (Radović & Radović, 2007). Autor *Aruwa* smatra da je osnovna uloga države i drugih agencija povećanje mogućnosti da razviju motivaciju potencijalnih preduzetnika da uđu u preduzetničke aktivnosti i da se poboljša sposobnost potencijalnih preduzetnika za početak poslovanja. Države mogu doprineti preduzetništvu usvajanjem politike i procedura koje obezbeđuju širi opseg mogućnosti za preduzetnike (zaštita preduzetničke inovacije, patenata i autorskih prava, liberalna ekonomske politika, smanjeni troškovi poslovanja...). Kada postoji problem niske sklonosti ka preduzetništvu uz visoke mogućnosti za preduzetništvo, moraju se dizajnirati politike i programi u cilju poboljšanja društveno-ekonomske dimenzije okruženja. Kratkoročno, to mogu biti sajmovi i različite aktivnosti nagrađivanja preduzetničkih napora, dok dugoročna politika podrazumeva uključivanje vrednosti preduzetništva u obrazovni sistem države (Aruwa, 2008). Država na različite načine može kreirati okruženje koje podstiče razvoj preduzetničkih aktivnosti i ideje preduzetništva. Tako Okolić navodi podsticaje države, razne servise poput pomoći u tržišnom plasiranju, škole za menadžment, tehničku pomoć za započinjanje posla, finansijske pomoći, subvencije i zajmove, a sve u skladu sa propisima Evropske unije (Okolić, 2007). Pojedini autori smatraju da su najčešći programi podrške edukacija, finansijska podrška i posebni programi unapređenja pojedinih oblika poslovanja (Pejanović & Njegovan, 2010). *Centar za proučavanje ruralne Amerike* smatra da je uloga države i njene politike stvaranje preduzetničkog ekosistema i naglašava da se preduzetnički ekosistem sastoji od: programa za prepoznavanje, obrazovanja i obuke, mreža u svim pravcima, pristupa kapitalu, infrastrukture i institucionalne podrške (Drabenstott, Novack, & Abraham, 2003).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Neki autori razlikuju tri grupe faktora (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005)

- Prva grupa podrazumeva elemente slobodnog tržišta gde se ubarajaju: kapital, poslovna podrška, profesionalne usluge i tržište rada;
- Druga grupa podrazumeva zajedničke elemente poput kulture, edukacije i kvaliteta života;
- Treća grupa elemenata pripada državnoj regulativi i tu spadaju: makroekonomska politika, poslovna politika, fizička infrastruktura, javna bezbednost i istraživanje i razvoj (Chuang, 2013).

Kao pozitivan primer možemo navesti Južnu Koreju, gde postoji specifičan model *državnih preduzetnika* koji može biti primenjen i u našoj zemlji. U ovoj državi postoji skoro tri hiljade ljudi obučeni i preduzetnički preferiranih, koji firmu otvore i urade sve što joj je potrebno za njen start, a kada firma uspešno krene sa poslovanjem, oni se povlače i rade na pokretanju novih preduzeća. Pozitivan primer je svakako i *model koncentričnih mreža* (Izraelski model) koji omogućava pojedinačnim porodičnim firmama da u tri koncentrična kruga povežu 10x10x10 porodica. Prvi krug od 10 porodica veže za sebe po 10 novih porodica koje čine drugi krug, odnosno mrežu ili grozd. Na svaku od tih 100 porodica, u drugom krugu vezuju se po 10 novih koje čine ukupno 1000 porodica, odnosno učesnika, čija mala ulaganja od 3 000 do 4 000 dolara se množe i daju iznos od 3 do 4 miliona dolara za zajedničke preduzetničke poduhvate. Ove porodice u okviru tih koncentričnih krugova stvaraju kreditne zadruge, nekada i banke, koje omogućavaju i pomažu novim porodicama da razvijaju svoj biznis (Vukmirović, 2005).

Prepoznajući značaj uloge države u podsticanju preduzetništva, Vlada Republike Srbije osnovala je *Republičku agenciju za razvoj malih i srednjih preduzeća*, čiji je cilj povećanje učešća malih i srednjih preduzeća, povećanje konkurentnosti, povećanje izvoznih prihoda ovoga sektora, povećanje učešća u strateškim savezima i aranžmanima zajedničkih ulaganja sa inostranim partnerima. Dobra ideja nije, na žalost, zaživela u onoj meri u kojoj je moguća i potrebna (Pejanović & Njegovan, 2010).

Nezavisno od uloge i značaja države, veliki broj autora je analizirao faktore koji utiču na razvoj preduzetništva i ciljeve koje taj razvoj treba da ostvari. *Aruwa* smatra da je presudan uslov u procesu stvaranja novog poduhvata odnos između mogućnosti za

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

preduzetništvo, sklonosti ka preduzetništvu i sposobnosti potencijalnog preduzetnika za preduzetništvo (Aruwa, 2008). *Flora* smatra da su istraživanja klime preduzetničkog okruženja oskudna, ali daju prilično konzistentne rezultate- **propreduzetnička** fizička, finansijska i poslovna infrastruktura mora biti prisutna. Ljudski resursi u cilju tehničke pomoći, obuke i obrazovne podrške su od suštinskog značaja, kao i umrežavanje. Ne mogu se zaboraviti ni faktori koji se odnose na kulturu zajednice i kapital zajednice (prirodni, kulturni, ljudski, društveni, politički, finansijski...) (Flora, 1997). U svojim radovima *Koh* pominje dve vrste faktora okruženja koji utiču na preduzetnika: lične faktore okruženja i društvene faktore okruženja. Isti autor kasnije navodi pet kategorija klimatskih faktora: socio-kulturne, psihičke, ekonomske, regulatorno-pravne i logističke (Koh, 2002).

Pejanović i Njegovan ne razdvajaju ciljeve i faktore i smatraju da su ciljevi i faktori razvoja preduzetništva na nacionalnom i regionalnom nivou:

- **Ekonomski** (tržišni potencijal, raspoloživi kapital, restrukturiranje privrede, povećanje ekonomske efektivnosti, brži privredni rast i razvoj, povećanja izvoza agrarnih proizvoda, jačanja privrednog i ekonomskog sistema);
- **Društveni** (podrazumeva ukupan razvoj ruralnih naselja, povećanje životnog standarda zaposlenih, povećavanje zaposlenosti, smanjenje nezaposlenosti);
- **Neekonomski faktori** (privredno-sistemska rešenja, mere ekonomske politike, agrarne politike, politike ruralnog razvoja, politike zapošljavanja. Navedeni faktori opredeljuju uslove za razvoj preduzetništva) (Pejanović & Njegovan, 2010).

Slično gore navedenom, *Nayab* smatra da postoje tri grupe uticaja na preduzetništvo:

- **Politički** uticaji (političke prilike, podrška države kroz razvoj infrastrukture, olakšice, industrijski parkovi, poreska politika, dostupnost infrastrukture i komunalnih usluga, korupcije i birokratske procedure);
- **Ekonomski** uticaji okruženja (kupovna moć, recesija i kriza, moć invetsiranja);
- Uticaj **dostupnosti resursa** (dostupnost kapitala, ljudskih resursa, sirovina, infrastrukture i komunalnih usluga);
- Uticaj **preduzetničkih veština i psihološke orijentacije** (sklonost ka napornom radu i upornost, sposobnost za upravljanje i minimiziranje rizika, sposobnost da



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

se sačini sveobuhvatan biznis plan i poseduje rezervni plan, jaka potreba za postignućem (Nayab, 2011).

Grozdanić i Savić naglašavaju da je finansijska stimulacija preduzetništva veoma bitna, jer preduzetnici u početku najčešće ne poseduju značajniju imovinu koja bi im mogla poslužiti kao obezbeđenje, nemaju dužu istoriju sopstvenog poslovanja iz koje bi se mogao uočiti kvalitet menadžmenta i nedovoljno poznaju tehnike poslovanja finansijskih institucija. Isti autori ističu i to da nefinansijska vrsta podrške nije potrebna svim preduzećima u istoj meri, te da je ona najbitnija pre svega za mala i srednja preduzeća, naročito ona koja tek započinju sa poslom. U ovim slučajevima, odgovarajuća nefinansijska podrška može biti presudna za dalji uspešan preduzetnički razvoj (Grozdanić & Savić, 2008). Prema Popoviću, razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetništva treba biti podržan različitim merama u sledećim oblastima: regulacija pravnog okvira, omogućavanje lakšeg i bržeg pokretanja biznisa, poboljšanje *on-line* pristupa, reforme poreskog sistema, povećanje nivoa znanja i sposobnosti preduzetnika, poboljšanje statističkog sistema praćenja i istraživanje preduzetničkog sektora, izgradnja institucija za nefinansijsku podršku preduzetništva i razvoj nefinansijskih usluga (Popović, 2009).

Prema istraživanjima *Instituta za ekonomska i socijalna istraživanja*, ocene samih preduzetnika upućuju na to da je potrebno sprovoditi promene u sledećim segmentima: unaprediti sistem obrazovanja i poboljšati sistem obuke, pospešiti konkurentnost preduzeća, učini efikasnim rad inspekcijских službi, pojednostaviti procedure zapošljavanja i otpuštanja radnika, podsticati mikrokreditiranje za *start-up*, učiniti stimulativnijom zakonsku regulativu, inicirati promene vezane za rad sindikalnih udruženja. Sve ovo predstavlja značajnije faktore za razvoj preduzetništva gledano iz ugla samih preduzetnika (Autorski tim Instituta za ekonomska i socijalna istraživanja, 2006).

*Evropska povelja malih preduzeća* ističe deset grupa problema/faktora koje treba rešavati u cilja kvalitetnog razvoja malih preduzeća u Evropskoj uniji:

1. Obrazovanje i obuka za preduzetništvo;
2. Jeftin i brz početak;
3. Kvalitetnija zakonska regulativa;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

4. Dostupnost znanju;
5. Unapređenje *on-line* pristupa;
6. Pristup finansijskim sredstvima;
7. Poreske olakšice;
8. Jačanje tehnološkog kapaciteta malog preduzetništva;
9. Servisi za poslovnu podršku malim preduzećima;
10. Bolja prezentacija malih preduzeća (Okolić, 2007).

Prema *Ujedinjenim nacijama* barijere za razvoj preduzetništva, naročito u zemljama u razvoju, mogu se podeliti u tri grupe: (United Nations Economic Commission for Europe, 2002):

1. **Ekonomске barijere** (nejasna pravna regulativa, visoke takse, nedostatak kapitala ili izvora finansiranja, slaba potražnja zbog loše ekonomske situacije, otežan pristup stranom tržištu zbog visokih standarda za ulazak i visokih troškova promocije na ovim tržištima, državne politike koji ne deluju stimulatивно na razvoj malih i srednjih preduzeća i nedostatka pomoći lokalnih vlasti itd.);
2. **Obrazovne barijere** (nedostatak konsultativnih i savetodavnih centara za buduće preduzetnike, ograničen pristup znanju i informacijama, veliki troškovi visoko specijalizovanih seminara i treninga, nedostatak mogućnosti za kontinuirano učenje);
3. **Kulturalne barijere** (nedostatak društvenog razumevanja za privatnu ekonomsku aktivnost i poštovanja prema preduzetništvu, nedostatak tradicije u obuci društva za preduzetništvo, polne predrasude i tradicionalna podela zanimanja na muške i ženske poslove).

Međutim, prema istraživanju *Centra za analizu javnih politika* (CPAC) još nije poznato koje su najvažnije varijable koje podržavaju preduzetničke aktivnosti u zajednicama sa manje od 50.000 stanovnika, u koje najvećim delom možemo svrstati i ruralne zajednice interesante za ovo istraživanje. Zbog toga je potrebno sprovesti istraživanja o tome šta su najuticajni faktori i na šta treba da se fokusiraju zajednice u cilju stimulisanja preduzetničkih aktivnosti (Community Policy Analysis Center).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Za razvoj malih i srednjih preduzeća, lokalni ambijent igra važnu ulogu u okviru dve grupe faktora. Prvu grupu faktora čine postojanje lokacije, infrastrukture, mogućnost kupovine poseda, snabdevanje energijom, ekološko okruženje, jasne poreske takse i inicijative. Druga grupa faktora podrazumeva servise poput komora, knjigovodstvenih agencija, konsalting i marketing agencija, agencija za mala i srednja preduzeća, tehnoloških parkova, poslovnih inkubatora i udruženja, banaka, fondova i škola za prekvalifikaciju (Okolić, 2007). Iskustva pokazuju da je aktivna politika nuđenja infrastrukturno sređenih prostora najbolji korak u privlačenju investicija. Marketing je esencijalan, jer bez promocije ponude investicione destinacije, one kao i da ne postoje. Konkurencija se danas odvija na globalnom nivou tako da dobar marketing lokalnim samoupravama znači gotovo isto što i kompanijama (Đurić, 2012). Prema Okoliću značaj lokalne sredine najbolje se može sagledati kroz iskustva Italije. U italijanskoj ekonomiji dominiraju mala preduzeća. Pokretačku snagu za otvaranje novih preduzeća čini zakon iz 1986. godine. Ovaj zakon tretira lokalnu sredinu kao značajan faktor podsticanja otvaranja novih radnih mesta (Okolić, 2007). Prema Grozdaniću i Saviću, ono što je u zemljama Evropske Unije, a naročito u Italiji i zemljama u tranziciji dovelo do pozitivnog razvoja finansijskih podsticaja preduzetništva na lokalnom nivou, jeste davanje garancija i lokalni garantni fondovi (Grozdanić & Savić, 2008). Finansijski faktor se navodi kao jedan od najkritičnijih faktora pri započinjanju preduzetničkog poduhvata. *Gnyawali i Fogel* smatraju da je preduzetnicima potrebna finansijska pomoć za: diverzifikaciju ili širenje početnog poduhvata, prikupljanje početnog kapitala i za finansiranje rasta i širenja (Gnyawali & Fogel, 1994). Razlozi zbog kojih je neophodan finansijski mehanizam podsticaja preduzetništva na lokalnom nivou kroz specifičnu ponudu kredita, garancije bankama ili drugim finansijerima od strane lokalne zajednice ili još neke mehanizme su nezadovoljavajući uslovi finansiranja, visoka kamatna stopa, neadekvatna ročnost kredita i teškoće sa obezbeđenjem kredita. Zato davanje finansijske podrške lokalnim preduzetnicima i poljoprivrednicima, kao i subvencionisanje kamata na kredite pod uslovima povoljnijim od tržišnih znači stvaranje povoljnijeg finansijskog ambijenta za osnivanje i razvoj preduzetništva na lokalnom nivou. Podsticaji opština preduzetništvu mogući su kroz obezbeđivanje početnih finansija osnivanjem mikrokreditnih šema (Grozdanić & Savić, 2008). Preduzetništvo često zavisi od

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

privatnih i neformalnih izvora kreditiranja koji su ograničeni i dostupni samo pod visokim kamatnim stopama. Rezultat istraživanja 100 malih preduzeća u Poljskoj pokazalo je da je više od 70% preduzeća doživelo finansijske probleme u početnoj fazi poslovanja, a samo 25% preduzeća je bilo u mogućnosti da dobije kredit od banaka (Zapalska A. , 1997). Isto istraživanje pokazuje da je osnovni početni izvor finansiranja lična štednja sa udelom od čak 80%, a zatim pozajmljivanje od prijatelja i rodbine sa 42%. Svega 5% firmi je uspeo u početnim fazama poslovanja dobiti bankarski kredit. Stabilna politička struktura i prisustvo adekvatnog pravnog okvira doveli su do razvoja finansijskih tržišta kao neophodnog preduslova za uspešnu privatizaciju i razvoj preduzetništva (Zapalska & Brozik, 2007).

Donacije takođe mogu biti izvor finansiranja, ali iskustvo i istraživanja pokazuju da je bolje da se preduzetništvo u početnoj fazi razvoja potpomaže sa niskokamatnim zajmovima, nego donacijama. Kroz selektivnu finansijsku pomoć takođe se može nadoknaditi onaj nedostajući deo kapitala iznad sredstava dobijenih od strane standardnih institucija, banaka i finansijskih organizacija (Vukmirović, 2005).

Poreska rešenja mogu pomagati razvoj konkurencije i diverzifikacije, ali je za to potreban potpuno drugačiji poreski sistem koji dopušta različite poreske stope za ključne poreze u opštinama i gradovima, kako bi bile podsticajnije za potencijalne preduzetnike (Đurić, 2012).

Lokalne vlasti imaju, kao instrument uticaja na lokacione i druge poslovne odluke menadžera u oblasti malih i srednjih preduzeća i preduzetništva, različite opcije među kojima se poreski instrumenti smatraju veoma važnim. Obično se misli da firme migriraju ka nekim drugim područjima kako bi smanjile troškove, pošto to donosi uvećani profit za vlasnike. Budući da su porezi uvek važna stavka u poslovanju preduzeća, nema sumnje u potrebu smanjenja poreza i povećanom davanju poreskih podsticaja na lokalnom nivou. Međutim, u Srbiji praktično ne postoje lokalni porezi, pošto su svi porezi u nadležnosti Republike, te lokalne vlasti nemaju mogućnost da vode sopstvenu poresku politiku (Grozđanić & Savić, 2008).

Promene koje prate proces prelaska iz dvosektorske u jednosektorsku privatnu privredu, opredeljujuće utiču na razvoj privatnog preduzetništva i rast nezaposlenosti što je očekivana i neizbežna pojava u privredama koje prolaze tranzicioni proces. U zemljama

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

koje su brzo i uspešno prošle tranzicioni proces, smanjenjem fiskalnih opterećenja privatnom sektoru i progresivnim oporezivanjem, država stvara podsticaj za razvoj privatnog posla (Radović & Radović, 2007).

Ukoliko kod poreza i poreskih olakšica lokalne zajednice nemaju prilike da utiču na ekonomska kretanja, kod mnogih drugih lokalnih dažbina situacija je znatno povoljnija i one mogu da utiču na troškove preduzeća, a time i na njihovo ponašanje. Ovde se misli na dažbine koje se kod nas uglavnom zovu *lokalne komunalne takse*. Najvažnije među njima su: naknada za korišćenje građevinskog zemljišta, naknada za uređenje građevinskog zemljišta i, kod većine opština, kirija za poslovni prostor koji je u državnom vlasništvu. Takse i naknade opština ne smeju da budu visoke, već treba da budu stabilne i predvidive (Grozđanić & Savić, 2008).

Razvoj različitih tipova mreža je još jedan važan faktor nefinansijske pomoći (Kornai, 1995). *Networking*, odnosno uspostavljanje veza i poslovnih odnosa smatra se veoma bitnim za uspešno preduzetništvo. Ovo se pre svega odnosi na uspostavljanje veza između samih preduzetnika, ali i preduzetnika i spoljnih institucija. Prednost je u tome što se na taj način smanjuju negativne strane ekonomije malog biznisa, odnosno smanjuje se izolacija i osećaj usamljenosti u poslu (Vukmirović, 2005). Nova preduzeća gotovo pola angažovanja tokom početne faze utoše na razvoj mreže kontakata sa drugim preduzetnicima i srodnim agencijama. Mreže pružaju pomoć preduzetnicima za (Zapalska A. , 1997):

- Podršku i motivaciju;
- Primere i uzore;
- Stručno mišljenje i savetovanje;
- Pristup mogućnostima, informacijama i resursima.

Zbog toga je potrebno podržati strukture i aktivnosti, naročito u seoskim i drugim malim naseljima, kao što su zadruge, turističke asocijacije, etnocentri, domaća radinost itd. Potrebno je razvijati modele multifunkcionalnih centara ruralnog razvoja, u čemu iskustva teledomova, agro-biznis klubova, ruralnih razvojnih centara, asocijacija za razvoj mogu biti korisni uzori. Poljoprivrednici donose ključne odluke (npr. izbor kredita, odabir useva, metode pripreme zemljišta, kontrola pesticida, žetva i post-

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

procesu, marketing itd.) oslanjajući se na sopstveno iskustvo i podršku lokalnih organizacija (npr. proizvodnih asocijacija, snabdevača, ruralnih kreditnih agencija, NVO-a, škola itd.) (Delić, 2012).

Jedan od oblika podrške kroz pomoć pri različitim vrstama umrežavanja jesu i razvojne agencije. Razvojne agencije za lokalni ekonomski razvoj su okvir saradnje lokalnih interesnih grupa, pružaju usluge finansijske, tehničke i obrazovne podrške preduzetništvu. Pored razvojnih agencija susrećemo se i sa kancelarijama za lokalni ekonomski razvoj, konsultantskim preduzećima, info deskovima, obrazovnim ustanovama, ali i nevladinim organizacijama i udruženjima preduzetnika (Grozđanić & Savić, 2008).

Preduzetništvo napreduje ako društvo sa odobravanjem gleda na njega. Preduzetnički uzori ohrabruju ljude da uđu u posao, a podrška od strane članova porodice i rodbine je od velikog značaja (Khan, 1986). Programi koji razvijaju svest društva o preduzetništvu imaju pozitivan efekat na rast i razvoj malog biznisa. Stepenn tehničkih i poslovnih veština je takođe bitan faktor za uspešno pokretanje i razvoj malog biznisa. Potreba za programima obuke je veća u zemljama u kojima je ograničena međunarodna pomoć i gde su prisutne niske preferencije ka malom biznisu (Davidsson, 1991). Međutim, treba izbegavati programe treninga bez unapred definisane tražnje. Neophodno je odluke o tipu treninga ili edukacije donositi zajedno sa budućim korisnicima – privatnim sektorom i drugima. (Grozđanić & Savić, 2008). U prilog edukaciji i obrazovanju u oblasti preduzetništva ide i to da je u savremenom poslovanju preduzetništvo pre pitanje organizacije, definisanja poslovne politike i primene odgovarajuće poslovne prakse, a manje pitanje ličnosti (Bešić & Đorđević, 2009).

Istraživanja sprovedena u Poljskoj pokazuju da je više preduzetničkih obuka, radionica i seminara potrebno u oblastima računovodstva, menadžmenta i marketinga. Isto istraživanje je pokazalo da su preduzetnici visoko edukovani sa dobrim tehničkim i inženjerskim zvanjem, moguće zbog toga što su ovakve kvalifikacije bile visoko cenjene tokom centralno-planskog perioda. U pomenutom istraživanju preko 90% ispitanika ima visoko ili više obrazovanje. Skoro svi ispitanici imaju prethodno poslovno iskustvo, bilo da se ono bazira na radnom stažu, porodičnom poslu ili samostalnom sticanju znanja i veština. Veliki broj ispitanika je duži niz godina bio na menadžerskim pozicijama u državnim firmama (Zapalska & Brozik, 2007).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Međutim, preduzetništvo u oblasti poljoprivrede na našim prostorima jeste i dalje na izrazito niskom stepenu razvoja i usamljene su aktivnosti obuke i edukacije koje favorizuju ovu vrstu preduzetničke aktivnosti. Misao *idi u školu da ne bi radio zemlju* još je snažna i jeste mentalno ograničenje preduzetništva u oblasti poljoprivrede. Pri tome se pod preduzetništvom podrazumeva *pravljenje* biznisa, odnosno proizvodnja za drugog (ne za sebe i svoju porodicu), tačnije, proizvodnja za tržište (Vukotić, 2003).

Istraživanje (Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2012) koje se bavilo utvrđivanjem motivacije za započinjanje preduzetničkih aktivnosti pokazuje da je finansijska podrška putem grantova ili zajmova neophodna, ali i nedovoljna ukoliko ne postoji adekvatna podrška za trening. U tom kontekstu, obrazovanje igra značajnu ulogu, sa akcentom na uključivanje ove oblasti kao važnog predmeta na najnižim nivoima obrazovanja.

Biznis inkubatori igraju važnu ulogu u razvoju preduzetništva (Hoy, Wisnieski, Gate, Bryant, & Patel, 1991), naročito u oblastima u kojima infrastruktura nije adekvatna. Preduzetnički inkubator okuplja male preduzetnike koji tek počinju poslovati, ili su u fazi rasta i razvoja i nemaju vlastiti prostor. Inkubatori omogućavaju preduzetnicima korišćenje poslovnog prostora po vrlo povoljnim uslovima (bez najamnine ili uz smanjenu najamninu) ograničen broj godina. Osim poslovnog prostora, korisnicima su na raspolaganju različite usluge, među kojima i poslovna infrastruktura, intelektualne i poslovne usluge u periodu inkubacije, nakon čega korisnici postaju samostalni i prepuštaju mesto u inkubatoru drugim preduzećima (Đokić & Simić, 2012). Kod biznis inkubatora potrebno je pažljivo definisati profil podrške i stanara kako bi se postigli maksimalni efekti, s obzirom na visoku cenu ovog tipa podrške. Specijalizacija na pojedine sektore koji se žele podržati u lokalnoj zajednici, naročito na visoko inovativne i tehnološki orijentisane projekte nudi veću šansu za veću dodatnu vrednost i multiplikativne efekte. Treba se potruditi da u inkubacione aktivnosti bude uključeno i što više firmi van fizičkih inkubatora kroz programe otvorene (virtualne) inkubacije (Grozđanić & Savić, 2008).

Turizam je jedna od privrednih grana u kojoj je potreban veliki stepen uključenosti preduzetničkog sektora zbog raznolikosti turističkih proizvoda i usluga, kao i pojave novih turističkih potreba (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005). Preduzetništvo u oblasti turizma je posebno zanimljiva tema, s obzirom da turizam sam po sebi

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

predstavlja dinamičan i složen sistem sa velikim brojem komplementarnih privrednih oblasti i aktivnosti, te postoji veliki broj istraživanja i radova koji se bave različitim aspektima odnosa turizma i preduzetništva. Zbog toga uspeh preduzeća u turizmu zavisi od usklađivanja poslovanja sa promenama u okruženju i restrukturiranja internih menadžment procesa. Faktori okruženja na koje organizacije u turizmu ne mogu uticati odnose se na nepredvidljiv razvoj tržišta (ekonomska situacija, nivo cena, trendovi u načinu korišćenja odmora, promene u preferencijama potrošača i sl.), tehnološki razvoj, promene konkurentske situacije u turističkim destinacijama, razvoj privrede, razvoj grana koje su povezane sa turizmom (saobraćaj, poljoprivreda, trgovina i dr.), menjanje zahteva i potreba turista, neophodnost poslovnog usklađivanja i dr. (Weiermair, 2001).

Kao i u drugim privrednim oblastima, i u turizmu postoji niz prepreka za poboljšanje poslovnih performansi organizacija kao što su: inflacija, troškovi radne snage, kamatne stope, loš priliv gotovine, produktivnost rada, nedostatak kvalifikovanih radnika, pravna regulativa i sl. (Radosavljević & Borisavljević, 2003). Zbog toga veliki broj istraživanja pokušava definisati ključne faktore, grupe faktora, aktivnosti i faze koji imaju najviše uticaja na uspešan razvoj preduzetništva u oblasti turizma. Jedna od studija jeste i studija *Lerner-a i Haber-a* (Lerner & Haber, 2000), koja ispituje okruženje, poslovne i lične faktore za uspeh malih turističkih poduhvata. Autori su koristili četiri tradicionalna pristupa za određivanje uspeha preduzetništva:

1. Ambijent okruženja, koji se fokusira na atraktivnosti **lokacije**;
2. Pristup institucionalne podrške, koji se fokusira na **finansijsku** i **tehničku** pomoć zajednici;
3. Pristup preduzetničkim **ljudskim** resursima, koji se fokusira na veštine i znanja preduzetnika;
4. Pristup **karakteristika** poduhvata koji se fokusira na usluge i karakteristike poslovanja.

Ova četiri pristupa sadrže skupove faktora, koji su integrisani i analizirani prema tri poslovna rezultata: poslovnom prihodu, poslovnom dobitku i prihodu preduzetnika. Utvrđeno je da su samo preduzetnički ljudski resursi u korelaciji sa ukupnim poslovanjem. Sve četiri grupe faktora, međutim, su u različitim korelacijama sa tri pojedinačne stavke poslovnog rezultata (Kline, 2007).



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Drugo istraživanje (Thomas, 2005) se bavilo razvojem i značajem preduzetništva u oblasti alternativnog turizma u Bugarskoj. Ovo istraživanje akcentuje važnost preduzetničkih organizacija u obliku taksi službi, prodavnica, restorana, turističkog vođenja ili smeštaja i njihov uticaj na kvalitet turističkog iskustva. Kvalitet turističkog iskustva je pod uticajem kvaliteta susreta i interakcije sa takvim preduzetničkim organizacijama, što stvara međuzavisnost između turističkih subjekata ponude u formi porodičnog biznisa i preduzetništva. Ova činjenica se može iskoristiti u smeru podsticanja kooperativnog ponašanja kroz zajedničko interesovanje za uspešan razvoj destinacije. U svetlu preispitivanja istraživanja preduzetništva u turizmu u Bugarskoj, preporuke istraživanja su podeljene u šest širokih oblasti:

1. **Poslovno okruženje** ima velik uticaj na opstanak malih i srednjih preduzeća u oblasti turizma. Poslovno okruženje obuhvata fiskalni i regulatorni okvir kojim se preduzetništvo suočava, prisustvo korupcije, dostupnost kapitala, kao i pristup kvalifikovanoj radnoj snazi, ali i infrastrukturi, poput pristupa internetu;
2. **Reagovanje na raznolikost sektora.** Ukoliko se žele podržati mala i srednja preduzeća, važno je da uvideti njihovu različitost i implikacije ove različitosti. Mala i srednja preduzeća se razlikuju po mnogo čemu: resursima, motivaciji i vezanosti za određena mesta;
3. **Jačanje poslovne prakse** jeste bitan faktor kroz poboljšanje performansi poslovanja, što podrazumeva različite oblike učenja. Učenje se može odvijati formalnim i neformalnim programima, na iskustvu i rešavanju problema. Društvene i profesionalne mreže predstavljaju važan izvor učenja;
4. **Promocija partnerstva i partnerski rad** je od vitalnog značaja za efikasnu koordinaciju između različitih aktera koji imaju interes u razvoju alternativnog turizma u Bugarskoj. U drugim kontekstima, partnerstva predstavljaju važnu dimenziju turističke politike u oblasti marketinga, promocije, obuke i konkurentnosti i održivosti;
5. **Revizija kurikuluma, odnosno (ne)dostupnost veština** je potencijalno značajan ograničavajući faktor razvoja. Jasna procena potreba strateških veština u turizmu je neophodna. Nastavni plan i program obrazovnih institucija treba da se proširi znanjima preduzetništva i obukama na različitim nivoima;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

6. **Učenje iz iskustva drugih članica Evropske unije** koje imaju značajno iskustvo u podsticanju preduzetništva i podržavaju razvoj malih i srednjih preduzeća.

Strateški pravci razvoja malih i srednjih preduzeća u Austriji se između ostalog fokusiraju i na podizanju kvaliteta turističke usluge (Okolić, 2007).

Preduzetničko okruženje u Srbiji i dalje nije najpovoljnije, iako pomaci i inicijative postoje. Ograničavajući faktori u razvoju preduzetništva u Srbiji se ogledaju u sporoj pravnoj regulativni, zastareloj infrastrukturi, malom tržištu i nedostatku preduzetničkih veština, nedostatku autoriteta i resursa za rešavanje lokalnih problema zbog usporenog procesa decentralizacije (Đurić, 2012). Prema Brankoviću i saradnicima, proces kreiranja institucionalne podrške razvoja *start-up-a* i preduzetništva u Srbiji nije zaokružen. U periodu od 2001. godine *Vlada Republike Srbije* je započela sa aktivnostima na otklanjanju ograničenja i uspostavljanju *pro*-preduzetničkog okruženja. U okviru nefinansijske podrške, na nacionalnom nivou, 2001. godine uspostavljena je *Republička agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća* i preduzetništva čiji je cilj pružanje odgovarajuće nefinansijske podrške kroz informisanje i obuku potencijalnih preduzetnika preko regionalnih i lokalnih centara. Pored ove agencije u okviru *Nacionalne službe za zapošljavanje* funkcioniše i mreža preduzetničkih centara čiji su zadaci pružanje informacija, bazični treninzi potencijalnih preduzetnika bez nadoknade, kao i informisanje potencijalnih korisnika o uslovima konkurisanja za dobijanje finansijske podrške iz javnog sektora za samozapošljavanje (Branković, Lalović, Lakić, & Tilger, 2007). NALED i GTZ naglašavaju da je poreski sistem u Srbiji tako postavljen da pogoduje poslovanju na crno ili na sivo, što se jedino isplati. Osnovni porez bi trebao biti porez na imovinu. Ova vrsta poreza se ne može ni izbeći ni sakriti. Plaćaju ga svi. Jednostavan sistem oporezivanja je po kvadratnom metru zemljišta, zavisno od zone i od namene zemljišta. Ovo treba da bude osnovni, najveći i najvažniji poreski prihod lokalne samouprave. Porez na imovinu stimuliše upotrebu i/ili promet nepokretnosti. Ne isplati se držati poljoprivredno zemljište zaraslo u korov, odnosno zapuštenu lokaciju u centru grada koju niko ne koristi. Društvo treba da naplaćuje takav luksuz preko poreza na imovinu (NALED & GTZ, 2010).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Ako posmatramo preduzetnički milje u Srbiji iz ugla poslodavaca, ključni problemi u poslovnom okruženju u Srbiji su (Autorski tim Instituta za ekonomska i socijalna istraživanja, 2006):

1. Problemi koje treba hitno rešavati: visoki troškovi izdavanja licenci, dozvola i sertifikata, visoki troškovi kamata i izdavanja garancija za dobijanje kredita, korupcija u radu inspekcija i sudova, politička nestabilnost, velika neefikasnost sudova u rešavanju trgovinskih i radnih sporova i komplikovane i dugotrajne administrativne procedure;
2. Ozbiljni problemi sadašnjeg stanja institucionalnog okvira, pristupa kreditima i administrativnih procedura: nerešena pitanja vezana za prava vlasništva nad zemljištem i registraciju imovine, nedovoljno efikasan rad inspekcija, nedovoljno razvijen socijalni dijalog i nejasnoće u regulativi, monopoli i nelojalna konkurencija od strane preduzeća u neformalnom sektoru i nedovoljna saradnja između preduzetnika i lokalnih javnih komunalnih preduzeća;
3. Problemi koji se češće javljaju: komplikovana primena propisa, diskriminacija u poreskom sistemu prema preduzećima koja posluju legalno u odnosu na veliki broj preduzeća koja rade na crno i koja su izvor nelojalne konkurencije i komplikovana rešenja u zakonskoj regulativi u čije donošenje preduzetnici nisu uključeni.

### **2.2. Ruralne sredine i ruralni turizam**

#### **2.2.1. Problematika definisanja ruralnih sredina**

Ne postoji jedinstvena definicija ruralnosti. Definisanje ruralnosti jeste kompleksan zadatak i najčešće se sagledava iz tri različita ugla. **Prvi** ugao predstavlja gustina naseljenosti i veličina naselja, **drugi** namena zemljišta, odnosno dominacija poljoprivrede i šumarstva i **treći** tradicionalna društvena struktura, identitet zajednice i nasleđe (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994).

Pored nabrojanih kriterijuma, kao kriterijumi javljaju se još i udaljenost, nedostatak pristupa glavnim službama. Za svrhe međunarodnih poređenja, često se koristi OECD-ova definicija ruralnosti (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011). **OECD** definiše ruralne oblasti na lokalnom nivou sa gustom naseljenosti do 150 stanovnika po kvadratnom kilometru, dok se na regionalnom nivou geografske jedinice grupišu u

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

dominatno ruralne regije (50%), u značajnoj meri ruralne regije (15-50%) i dominantno urbanizovane regije (15%) (Bogdanov, 2011). **Savet Evrope** pod pojmom ruralna oblast podrazumeva potez zemlje u unutrašnjosti ili na obali, koji uključuje manje gradove i sela, gde se glavni deo teritorije koristi za ekonomske i kulturne aktivnosti stanovništva te seoske oblasti (zanatstvo, industrija, usluge), zatim neurbanu rekreaciju i slobodne aktivnosti, kao i u druge svrhe- npr. stanovanje (Evropean Parliamentary Research Service, 2012). Zakonski okviri u mnogim zemljama se razlikuju (tabela 8):

**Tabela 8. Nacionalni kriterijumi za klasifikaciju ruralnih naselja. Izvor: (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994).**

<b>Nacionalni kriterijumi za klasifikaciju ruralnih naselja</b>	
Australija	Naseljene oblasti sa populacijom ispod 1.000 stanovnika, izuzimajući specifične oblasti poput turističkih kompleksa
Austrija	Naselja sa manje od 5.000 stanovnika
Kanada	Mesta sa manje od 1.000 stanovnika, sa gustinom naseljenosti manjom od 400 po kvadratnom klometru
Danska i Norveška	Naselja sa manje od 200 stanovnika
Engleska i Vels	Nije definisano, ali Komisija za ruralni razvoj isključuje gradove sa više od 10.000 stanovnika
Francuska	Gradovi sa manje od 2.000 stanovnika koji žive u kućama koje su udaljene do 200 metara jedna od druge
Portugalija i Švajcarska	Gradovi sa manje od 10.000 stanovnika

Ruralne oblasti u Srbiji su definisane kao prostor čija je glavna fizička i geografska karakteristika korišćenje zemljišta za proizvodnju poljoprivrednih i šumskih proizvoda (Svetozarević, 2012). Zakonske odredbe u Srbiji od 1981. do 2011. godine, razvrstavaju ruralna i urbana naselja u odnosu na (ne)postojanje urbanističkog plana. Nepostojanje urbanističkog plana posmatrano naselje automatski svrstava u ruralno i obrnuto (Petrović M. , 2014). U ruralnim regionima Srbije, definisanim prema OECD metodologiji, ima 1.365.000 domaćinstava, što je 54% ukupnog broja domaćinstava u Srbiji (Đorđević Milošević & Milovanović, 2012).

Uloga ruralnih područja se ogleda kroz obezbeđivane egzistencije za deo populacije koji se ne može uključiti u zvaničnu ekonomiju, zatim kao osnova za obezbeđivanje

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

poljoprivrednih proizvoda za sveukupno stanovništvo, kao i teritorija na kojoj se nalazi širok spektar ekoloških resursa i bioenergetskih resursa (Delić, 2012). Zbog važnosti ruralnih područja, strategija razvoja i očuvanja ovih oblasti predstavlja primarni cilj najvećeg broja država. Praksa pokazuje da turizam predstavlja instrument koji može pokrenuti ruralni razvoj najudaljenijih poljoprivrednih oblasti u zemlji (Mnguni, 2010). Politike ruralnog razvoja moraju imati prevashodni zadatak da izrade plan ruralnog razvoja na nacionalnom nivou, s tim da se podrška ruralnom razvoju mora pružiti i sa lokalnog nivoa, odnosno podrška mora biti decentralizovana (Fotiadis, 2011).

Prvi korak u integrisanju zajedničke poljoprivredne politike bilo je formiranje zajedničke poljoprivredne politike – CAP (Common Agricultural Policy). Ruralni razvoj Evropske unije od pre dvadesetak godina vodi se sa dva osnova elementa: programom LEADER (*Liaison Entre Actions de Développement de L'Economie Rural/ Povezanost između akcija razvoja ruralne privrede*) putem lokalnih akcionih grupa LAG (*Local Action Group/ Lokalne akcione grupe*) (Rollinger, 2012). Program LEADER predstavlja podršku usmerenu na društveno-socijalnu revitalizaciju ruralnih oblasti, oživljavanje ekonomije ruralnih oblasti i obezbeđivanje zaposlenosti. Sam program obuhvatao je više razvojnih etapa:

- **I Faza:** LEADER I (1991-1994)
- **II Faza:** LEADER II (1994-1999)
- **III Faza:** LEADER+ (2000-2006)
- **IV Faza:** LEADER Axis/ Nacionalni i/ili regionalni ruralni razvojni programi (RDPs) (2007-2013)
- **V Faza:** RURAL DEVELOPMENT/ Community-Led Local Development (CLLD) (2014-2020)

Osnovni ciljevi LEADER programa su:

- Sticanje tržišne kompetitivnosti;
- Ruralne inovacije (tehnička podrška ruralnom razvoju, profesionalno obrazovanje, podrška agriturizmu i malim preduzećima, komercijalizacija poljoprivrednih, šumskih i ribarskih lokalnih proizvoda, čuvanje i oplemenjivanje životne sredine);
- Transnacionalna kooperacija;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Stvaranje evropske mreže agrarnog razvoja (Petrović M. , 2014).

LEADER uspostavlja sedam principa razvoja ruralnih oblasti. Ovi principi predstavljaju sistematičan i uslovljen vodič kako treba postupati (Evropska Komisija, 2006):

1. Lokalne razvojne strategije;
2. Pristup odozdo – naviše;
3. Javna–privatna partnerstva: Lokalne akcione grupe (LAG);
4. Obezbeđivanje inovacije;
5. Integracija i multi-sektorske akcije;
6. Umrežavanje;
7. Saradnja.

Instrument za realizaciju LEADER programa na lokalnom nivou jeste LAG. U sastav LAGa ulaze svi relevantni lokalni stejholderi poput predstavnika društvenih, privrednih i političkih sektora (Bogdanov, 2011).

Od 2007. LEADER je integrisan u opštu razvojnu politiku Evropske unije. To dovodi do uključivanja ovog programa u opšte nacionalne i regionalne razvojne programe u oblasti ruralnog razvoja. Finansiranje se vrši putem grantova koji dolaze iz evropskih fondova pod Evropskim poljoprivrednim fondom za ruralni razvoj (EAFRD – *European Agricultural Fund for Rural Development*), a delimično iz nacionalnih i privatnih izvora (Evropska Komisija, 2006).

Dugoročni strateški ciljevi za politike ruralnog razvoja u periodu 2014-2020 se mogu identifikovati kroz podsticanje konkurentnosti poljoprivrede, održivo upravljanje prirodnim resursima i klimatskim promenama, održivi teritorijalni razvoj ruralnih ekonomija i smanjenje nezaposlenosti (European Commission, 2015).

Pored programa LEADER, među najznačajnijim instrumentima koji se bave ruralnim razvojem su program IPA (eng. *Instrument for Pre-accession Assistance/ Instrument za predpristupnu pomoć*), odnosno IPARD (eng. *Instrument for Pre-Accession Assistance in Rural Development/ Instrument za predpristupnu pomoć za ruralni razvoj*). IPARD predstavlja podprogram IPA programa, preciznije, njegovu petu komponentu koja se tiče ruralnog razvoja. Ovi programi se odnose na zemlje članice Evropske unije, ali i

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

zemlje kandidate. Međutim, glavna teškoća u pristupu sredstvima IPARDa od strane zemalja Zapadnog Balkana su neadekvatna administracija i institucionalni kapacitet na nacionalnom i lokalnom nivou, kao i mali kapacitet potencijalnih korisnika (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011).

Osnovne karakteristike ruralnih sredina Srbije i susednih zemalja mogu se videti u tabeli 9, kao i procene faktora razvoja i procene uspeha za Srbiju (tabela10).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 9. Osnovne karakteristike ruralnih sredina Srbije i susednih zemalja. Izvor (Bachev, 2012).**

zemlja	Struktura gazdinstva	Performanse malih gazdinstava	Zaposlenost i siromaštvo u ruralnim oblastima	Prihod i dostupnost hrane u ruralnim oblastima	ostalo
Albanija	-većina stanovništva predstavlja ruralnu radnu snagu; -prihodi od gazdinstava: 60%; -visoke novčane doznake iz drugih izvora; -sve farme su male (1,2 hektara u 3-4 parcele); -veliki broj nerešenih imovinsko-pravnih odnosa;	-50% useva na farmi je tržišno profitabilno;	-porast proizvodnje hrane; -smanjenje siromaštva (sa 29% na 14%); -brže smanjenje siromaštva nego u urbanim sredinama;	-37% čini dohodak od poljoprivrede; -31% su doznake; -ostatak su nepoljoprivredni prihodi; -u planinskim predelima je manje prihoda od poljoprivrede;	-konsolidacija zemljišta je veliko pitanje; -akreditacija državnih subvencija je već urađena;
Bugarska	-dvojaka struktura gazdinstava (žitarice-ogromne farme preko 500 ha; -voće, povrće i stoka- male farme); - koncentracija u žitaricama, male farme izlaze iz posla ili prelaze u sivu ekonomiju;	-porodične farme imaju nisku produktivnost, troškovi radne snage nisu uključeni; -komercijalizacija je mala u maloprodaji i lancu dodatne vrednosti; -niski prihodi u poređenju sa drugima sektorima, tokom ekonomske krize	-male Mogućnosti za zapošljavanje; -većina stanovništva živi u ruralnom području; -smanjenje diverzifikacije;	-podrška porodicama; -nema problema sa obezbeđivanjem hrane; -izvori prihoda: imigracija u druge zemalje (doznake), penzije;	-dualna struktura će se održati; -standardi EU neće u potpunosti biti sprovedeni na lokalnim tržištima (lokalna siva ekonomija će ostati);



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

zemlja	Struktura gazdinstva	Performanse malih gazdinstava	Zaposlenost i siromaštvo u ruralnim oblastima	Prihod i dostupnost hrane u ruralnim oblastima	ostalo
		fokusiran je samo opstanak gazdinstva;			
Makedonija	-190.000 gazdinstava ima manje od 2 ha; -manje od 100.000 registrovanih poljoprivrednih gazdinstava; -komercijalnih ili polu-komercijalnih poljoprivrednih preduzeća je 300;	-niska produktivnost; -različiti poljoprivredni proizvodi; -samo opšta specijalizacija useva ili stoke;	-zapošljavanje u oblasti poljoprivrede i agro-prerade je 20%; -samozapošljavanje je skromno; -nezaposlenost je 35%, a u ruralnim oblastima i veća;	-poljoprivredni prihodi su 40 %; -postoji razlika između vinogradarstva (viši prihodi) i žitarica (manji prihodi); -diverzifikacija na malim gazdinstvima (način da se smanji rizik i preživi, uz posledicu smanjenja konkurentnosti i produktivnosti); -potrebna podrška u oblasti finansiranja i transfera znanja;	-visok nivo državne podrške donosi dugoročne negativne efekte; -proizvodnja nije održiva; -nove regionalne mere i EU regulativa;
Srbija	-neadekvatni podaci (iz 2002.godine); -778.000 gazdinstava, većina od 2-10 hektara; - malih gazdinstava je 21% (1-2 hektara), srednjih 24%	-male farme su neodržive; -subvencije u oblasti prihoda; -mere ruralnog razvoja;	-siromaštvo preko 60% u ruralnim oblastima; -statistički podaci samo za kompanije: 10% - uzgoj, 22% - prerada;	-nepoljoprivredni izvori prihoda čine više od 60%, penzije – 8% -poljoprivredni prihodi su do 45%,	-za razliku od opšte percepcije, ruralno stanovništvo ne prepoznaje

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

zemlja	Struktura gazdinstva	Performanse malih gazdinstava	Zaposlenost i siromaštvo u ruralnim oblastima	Prihod i dostupnost hrane u ruralnim oblastima	ostalo
	(2-10 hektara), komercijalnih 25 % (u oblasti subvencija); -postoje kompanije;			dok preduzetništvo čini samo 10% prihoda;	poljoprivredu kao glavnu industriju; -nema politike za diverzifikaciju;

Tabela 10. Procene faktora razvoja uspeha za R. Srbiju. Izvor (Bachev, 2012) prema *FAO Consultation, November 29-December 1, 2011, Ankara*

zemlja	osnovni izazov	faktori uspeha	opšta procena	prioritetne oblasti unapređenja
Srbija	Nedostatak stabilnih i predvidivih politika i okruženja- zbunjujući signali za poljoprivrednike i preduzetništvo;	Ruralno stanovništvo je shvatilo da poljoprivreda nije jedina aktivnost- treba se fokusirati na druge aktivnosti;  Ruralni razvoj je povezan sa privrednim zonama u selima;	Dobar pravac; Prostor za unapređenje;	Ukloniti prepreke za poslovanje; Poboljšanje aktivnosti i predvidljivosti uprave; Poboljšanje tržišta zemljišta i kreditnog tržišta; Podrška inicijativama mladih poljoprivrednika (ruralna mere, zakup zemljišta, subvencije); Efikasna upotreba državnog zemljišta (drugačiji kriterijumi zakupa);

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

### 2.2.2. Ruralni turizam kao faktor lokalnog razvoja

Nestabilnost svetskog poljoprivrednog tržišta, masovne migracije seoskog stanovništva u urbane centre, siromaštvo i lošiji životni uslovi nego u gradovima uslovljavaju loš položaj ruralnog stanovništva i ruralnih sredina. U takvom okruženju ruralni turizam predstavlja jednu od alternativnih opcija razvoja ruralnih sredina (Fesenmaier, Fesenmaier, & Van Es, 1995). Ruralni turizam vodi ka razvoju ruralnih oblasti i boljoj teritorijalnoj ravnoteži u ekonomskom i socijalnom smislu kroz diverzifikaciju aktivnosti (Shtaltovna, 2007). On može biti alat za ekonomsku revitalizaciju, ali i način da se očuva lokalna kultura i resursi (Rural Sociological Society and the National Coalition for Rural Entrepreneurship, 2006), kao i da se povrati dostojanstvo i samopouzdanje seoskog stanovništva (Andric, Tomic, & Tomic, 2010). Direktni uticaj turizma ogleda se u povećanju proizvodnje i obezbeđenju sigurnog plasmana poljoprivrednih proizvoda, povećanju zaposlenosti lokalnog stanovništva i rastu njihovih zarada, povećanju prirodnog priraštaja, dok se indirektni uticaj turizma ogleda i kroz razvoj drugih pratećih delatnosti poput saobraćajne infrastrukture i kulturnog razvoja zajednice (Đuričić, 2011). Zbog toga se pored finansijskih koristi naglašavaju i nematerijalne koristi, kako za samo ruralno stanovništvo, tako i za turiste (Oppermann, 1996).

Naučna i stručna literatura daju brojna objašnjenja *ruralnog turizma- Rural Tourism* (francuski: *tourisme rural*, italijanski: *turismo rurale*, španski: *turismo rural*, nemački: *Ferien auf dem Land*, slovenački: *turizem na podeželju*). Analiza ovih definicija pokazuje složenost samog pojma (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994), ali i nedovoljno dosledno definisanje i poimanje kako ruralnog turizma, tako i drugih oblika turizma (agriturizam, seoski turizam, turizam na seoskim gazdinstvima itd.) koji se nalaze u vezi sa pojmom *ruralni turizam*. Konfuzija se ogleda kako u širini obuhvata, tako i u korelacijama između pojmova. Samo definisanje ruralnog turizma ima različite aspekte sagledavanja pojma i širinu obuhvata. Tako, Hrvatska privredna komora daje izuzetno širok obuhvat i definiše ruralni turizam sa aspekta tematskog turizma kao turizam na seoskim gazdinstvima, zavičajni turizam, rezidencijalni (stacionarni) turizam, sportsko rekreativni turizam, zdravstveni turizam, edukativni turizam, tranzitni turizam, kamping turizam, kontinentalni turizam, nautički

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

turizam, kulturni turizam, verski turizam, lovni turizam, ribolovni turizam, vinski turizam, gastronomski turizam, ekoturizam i ostale vrste turizma (Hrvatska gospodarska komora, Sektor za turizam i ugostiteljstvo, 2002). Međutim, pojedini tematski oblici turizma koji su dati u ovoj definiciji poput sportsko-rekreativnog turizma, zdravstvenog, edukativnog turizma itd. mogu se realizovati i realizuju se i u urbanim sredinama.

Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj definiciju ruralnog turizma bazira na prostoru realizacije turističkih aktivnosti (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994) i definiše ruralnu oblast kao slabije naseljnu otvorenu površinu sa naseljima manjim od 10.000 stanovnika, gde se zemljište prevashodno koristi za poljoprivredne aktivnosti i šumarstvo. Kultura življenja teži tradicionalnim vrednostima sa jakim uticajima prošlosti. Turističke aktivnosti u takvim prostorima predstavljaju ruralni turizam, a osnovne karakteristike su da je proizvodnja dobara malog obima i bazirana na prirodnim resursima, aktivnosti su uglavnom na otvorenom prostoru i u duhu tradicije. Pojedini autori polaze od potreba potencijalnih turista i definišu ruralni turizam kao proces privlačenja posetilaca i turista u ruralne oblasti uglavnom zbog edukacije i rekreacije (Malkanathi & Routry, 2011), odnosno kao globalni trend koji omogućava stanovništvu gradskih oblasti da pobegnu iz urbanih „betona“ i ponovo otkriju svoje korene u ruralnim oblastima (Griver, 2009).

Sa ekonomskog aspekta, razvoj ruralnog turizma uslovljen je kako od strane ponude, tako i od strane tražnje. Na strani ponude pritisak odnosa troškovi/cene podstiču poljoprivrednike da povećaju dohodak putem diverzifikacije, kako u poljoprivredi, tako i u nepoljoprivrednim aktivnostima. Na strani tražnje, slobodna novčana sredstva i tražnja za više specijalizovanim formama odmora i iskustvima stimulišu razvoj turizma i rekreativne aktivnosti u ruralnim sredinama (Bernardo, Valentin, & Leatherman, 2004). Po Svetozareviću, lokalni karakter ruralnog turizma je od suštinske važnosti, te je ruralni turizam kompleksna vrsta turizma koja se definiše kao turizam lokalnog karaktera, iniciran i kontrolisan od strane ljudi koji žive u toj lokalnoj sredini. U ruralnom turizmu se vrednuju poljoprivredne aktivnosti, prirodni resursi, kulturna baština, narodno graditeljstvo, tradicija i običaji. Tradicionalna kultura života i rada seljaka, kao i narodne igre, pesme, legende i sl. predstavljaju i osnove razvoja ruralnog turizma (Svetozarević, 2012).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Možda najkompleksnija definicija kaže da je ruralni turizam svaka turistička aktivnost unutar ruralnih oblasti. To podrazumeva da posetilac uživa u autentičnim, originalnim iskustvima i vraćanju korenima ili suštini ruralnog načina života. Pritom, ponuda u ruralnom turizmu ne obuhvata samo vidljive karakteristike prirode, arhitekture, narodnih umotvorina, gastronomije već i one nevidljive kao što su tradicionalna gostoljubivost, običaji, kultura, odnos sa prirodom, kultura komunikacije, verovanja i legende lokalnog stanovništva različitih nacionalnosti i religija koji su na konkretnom prostoru razvili specifičan način života. Upravo taj doživljaj jedinstvene multidimenzionalne mreže života ostvaren kroz lični kontakt s lokalnim stanovništvom čini ruralni turizam jedinstvenim (Đorđević Milošević & Milovanović, 2012). Dosadašnja naučna razmatranja (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011) akcentuju posmatranje ruralnog turizma na **holističkim** osnovama. Zbog toga se govori o razvoju integralnog ruralnog turizma sa više različitih komponenti kao što su kulturni, socijalni, ekonomski resursi, resursi okruženja itd.

Često se poistovećuju pojmovi *ruralni turizam*, *seoski turizam* i *agroturizam*. **Seoski turizam** je uži pojam od ruralnog turizma, a širi pojam od agroturizma i vezan je za ambijent sela i njegovu užu okolinu sa svim karakterističnim aktivnostima. Seoski turizam podrazumeva da je smeštaj za turiste obezbeđen na seoskim domaćinstvima. Pred smeštaja, osnovne aktivnosti ovog vida turizma se odvijaju u širem ruralnom području (npr. pešačenje, vožnja čamcem), ali podrazumevaju i aktivnosti na samom seoskom domaćinstvu (Holland, Burian, & Dixey, 2003). **Agroturizam** se isključivo odnosi na oblik turističke usluge koji je dodatna delatnost na gazdinstvu koje se aktivno bavi poljoprivredom, u sklopu koje se nude proizvodi proizvedeni na tom gazdinstvu (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2011). Važno je napomenuti da ruralni turizam obuhvata turističku aktivnost u ruralnim oblastima, dok agriturizam predstavlja povezivanje poljoprivrednih i turističkih aktivnosti na poljoprivrednom gazdinstvu. Za ruralni turizam važan je prostor, dok je za agroturizam važna delatnost (Franić & Grgić, 2002). Agroturizam je segment ruralnog turizma i predstavlja jedan od osnovnih poretača razvoja ruralnog turizma, kao njegovog sastavnog dela. To je oblik turizma gde svrha posete ima poljoprivredni fokus (kontakt sa životinjama, uživanje u vinogradima, rad na njivama itd.) (Holland, Burian, &

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Dixey, 2003). Sam agroturizam jeste preuzak turistički segment da bi imao snagu samostalnog razvoja (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011). Bil (Beall, 1996) agroturizam definiše kao aktivnosti koje se sprovode na gazdinstvu poljoprivrednika i pružaju odmor i obrazovanje posetilaca i turista, ali i promociju proizvoda sa farme, čime se stvaraju dodatni prihodi poljoprivrednog gazdinstva (Václavík, 2008). Sličan stav imaju i drugi autori koji kažu da agroturizam predstavlja smeštaj gostiju na gazdinstvu, prodaju sopstvenih proizvoda, obroke iz domaće kuhinje, domaća pića i vina, organizovanje izleta i programe prema najavi (Brčić-Stipčević, Petljak, & Renko, 2010). Agroturizam je hibridni koncept koji spaja elemente dve složene industrije (poljoprivrede i turizma), radi otvaranja novih profitabilnih tržišta za poljoprivredne proizvode i usluge (Wicks & Merrett, 2003).

**Ruralni turizam** ili turizam u ruralnom prostoru uključuje gore navedene oblike turizma, ali i kampove, safari ture, zanatsvo, razgledanje kulturnih znamenitosti, avanturizam i sport, pešačke ture, događaje i **sve turističke aktivnosti koje se odvijaju u ruralnim prostorima** (Holland, Burian, & Dixey, 2003)

Ipak, i dalje se u praksi, ali i u istraživanjima poistovećuju pojmovi seoskog turizma i agroturizma (ili agriturizma). Tako se u Rečniku turističkih destinacija (Stojaković, 2013) pod agroturizmom smatraju sve aktivnosti koje se odvijaju u selu i njegovoj užoj okolini, a deo su turističkog proizvoda (poljoprivreda, proizvodnja hrane, vina i sl., gastronomija, folklor, zanati, manifestacije, čitavo nasleđe), iako ove aktivnosti prelaze okvir agroturizma. I drugi autor (Rajko, 2013) agroturizam definiše kao odmor na poljoprivrednom gazdinstvu s korištenjem usluga smeštaja, ishrane, pića, zabave, rekreacije u porodičnim kućama i drugim objektima smeštaja u okviru poljoprivrednog gazdinstva. Međutim, za razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama nije od velike važnosti kruto definisati da li se radi o seoskom, agro ili nekom drugom obliku ruralnog turizma, jer se **suština nalazi u efektima** koji nastaju implementacijom aktivnosti ruralnog turizma. Za seosko stanovništvo nije pitanje da li oni nude jednu ili drugu vrstu turizma, već šta njima donose te aktivnosti, odnosno koliko te aktivnosti utiču na kvalitet života lokalnog ruralnog stanovništva. Zbog toga će se u ovom israživanju turističke aktivnosti posmatrati kroz prizmu ruralnog turizma, kao najsvieobuhvatnijeg mogućeg oblika turističkih aktivnosti u ruralnom prostoru.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Razvoj ruralnog turizma prerasta okvire specifičnog oblika turizma i postaje razvojno pitanje ruralnih sredina (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011).

Ruralni turizam u savremenom smislu kao pokretač ruralnog razvoja i kao specifična vrsta turizma razvija se u državama Europe i u SAD-u od sredine šezdesetih godina prošlog veka (Lukić, 2005). Temelji razvoja ruralnog turizma bili su povećanje slobodnog vremena i rast stope individualne motorizacije (Rajko, 2013). Ruralni razvoj u Evropi u početku bio je zasnovan na *top down* pristupu. Međutim, kako ovaj pristup nije mogao da sagleda specifičnosti same ruralne celine, *top down* pristup se polako povlačio i ustupao mesto *bottom up* pristupu, kao konceptu koji uvažava ideje same regije (Nicević, 2011).

Od početka sedamdesetih godina prošlog veka, počinje se istraživati **ruralna nepoljoprivredna ekonomija** (*Rural Non-Farm Economy– RNFE*) kao instrument za smanjenje nezaposlenosti, smanjenje rizika, optimalnije korišćenje resursa, ubrzanje ekonomskog rasta i podizanja kvaliteta života ruralnog stanovništva (Bogdanov, 2011). RNFE predstavlja skup ekonomskih aktivnosti u ruralnim područjima, isključujući aktivnosti vezane za proizvodnju primarnih poljoprivrednih proizvoda (Lanjouw & Lanjouw, 1997).

Pored NRFE uvodi se i pojam *multifunkcionalne poljoprivrede*. Multifunkcionalna poljoprivreda podrazumeva pored klasične poljoprivrede i ostale koristi života na selu, poput očuvanja okoline, obezbeđivanja prehrambene sigurnosti u ruralnim područjima, razvoja ruralnih područja kroz obezbeđivanje zaposlenosti i povezivanje poljoprivrede sa ostalim sektorima, kao i socijalno – ekonomsku korist kroz očuvanje tradicionalnih seoskih vrednosti, kulturnog nasleđa, promovisanje tradicionalne gastronomije i sl. (Đuričić, 2011). Multifunkcionalna poljoprivreda integriše i ruralni turizam koji može obezbediti trajnu održivost. Zato dobro osmišljena ruralna razvojna politika, mora ruralni prostor integralno posmatrati sa poljoprivredom i ruralnim turizmom, kao i ostalim pratećim delatnostima (Nicević, 2011).

Bez obzira koju strategiju i politiku razvoja ruralnog turizma prihvatimo, bitno je imati na umu da se ruralni turizam mora razvijati u skladu sa principa održivosti u najširem značenju. Pojedini autori (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011) održivost ruralnog turizma definišu kroz: očuvanje lokalne kulture i identiteta lokalne zajednice, očuvanje krajolika i prirodnog okruženja, očuvanje i održivi razvoj ruralne ekonomije,

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

nagalašavanje značaja podrške lokalnih, regionalnih i državnih vlasti, ali i ravnoteža između turističkih aktivnosti u ruralnom prostoru i ostalih delatnosti.

Uključivanje obrazovnih programa, zabave, atrakcija, rekreacije i sporta u lokalnu turističku ponudu isto je toliko važno za obogaćenje i **raznovrsnost ponude** ruralnog turizma koliko i ponuda smeštaja i hrane. Ova ponuda mora da bude oblikovana tako da zadovolji interese različitih ciljnih grupa (Đorđević Milošević & Milovanović, 2012). Pri tome treba voditi računa da potrebe i želje turista ne smeju dovesti do gušenja potreba, želja i autentičnosti lokalnog stanovništva.

Ključna predviđanja razvoja ruralnog turizma prema nekim autorima (Svetozarević, 2012) idu u prilog daljoj diverzifikaciji ponude u ruralnom turizmu u svim aspektima i elementima, većoj brizi o zaštiti životne sredine, kao i povećanju ponude različitih vrsta smeštaja sa fokusom na prepoznatljivost i poštovanje standarda i postavljenog kvaliteta. FAO UNJP smatra da ruralni turizam treba primarno razvijati na **malim gazdinstvima**, iako će u krajnjoj instanci i drugi stanovnici ruralnih oblasti od toga takođe imati koristi (Đorđević Milošević & Milovanović, 2012).

Posmatrano isključivo iz ekonomskog ugla, razvoj ruralnog turizma je koristan za ekonomsku i socijalnu stabilnost ruralnih područja kroz zapošljavanje, sprečavanje depopulacije i migracije u urbana područja, očuvanje vrednosti i tradicije ruralnog života (Deže & Ranogajec, 2007). Turizam predstavlja instrument za rešavanje problema ruralnih oblasti pogotovo u zemljama u razvoju (Saarinen & Lenao, 2014). Hoteli, ugostiteljstvo i turizam imaju značajan uticaj na ekonomiju i zapošljavanje radne snage u ruralnim oblastima, kako direktno, tako i indirektno preko građevinske industrije, poljoprivrede, ribarstva, proizvodnje hrane, nameštaja, zanatstva, transporta, komunalnih usluga, umetnosti itd. Značajan broj radnih mesta u ovim oblastima se generiše upravo za „problematični“ segment nezaposlenih kao što su žene, emigranti, mladi i manjine (International Labour Office, 2011). Ruralni turizam vodi ka diverzifikaciji aktivnosti na poljoprivrednim gazdinstvima ili u njihovom okruženju u cilju povećanje prihoda (Andric, Tomic, & Tomic, 2010). Ruralni turizam predstavlja novu aktivnost za ruralno lokalno stanovništvo. Kao takav, on se prepoznaje kao aktivnost koja nosi određen stepen rizika. Zbog toga se ruralni turizam posmatra kao šansa za dodatnu aktivnost koja se kombinuje sa već postojećim egzistencijalnim



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

aktivnostima, a ne kao zamena za egzistencijalne aktivnosti. Jedan od najbitnijih načina na koji turizam u ruralnom oblastima podstiče druge egzistencijalne aktivnosti jeste unapređivanje veština, proširenje proizvodnih kapaciteta i obezbeđivanje sredstava za dalje investiranje. Takođe, turizam se preporučuje kao aktivnost koja se najlakše može implementirati i realizovati u svakodnevne egzistencijalne aktivnosti, jer se realizuje na samim poljoprivrednim gazdinstvima i omogućava poljoprivrednicima da i dalje budu poljoprivrednici (Ashley, 2000). Turizam u ruralnim oblastima predstavlja dodatnu aktivnost u odnosu na poljoprivredu. On omogućuje poljoprivrednim gazdinstvima proširenje delatnosti i obogaćuje vrednost njihovih proizvoda, odnosno kreira dodatnu vrednost (Svetozarević, 2012). Čest je slučaj da mikro i mala preduzeća u turizmu podrazumevaju skroman kapital što omogućava lokalno učešće, što udruženo sa visokim multiplikativnim efektom i malim odlivom prihoda iz lokala, kao i zadržavanju kontrole na lokalnom nivou, povećava mogućnost uklapanja novih preduzetničkih aktivnosti sa postojećim autohtonim aktivnostima i korišćenjem zemljišta. Sve ovo vodi ka ubrzanom lokalnom razvoju i generisanju benefita za lokalno stanovništvo (Dahles, 1997).

Razvoj turizma pretpostavlja kako adaptaciju postojeće infrastrukture za nove namene, tako i izgradnju nove infrastrukture i pratećih sredstava (Holland, Burian, & Dixey, 2003). Kroz diverzifikaciju i generisanje prihoda i zaposlenosti, naglasak kod savremenih modela razvoja ruralnog turizma stavlja se na saradnju prilikom planiranja, učenje i participaciju svih relevantnih stejkholdera (Saarinen & Lenao, 2014).

Srbija poseduje izuzetne prirodne resurse i potencijale za razvoj različitih oblika seoskog turizma. Ruralni turizam treba da doprinese očuvanju seoske sredine i kulturne baštine, ali i da spreči dalje migracije seoskog stanovništva ka urbanim oblastima. Obnova tradicionalnih seoskih domaćinstava, izgradnja i adaptacija starih seoskih kuća, kao i unapređenje seoskog turizma kao delatnosti od privrednog značaja podržane su od strane tada aktuelnog Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije. Fokus ove mere je na svim stanovnicima ruralnih područja, a ne samo na zemljoradnicima i usmeren je na novi izgled i imidž ruralne Srbije. Tržišni trendovi pokazuju povećanu popularnost seoskog turizma i opštu promenu turističke potražnje u

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

korist seoskog turizma (Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede RS, Sektor za ruralni razvoj, 2009).

Međutim, sve turističke aktivnosti same po sebi pored pozitivnih efekata uzrokuju i određene negativne efekte po lokalno stanovništvo (tabela 11). Identifikacija i procena negativnih efekata jeste osnovni uslov za objektivnu procenu mogućih rezultata implementacije aktivnosti ruralnog turizma, a u skladu sa tim i izbor optimalnih strategija razvoja ruralnog turizma. Negativne strane turizma u ruralnim oblastima po nekim autorima (Ashley, 2000) su ograničen pristup prirodnim resursima, ugrožavanje životne sredine, smanjene površine za ispašu stoke i smanjen pristup flori što najviše pogađa žene ruralnih oblasti.

**Tabela 11. Komparacija efekata razvoja turizma (Ashley, 2000).**

<b>životne aktivnosti</b>	<b>Negativni efekti turizma Sukobi</b>	<b>Pozitivni efekti turizma Komplementarnost</b>
Stočarstvo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Konkurencija za vodu i ispašu</li> <li>➤ Povlačenje stoke iz oblasti divljih životinja</li> <li>➤ Šteta po životnu sredinu</li> <li>➤ Opasnost da će divlje životinje remetiti negu stada</li> <li>➤ Gubitak stoke od divljih životinja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Novac za investicije</li> <li>➤ Poslovi u blizini seoskog gazdinstva omogućavaju da se vlasnik gazdinstva može nastaviti baviti stočarstvom</li> <li>➤ Gotovina u sušnim godinama ograničava smanjenje stada</li> </ul>
Poljoprivreda (usevi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ograničeno raspoloživo vreme za rad u polju</li> <li>➤ Štete na usevima od divljači</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Novac za investicije</li> </ul>
Eksplatacija obnovljivih prirodnih resursa	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ograničeno raspoloživo vreme za rad</li> <li>➤ Nemogućnost korišćenja turističkih oblasti za žetvu i eksploataciju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Unapređenje zanja i veština zajednice u menadžmentu obnovljivih prirodnih resursa</li> </ul>
Zaposlenost		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Transfer znanja</li> </ul>
Mala preduzeća		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Širenje na tržištu</li> </ul>

Međutim i pored negativnih efekata koje nedvosmisleno turistička aktivnost generiše na lokalnom nivou, koristi od implementacije ruralnog turizma u najširem obliku imaju jači efekat na lokalno stanovništvo. Pozitivni uticaji se mogu sagledati sa dva nivoa.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Prvi nivo predstavlja perspektivu samog poljoprivrednog gazdinstva, gde ruralni turizam vodi proširenju delatnosti na samom gazdinstvu, povećanju prihoda, osiguranju održivosti, povećanju vrednosti proizvoda i stvaranju mogućnosti zaposlenja i drugih članova porodice. Drugi nivo sagledavanja uticaja jeste nivo lokalne zajednice i regiona, gde ruralni turizam generiše dodatne direktne prihode iz lokalnog poslovanja, unapređuje lokalnu infrastrukturu i usluge i pomaže održivosti lokalne ekonomije (Bernardo, Valentin, & Leatherman, 2004). Uopšteno turizam generiše više vrsta prihoda za ruralna domaćinstva, a to su plate iz redovnog zaposlenja, čiji je udeo relativno skroman, zatim povremeni prihodi od prodaje poljoprivrednih proizvoda, drveta itd. Ovaj vid prihoda je procenutalno više zastupljen od zarada iz stalnog radnog odnosa i kao takav značajniji je za siromašan sloj lokalnog ruralnog stanovništva. Takođe, generišu se i prihodi po osnovu vlasništva malih turističkih preduzeća poput zanatskih radionica. Postoji i četvrti tip prihoda koji se sliva u budžet lokalne zajednice poput boravišnih taksi, različitih naknada i dozvola (Ashley, 2000). Neki autori poput *Gannon-a* (Gannon, 1994) i *Kieselbach-a* i *Long-a* (Kieselbach & Long, 1990), navode da ruralni turizam kroz ekonomsku diverzifikaciju dovodi do kreiranja novih radnih mesta, unapređuje infrastrukturu, štiti i unapređenje okruženje. Pored navedenog, dolazi i do porasta broja investitora i novih radnih mesta.

Razlozi za uključivanje turizma u aktivnosti poljoprivrednog gazdinstva su heterogeni. Mnogi vlasnici poljoprivrednih gazdinstava, pogotovo oni sa malim obimom proizvodnje i u vlasništvu jedne porodice shvataju nužnost i važnost nadogradnje i razvijanja poljoprivrednog poslovnog modela u cilju pronalaženja novih načina stvaranja prihoda i profita (Malkanathi & Routry, 2011). Ruralni turizam jeste instrument za generisanje prihoda i stvaranje dodatne vrednosti (Ollenburg & Buckley, 2007). Pored prihoda i dodatne vrednosti, kao motiv za implemenatciju ruralnog turizma često se javlja i mogućnost rada na sopstvenoj farmi (Pilař, Pokorná, Balcarová, & Hron, 2012). Za neke porodice, turizam u sprezi sa poljoprivredom je faktor koji će zadržati mlađe generacije na selu uz porodicu. Istraživanja i drugih autora prikazuju slične zaključke. Tako *Comen* i *Foster* navode da su u pitanju najčešće ekonomski razlozi. Međutim, razlog može biti i upoznavanje drugih kultura i stilova života, ali i obezbeđivanje eksternih finansijskih sredstava za poljoprivredne aktivnosti i tokove. Po ovim autorima najčešći motivi su:

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Diverzifikacija izvora prihoda;
- Socijalni ili ekonomski razlozi vođeni smenama u porodičnom životu i obrascima;
- Interes za edukaciju potrošača;
- Rad kod kuće, odnosno rad na poljoprivrednom gazdinstvu pre nego rad na nakom drugom mestu ili kod nekog drugog poslodavca (Comen & Foster, 2009).

Autori *Chiappe i Butler Flora* (Chiappe & Butler Flora, 1998) su došli do zaključka da su razlozi zbog kojih se i muškarci i žene okreću ka alternativnim poljoprivrednim aktivnostima relativno slični, sa napomenom da su žene više motivisane na smanjenje troškova, dok su muškarci vođeni povećanjem prihoda. Neka druga istraživanja (McGeheea, Kyungmi, & Jennings, 2007) pokazuju da žene imaju veći motiv za uključivanje u preduzetništvo u okviru ruralnog turizma.

Agroturističko gazdinstvo može nuditi oblik agroturizma i ekoturizma ukoliko nudi dodatne turističke usluge na svom gazdinstvu i posluje po načelima ekološke poljoprivredne proizvodnje. Takvo gazdinstvo možemo smatrati ekoagroturističkim gazdinstvom (Bršić, 2005). Trenutno, agroturizam promoviše većina zemalja u svetu sa ciljem održivog ruralnog razvoja (Malkanathi & Routry, 2011).

Identifikovani kritični faktori uspeha ruralnog turizma po *Comenu i Fosteru* (Comen & Foster, 2009) su:

- Lokacija (blizina druge atrakcije);
- Finansijska i preduzetnička analiza;
- Marketing / razumevanje očekivanja i potreba kupaca;
- Resursna osnova koja može zadovoljiti želje i potrebe posetilaca;
- Želja za učenjem;
- Jake socijalne veštine (gluma i scenske veštine);
- Kreativnost;
- Sposobnost upravljanja iskustvom posetilaca;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 12. Osnovni faktori uspeha u poljoprivredi, turizmu i agroturizmu (Comen & Foster, 2009)**

poljoprivreda	turizam	ruralni turizam
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Finansijska/poslovna analiza</li> <li>➤ Kvalitet zemljišta (lokacija)</li> <li>➤ Održivo/pristupačno tržište</li> <li>➤ Poslovni fokus</li> <li>➤ Praksa upravljanja žetvom/usevima</li> <li>➤ Izbor useva baziran na potrebama tržišta</li> <li>➤ Podrška države u politici cena</li> <li>➤ Upravljanje radnim veštinama</li> <li>➤ Želja za učenjem</li> <li>➤ Poznavanje tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Finansijska/poslovna analiza</li> <li>➤ Lokacija</li> <li>➤ Održivo/pristupačno tržište</li> <li>➤ Korisnički fokusirano procesno upravljanje</li> <li>➤ Upravljanje prihodima</li> <li>➤ Efektivna komunikacija sa tržištem</li> <li>➤ Kvalitet proizvoda/usluga</li> <li>➤ Društvene veštine</li> <li>➤ Želja za učenjem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Finansijska/poslovna analiza</li> <li>➤ Lokacija (blizina atrakcija)</li> <li>➤ Održivo/pristupačno tržište</li> <li>➤ Korisnički fokusirano</li> <li>➤ Glumačko/scenske veštine</li> <li>➤ Upravljanje prihodom</li> <li>➤ Efektivni marketing</li> <li>➤ Mreža podrške spoljnih agencija</li> <li>➤ Kvalitet proizvoda/usluga</li> <li>➤ Društvene veštine</li> <li>➤ Želja za učenjem</li> </ul>

Implementacija aktivnosti ruralnog turizma na poljoprivrednom gazdinstvu treba započeti razvojem strategije za stvaranje dodatne vrednosti postojećih proizvoda i kreiranje novih proizvoda. Ovaj proces je nužno započeti razumevanjem zahteva turista, a u cilju povećavanja prihoda. Metod dodatne vrednosti podrazumeva razvoj poljoprivrednog gazdinstva vertikalno i horizontalno da bi se iskoristiti svi raspoloživi resursi na gazdinstvu poput zemljišta, zgrada, rada i talenta članova domaćinstva. Ruralne zajednice prilikom implementacije turističkih ativnosti moraju da se transformišu iz ekonomije robne proizvodnje u mesto potrošnje turističkih proizvoda (Gill & Reed, 1997). Turizam je mnogo *raznovrsnija privredna grana* nego mnoge druge i može se razvijati na najrazličitijim resursima. Heterogenost turističkih aktivnosti i elemenata otežava saradnju sa vladom ili donatorima, ali sa druge strane povećava mogućnosti za šire uključivanje lokalnog stanovništva, kao i za uključivanje neformalnog sektora (Bennett, Roe, & Ashley, 1999).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Seoski turizam kao oblik ruralnog turizma bazira se na resursima poljoprivrednika (zemlja, poljoprivredna gazdinstva i poljoprivredne kulture) gde turisti dolaze radi doživljaja ruralne sredine, što zauzvrat može dovesti do razvoja preduzetništva, sa akcentom na angažovanje porodične radne snage. Preduzetničke aktivnosti ovde najčešće uključuju zanatsku proizvodnju, sitnu trgovinu itd. (Srisomyong, 2010). Cilj turističkih planera je proširivanje turističkog proizvoda sa ciljem podsticanja turista na duži boravak ili povećanju potrošnju, ali i razvijanje destinacijskog identiteta. Ovo može podrazumevati i nove turističke programe poput posmatranja ptica. Ovakvi programi su aplikativni i u prilično izolovanim ruralnim područjima, ali i u ruralnim područjima neposredno uz gradove i naselja, kada mogu predstavljati dodatne turističke proizvode (Holland, Burian, & Dixey, 2003).

Uključivanjem u ruralni turizam, poljoprivrednici mogu da prodaju svoje poljoprivredne proizvode direktno turistima. Jedan od načina jeste i model *Pick Your Own farm* kao što je urađeno na Tajvanu. Ideja je započeta odlukom poljoprivrednika da prikažu svoje poljoprivredne proizvode duž glavnih puteva. Vozači staju i kupuju proizvode, dok neki farmeri idu i dalje, nudeći posete svojim njivama, plantažama ili gazdinstvima, gde posetioци sami mogu brati i kupovati proizvode. Pored pozitivnih uticaja na turizam, ova ideja ima značajan uticaj i na smanjenje troškova berbe i transporta (Srisomyong, 2010). Životni standard u ruralnim oblastima se može povećati ukoliko je agroturizam prisutan na lokalnim poljoprivrednim gazdinstvima, ali putem razvoja i primene boljih tržišnih i poljoprivrednih modela (Mnguni, 2010). Neke od aktivnosti koje se mogu praktikovati na seoskim gazdinstvima suprikazane u tabeli 13.

Tabela 13. Lista aktivnosti na seoskom gazdinstvu (Ngassa, 2013).

aktivnost	opis
<i>U-Pick Operations or Pick Your Own (PYO)</i> Uberi sam	Posetioци mogu da beru voće, povrće i druge proizvode koje će kupiti. <i>U-Pick</i> operacije mogu da uključuju bundeve, jabuke, jagode, breskve, grožđe, kupine, jelke i itd.
<i>On-Farm Produce Stand</i> Prodajna mesta na poljoprivrednim gazdinstvima	Maloprodaja voća i povrća, odnosno finalno prerađenih proizvoda (džem, konzervirano voće i povrće itd.) na samom poljoprivrednom gazdinstvu

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

aktivnost	opis
Restorani, obroci i katering na poljoprivrednom gazdinstvu	Neka poljoprivredna gazdinstva nude hranu i piće turistima. Druga opcija je pripremanje hrane sa poljoprivrednog gazdinstva nekoliko puta godišnje kada turisti mogu obedovati na samom imanju.
Edukativne ture na poljoprivrednom gazdinstvu i demonstracije	Ove vrste tura i demonstracije su uglavnom interaktivne i obrazovne. Ture i demonstracije se individualno prilagođavaju gostima, odnosno grupama gostiju. Gosti se mogu upoznati sa proizvodnjom sira, demonstracijom muže, branjem pamuka, klasiranjem i konzerviranjem, istorijom poljoprivrede itd.
Aktivnosti na poljoprivrednom gazdinstvu	Mnoga poljoprivredna gazdinstva nude razne aktivnosti za decu i odrasle. Na primer, branje kukuruza, vožnju zaprežnim kolima, maženje životinja, jahanje konja, lov, ribolov itd.
Izlaganje životinja	Posetiocima se često omogućava da izbliza vide različite životinje, prvenstveno u obrazovne svrhe (kao što je farma leptira) ili zabavne svrhe (zoo vrt).
Noćenje i doručak na poljoprivrednom gazdinstvu, gostinskoj kući, vikendici ili kamp prostoru	Noćenje i smeštaj na poljoprivrednom gazdinstvu najčešće podrazumeva hranu, učešće u različitim poljoprivrednim poslovima, ili druge atrakcije (jahanje, karte za muzej). Često ove dodatne opcije zahtevaju dodatnu naknadu.
Poslovi na poljoprivrednom gazdinstvu	Uključivanje u poslove na poljoprivrednom gazdinstvu omogućuje turistima da aktivno učestvuju u poljoprivrednim poslovima i uče o životu na selu. Poslovi mogu podrazumevati mužu krava, hranjenje domaćih životinja, prikupljanje jaja, šišanje ovaca, baliranje sena itd.
Vinogradi i vinarije	Vinogradari su često domaćini vinskih tura, demonstracije proizvodnje vina, degustacije, časova vinarstva, kao različitih manifestacija.
Festivali i događaji na poljoprivrednom gazdinstvu (događaji u čast berbe, muzički događaji itd.)	Vlasnici poljoprivrednog gazdinstva mogu organizovati proslave određenog događaja ili manifestacije, jedinstvenog aspekta zajednice, ili određenih praznika: festivali u čast žetve i berbe, muzički festivali, festivali umetnosti i zanatstva, festivali cveća itd.
Posmatranje prirode i fotografisanje	Može se obezbediti siguran i pogodan ambijent za posetioce koji žele mogućnost za posmatranje i fotografisanje divljih životinja.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Međutim, implementacija turističkih aktivnosti u ruralne sredine zahteva ispunjavanje određenih uslova. Jaz koji se najčešće javlja između zahteva turizma i karakteristika ruralnih područja bio je predmet istraživanja (Holland, Burian, & Dixey, 2003) u cilju optimizacije ruralnog okruženja za implementaciju turističkih aktivnosti.

Tabela 14. Zahtevi turizma i karakteristike ruralnih područja (Holland, Burian, & Dixey, 2003)

Uobičajeni zahtevi koji su potrebni za razvoj turizma	Zajedničke karakteristike ruralnih područja
Proizvod ili potencijalni proizvod	Različito. Može se raditi o veoma vrednoj i jedinstvenoj prodavnici, može biti lokacija koja je veoma atraktivna za turiste iz grada, a može se desiti i da malo toga ima u ponudi.
Pristup – saobraćajna infrastruktura, ograničena udaljenost, nizak nivo neprijatnosti prilikom putovanja	Daleko od gradova, loši putevi, nedostatak vozova/ autobusa/ aviona.
Ulaganje u objekte	Ograničen pristup kapitalu, pristupačnim kreditima i privatnim investicijama.
Veštine u oblasti usluga i ugostiteljstva	Nizak nivo veština (obrazovani migriraju)
Redovno snabdevanje i kvalitetni resursi, (hrana i druga dobra potrebna za pružanje turističkih usluga)	Nedovoljno razvijena komercijalna proizvodnja, udaljenost od tržišta.
Marketinške veštine	Udaljenost od marketinških mreža
Integrisanje turističkih proizvoda za kreiranje integralnog turističkog proizvoda	Nepostojanje koncentracije turističkih proizvoda i usluga
Državne investicije	Nizak prioritet za državu, posebno u oblasti turizma i trgovine

### 2.2.3. Specifičnosti faktora razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu

Identifikacija faktora uspeha i razvoja preduzetništva u oblasti ruralnog turizma predstavlja aktuelno polje istraživanja mnogih naučnika i praktičara. Sagledavanje pomenutih faktora može se vršiti sa više različitih nivoa i aspekata. Multidimenzionalnost, složenost i međusobna uslovljenost elemenata turističke industrije u sprezi sa preduzetništvom kao složenim fenomenom savremenog doba,



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

oblikuje i višekriterijumsku determinisanost (ne)uspeha preduzetničkih poduhvata u oblasti turizma i komplementarnim oblastima. Ako ovaj složen sistem postavimo u okvire ruralne sredine koja je, sama po sebi, izuzetno senzitivno područje, dobijamo širok spektar kako direktnih, tako i indirektnih varijabli uspešnosti preduzetničkog procesa koje moraju da održavaju osetljivu ravnotežu između tržišne verifikacije proizvoda preduzetničkog procesa sa jedne strane i održivosti lokalne zajednice u najširem smislu te reči sa druge strane. Analiza dosadašnjih istraživanja pokazuje izrazitu heterogenost, kako sa aspekta metoda istraživanja, nivoa posmatranja i identifikacije ključnih faktora, tako i sa aspekta sistematizacije identifikovanih faktora. Međutim, i pored pomenute heterogenosti, dublja analiza postojećih teorijskih i praktičnih postavki prepoznaje određen broj faktora koji se konstantno javljaju u dosadašnjim istraživanjima, te za njih možemo pretpostaviti da predstavljaju bazične faktore uspešnosti preduzetničkih poduhvata u oblasti turizma u ruralnim predelima.

Po nekim autorima (Deže & Ranogajec, 2007), najbitnije je identifikovati resurse zainteresovanih seoskih domaćinstava i unaprediti organizacijske veštine članova porodice, kao i obezbediti takve uslove u okruženju koji će pružiti podršku preduzetničkim aktivnostima ruralnog turizma. Politike i programi usmereni ka sektoru preduzetništva trebaju težiti da obezbede povoljnu preduzetničku klimu, podignu nivo obrazovanja lokalnog stanovništva, obezbede lako dostupne specifične treninge u oblasti preduzetništva, a sve u cilju olakšavanja početnih preduzetničkih koraka (Fotiadis, 2011). Preduzetnička orijentacija ka ruralnom razvoju zasniva se na stimulanju lokalnog preduzetničkog talenta. Povećavanjem broja preduzetnika gradi se kritična masa prve generacije preduzetnika koja kasnije stimuliše autonomni preduzetnički proces (Petrin, 1994).

Ukoliko posmatramo sa mikroekonomskog nivoa samog nosioca preduzetničkih aktivnosti kao preduzetnika, lokalnog stanovnika i stanovnika ruralne oblasti, onda se u podsticanju preduzetništva u ruralnim područjima, prema *Johnsrud-u* (Johnsrud, 1997) trebaju kod preduzetnika razvijati sledeće karakteristike:

- Sposobnost upravljanja ljudima, strategijama i tehnologijama u skladu sa promenama okruženja;
- Kreativnost;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Pozitivno reagovanje na promene i prihvatanje neizvesnosti;
- Disciplinu u sprovođenju vizije i ideje;
- Orjentisanost na budućnost prilikom odlučivanja.

Drugo istraživanje (Rightmyre, Chatman, & Johnson, 2004) je analiziralo stavove preduzetnika u ruralnim oblastima i identifikovano je deset ključnih faktora razvoja preduzetništva. Najznačajniji faktori zajednice koji bi pozitivno uticali na razvoj preduzetništva u ruralnim sredinama su: prirodni i antropogeni resursi, dostupnost građavinskog prostora, pristup konsultantskim uslugama iz oblasti marketinga, finansija i prava, povoljno stanovanje i dostupnost zdravstvene zaštite, podrška kreditora, korišćenje javnih sredstava u funkciji zadovoljenja poslovnih potreba, pristup neformalnom obrazovanju i raspoloživost finansijskih sredstava. Istraživanje koje je sprovedla grupa autora (Schulze, Sidali, & Spiller, 2007) pokušalo je identifikovati najbitnije faktore razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu Nemačke. Rezultati nedvosmisleno pokazuju da je ključni faktor uspeha preduzetnička sposobnost samog vlasnika domaćinstva, odnosno njegove lične veštine i konstantna lična posvećenost. Osim toga, značajan faktor predstavljaju i kvalitetne turističke aktivnosti koje se nude, gostoprinstvo (udobnost i čistoća), kao i veliki broj životinja u okviru seoskog domaćinstva. Isto istraživanje naglašava značaj i ekonomije obima u ovoj oblasti, zbog čega mnogi preduzetnici koji su u početku preduzetništvo u ruralnom turizmu doživljavali samo kao dodatni izvor prihoda menjaju prioritete i sada ga doživljavaju i razvijaju kao glavnu ekonomsku aktivnost.

Studija koja se bavila ruralnim mladim preduzetnicima sa prostora Ugande i Kenije (Namatovu, Dawa, Mulira, Katongole, & Nyongesa, 2012) istražila je veliki broj elemenata poput poslovnog okruženja, motivacije, težnje za rastom itd. Rezultati ukazuju na to da su učenje tehnike i poslovnih veština ključni faktori ako želimo da stanovnici ruralnih sredina prihvate preduzetničke aktivnosti kao deo svojih ukupnih poslovnih aktivnosti. Pri tome se mora voditi računa da nastava pokriva i teoriju i praksu na participativan način, a način izražavanja i primeri iz prakse moraju biti jednostavni i razumljivi, te da je prisustvo trenera/predavača neophodno sve do trenutka kada lokalno stanovništvo može bez problema da stečeno znanje primeni u praksi.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

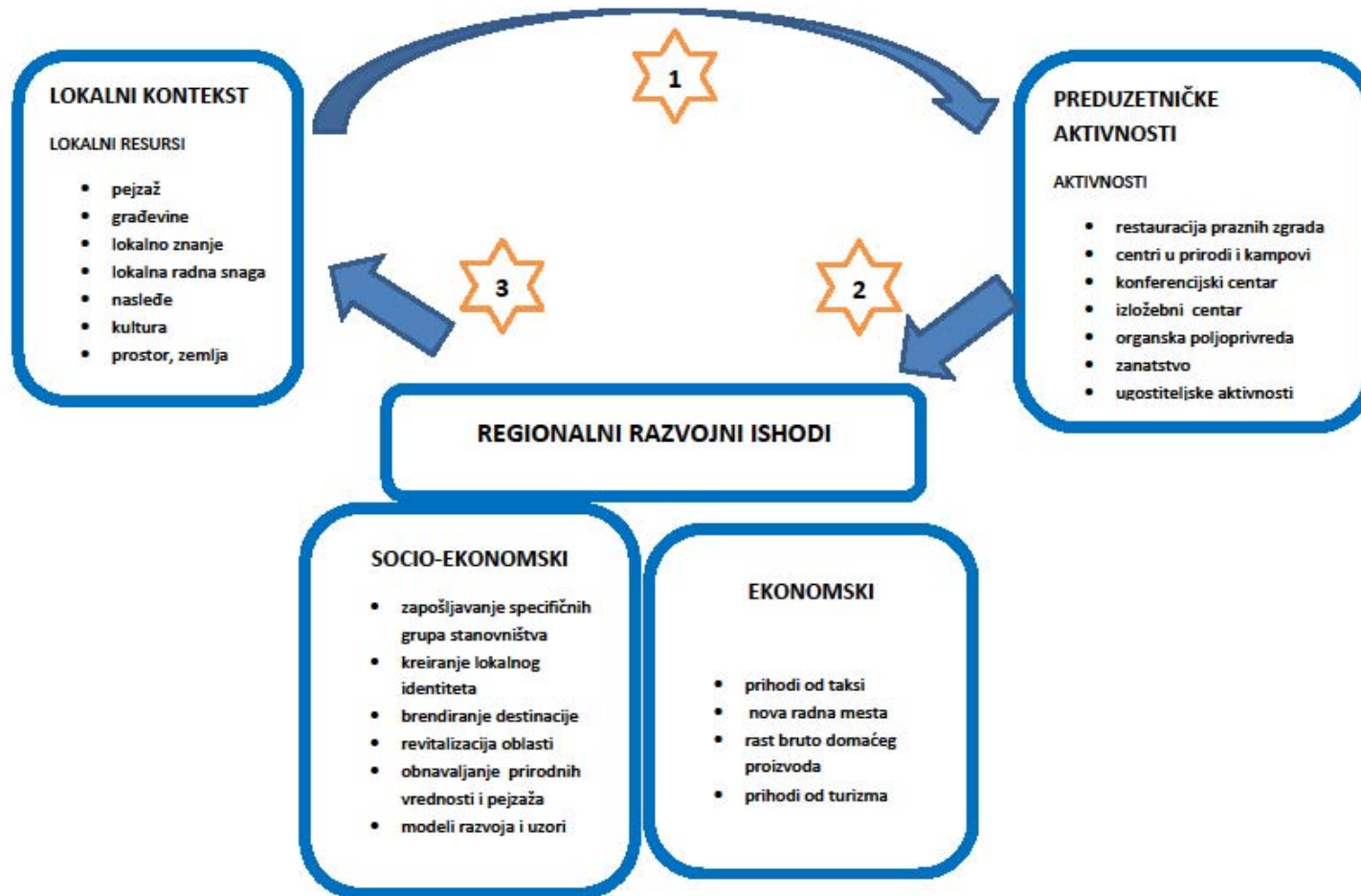
---

Pojedini autori (Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier, & van Es, 2001) su identifikovali pojedine faktore koje smo već pomenuli, ali pored pomenutih faktora naglašavaju značaj planiranja, koordinacije i umrežavanja. Po njima su sledeći faktori najvažniji za razvoj turizma i preduzetništva u ruralnim oblastima:

- Kompletan turistički program/proizvod;
- Dobro lokalno rukovodstvo;
- Podrška i učešće lokalne samouprave;
- Dovoljno sredstava za razvoj turizma;
- Strateško planiranje;
- Koordinacija i saradnja između preduzetnika i lokalnih rukovodilaca;
- Koordinacija i saradnja između preduzetnika u oblasti ruralnog turizma;
- Informacije i tehnička pomoć za razvoj i promociju turizma;
- Vizitor centri;
- Široku podršku zajednice za razvoj turizma.

Istraživanje autorke *Müller* (Müller, 2012) koje se bavi utvrđivanjem koristi od različitih oblika preduzetništva u ruralnim sredinama, daje pregled uzajamnih uticaja preduzetništva, lokalne sredine i njenih resursa, kao i regionalnog razvoja. Slika 10 u nastavku predstavlja pojednostavljeni model uticaja lokalnog konteksta i resursa na preduzetničke aktivnosti, koji kasnije doprinose ekonomskim i socijalnim razvojnim rezultatima na regionalnom nivou. Ovi rezultati transformišu lokalni kontekst i resursnu bazu koja može da podstakne nove preduzetničke aktivnosti.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 10. Model uticaja lokalnog konteksta i resursa na preduzetničke aktivnosti (Müller, 2012)

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Osnovni faktori uspeha implementacije ruralnog turizma jesu: multidisciplinarni pristup razvoju turizma sa svih relevantnih aspekata, interaktivna dvosmerna komunikacija sa najširim krugom stejkholdera, otvorenost za lokalnu javnost i dugoročno bavljenje planskim dokumentima kroz adaptacije na promene koje se javljaju u okruženju, a u skladu sa mrežnim pristupom između svih relevantnih stejkholdera (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011). Naslanjajući se na mrežni pristup i partnerstva, pojedini autori tvrde da je pristupanje Evropskoj uniji ključan faktor prilikom razvoja proizvoda u oblasti ruralnog turizma, pogotovo za zemlje koje se nalaze u tranziciji (Hall, 2004). Saradnja javnog i privatnog sektora je od velikog značaja kada je reč o preduzetničkim aktivnostima u ruralnim oblastima. Ona je najčešće fokusirana na poboljšanje opštih uslova poslovanja i preduzetničkog ambijenta u cilju privlačenja investicija, povećanja kvaliteta života lokalnog stanovništva, razvoja lokalne ekonomije u skladu sa principima održivog razvoja i unapređenja poljoprivredne proizvodnje (Bogdanov, 2011).

Možda najsystematičnije definisanje ključnih faktora možemo naći u radu *Rightmyre-a*, *Chatman-a* i *Johnson-a* (Rightmyre, Chatman, & Johnson, 2004), koji faktore razvoja sistematišu na materijalne i nematerijalne. Pod materijalnim faktorima podrazumevaju:

- **Finansijsku** infrastrukturu (uključuje sposobnost korišćenja finansijskih instrumenata, omogućen pristup finansiranju, resursima i znanju koje je potrebno prilikom podnošenja kreditnog zahteva);
- **Fizičku** infrastrukturu (građavinski prostor i kvalitetan pristup internetu);
- **Komercijalnu i profesionalnu** infrastrukturu (konsalting i dostupnost poslovnih usluga računovodstva, prava, marketinga itd.);
- **Lokalno okruženje** (prirodni i antropogeni resursi, menadžment resursa itd.);
- **Ljudski resursi** (dostupnost obrazovnih mogućnosti).

Po istim autorima nematerijalni faktori su:

- **Vlada i institucije** (pozitivna orijentacija državnih institucija ka razvoju preduzetništva);

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- **Tržište** (postojanje nepokrivenog segmenta tražnje i razvoj novih proizvoda i usluga, kako na lokalnom tržištu, tako i na širem tržištu);
- **Umrežavanje** (kreiranje i razvoj poslovnih mreža);
- **Kvalitet života** (postojanje adekvatnih i pristupačnih stambenih rešenja, dostupnost zdravstvene zaštite, rekreacije, zadovoljenje kulturnih potreba itd.);
- **Uverenja i stavovi zajednice** (mali biznis na lokalnu je u vlasništvu članova lokalne zajednice, potreba da se poslovnom uspehu pristupa racionalno, da se toleriše raznovrsnost u svakom obliku, kao i spremnost na susret sa izazovima).

Istraživanja koja polaze sa dijametralno suprotnog polazišta, odnosno od ideje da se identifikuju osnovni problemi i faktori neuspeha preduzetničkih poduhvata, prepoznaju gotovo identične ključne faktore i samim tim još jednom potvrđuju gore istaknute rezultate.

Problemi koji se javljaju prilikom razvoja preduzetništva u oblasti ruralnog turizma se najčešće mogu podvesti pod neadekvatan razvoj infrastrukture, manjak obuka i obrazovanja lokalnog stanovništva, neadekvatan pristup poljoprivrednim kreditima, neadekvatno upravljanje otpadom i očuvanje životne sredine (Malkanthi & Routry, 2011). Najveći problemi sa kojima se susreću mladi preduzetnici Ugande i Kenije (Namatovu, Dawa, Mulira, Katongole, & Nyongesa, 2012) pored već navedenih su i nedostatak marketinških veština koje su neophodne za distribuciju i prodaju proizvoda iz ruralnih sredina u urbanim područjima, visoki troškovi transporta i samim tim i nekonkurentne cene. *Jamieson, Goodwin i Edmunds* akcentuju nedostatak tehničkog znanja i pristup kreditima po razumnim kamatnim stopama (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004). Pojedini autori smatraju da su neke od najvećih prepreka u razvoju ruralnog turizma nedovoljna ekonomska snaga poljoprivrednih gazdinstava, nedovoljni podsticaji od strane države, neprepoznavanje ruralnog turizma kao elementa koji dodaje vrednost turističkim destinacijama, neadekvatni zakonski okvir i nedostatak ekspertize (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011).

*Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj* (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994) daje širi spektar negativnih faktora i navodi da su najveći negativni faktori za razvoj preduzetništva u ruralnom turizmu velike razdaljine od

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

gradova kao tržišta tražnje, veća poljoprivredna gazdinstva ili zadruge koje nemaju potrebu za diverzifikacijom u oblasti turizma, poljoprivredna gazdinstva koja ne poseduju sopstveno zemljište, već aktivnosti sprovode na zemljištu pod zakupom, gazdinstva bez smeštajnih kapaciteta ili sa neadekvatnim smeštajnim kapacitetima, nedostatak podrške sa lokalnog nivoa od strane donosioca odluka, neadekvatni resursi u formi tradicije, nasleđa i lokalnih aktivnosti, kao i kratka sezona pogodna za turističke aktivnosti.

*Evropski ekonomski i socijalni komitet* u istraživanju koje je obuhvatilo zemlje Zapadnog Balkana zaključuje da je razvoj preduzetništva ograničen neadekvatnom infrastrukturom, problemima u oblasti ljudskih resursa, slabom mobilnošću radne snage, nedostatkom informacija i znanja, ograničenim pristupom tržištima, neadekvatnim uslovima za investiranje, finansijskom oskudicom, ali i niskim preduzetničkim potencijalom (*Evropski ekonomski i socijalni komitet*, 2011).

Razvoj preduzetništva u ruralnim oblastima zahteva angažovanje i usklađivanje aktivnosti i interesa države kao centralne vlasti, javnog i privatnog sektora. Zbog specifičnosti turističkog tržišta u smislu složenosti i izrazito naglašene heterogenosti svih elemenata koji uslovljavaju i grade integralni turistički proizvod, svesna uslovljenost i međusobna upućenost javnog i privatnog sektora uz koordinaciju i podršku razvojnih aktivnosti od strane države postaje obavezujuće. Imamo li u vidu i karakteristike ruralnih sredina kao posebno osetljivih oblasti sa više različitih aspekata (ekonomskog, demografskog, socijalnog, kulturološkog, ekološkog itd.) saradnja, koordinacija i strateško planiranje preduzetničkih aktivnosti još više dolaze do značaja. Važnost povezivanja i saradnje naglašava i *Rogerson* uz apostrofiranje međusektorske saradnje i održive veze između turističke tražnje i drugih sektora u okviru privrede destinacije (*Rogerson*, 2012), dok *Fotiadis* preduzetništvo u turizmu posmatra kao mešavinu privatnog i državnog sektora čiji je cilj zadovoljiti potrebe turističkog tržišta (*Fotiadis*, 2011).

U tabeli 15 može se videti uloga države, javnog i privatnog sektora u razvoju ruralnog turizma.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Tabela 15, Nadležnost partnera u ruralnom turizmu (Bogdanov & Zečević, 2011).

Uloga centralne vlasti (država, vlada)	Uloga javnog sektora	Uloga privatnog sektora
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ „Krovna“ podrška – obezbeđivanje opšte političke podrške za lokalnu/regionalnu inicijativu;</li> <li>➤ Obezbeđivanje transparentnih i legalnih imovinsko pravnih okvira saradnje, dokumentacije, dozvola i sl.;</li> <li>➤ Pružanje finansijske podrške gde je to moguće;</li> <li>➤ Grantovi za različite fiskalne koncesije za projekte</li> <li>➤ Monitoring;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Obezbeđivanje javne infrastrukture, usklađivanje sa lokalnim urbanističkim planom i sličnim dokumentima;</li> <li>➤ Obezbeđivanje podrške i usluga privatnim preduzetnicima u vidu infrastrukture, opreme i objekata – osnovno jezgro infrastrukture neophodno u početnim fazama razvoja kako bi se prikazao potencijal ruralne oblasti;</li> <li>➤ Uvođenje regulatornih mera za obezbeđivanje društvene, kulturne i ekološke održivosti;</li> <li>➤ Obezbeđivanje da se lokalna zajednica u potpunosti uključi i da što veći broj ljudi ostvari korist od razvoja turizma;</li> <li>➤ Obezbeđivanje svih preuslova da turističke usluge po obimu, tipu i kvalitetu budu kompatibilne sa zaštitom životne sredine i sociokulturnog miljea oblasti;</li> <li>➤ Sprovođenje potrebnih istraživanja, priprema master plana, formulisanje marketinške strategije i organizovanje sveobuhvatne promocije zajedno sa predstavnicima privatnog/poslovnog sektora;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Izgradnja turističkih kapaciteta područja i rukovođenje njima;</li> <li>➤ Preuzimanje odgovornosti za obuku i usavršavanje radne snage kako bi se dostigao što viši nivo kvaliteta pruženih usluga;</li> <li>➤ Učešće u pripremi investicionih smernica, marketinške strategije i pružanje pomoći u kreiranju baza podataka za različite vrste marketinških i strateških istraživanja;</li> <li>➤ Očuvanje, negovanje i zaštita turističkih atrakcija;</li> <li>➤ Briga o zaštiti životne sredine;</li> </ul>

Ključni odnos u ruralnom turizmu jeste odnos između razvoja turizma i sveobuhvatnog razvoja sela (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994) koji mora biti vođen strateškim planskim dokumentima. Kreiranje strategije razvoja ruralnog turizma jeste ultimativna aktivnost ako se želi postići ciljani planski razvoj. Međutim,



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

strategija razvoja ruralnog turizma ne predstavlja uobičajno strateško poslovno ili marketing planiranje, kako se često smatra. Strateško planiranje mora da podstiče dijalog svih lokalnih stejkholdera u cilju definisanja zajedničkog interesa – razvoja ruralnog turizma, zatim da podstiče kapitalne investicije u infrastrukturu i razvoj lokalne zajednice, da daje putokaz preduzetničkim investicijama u oblasti turizma, da poštuje principe održivosti i podstiče na partnerstva, umrežavanje i saradnju (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011).

Programi razvoja preduzetništva u ruralnim sredinama po *Scorsone-u* se sastoje od četiri glavne faze (Scorsone, 1997):

1. Kreiranje radne grupe u zajednici u cilju obezbeđivanja poštovanja postavljenih rokova i planova;
2. Prikupljanje informacije od lokalnih preduzetnika o izazovima i mogućnostima pokretanja i vođenja biznisa u zajednici;
3. Kreiranje starteških rešenja za identifikovane probleme, kao i identifikovanje stejholdera i potencijalnih partnera za implementaciju programa;
4. Radna grupa identifikuje organizacije koje mogu ostvariti ciljeve postavljene u predhodnoj fazi. Odlučuje se o implementaciji programa koji mogu da pomognu razvoju preduzetništva.

### 2.2.4. Karakteristike ruralnog turizma u Srbiji

Ogromne ruralne oblasti Zapadnog Balkana ostaju napuštene, a njihovi resursi neiskorišćeni sa negativnim uticajem u ekonomskom, socijalnom, prostornom i ekološkom smislu (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011). Ruralni prostor republike Srbije je jedan od društveno i prirodno najraznovrsnijih u Evropi, pa je zato upravljanje njegovim razvojem veoma kompleksno. Zahvaljujući turbulentnoj istoriji, ali i propustima u politici podrške ruralnom razvoju, on je danas uveliko ekonomski i socijalno razoren i depresiran (Đorđević Milošević & Milovanović, 2012). Prema kriterijumima OECDa ruralna područja u Srbiji obuhvataju 85% ukupne teritorije Srbije sa skoro 55% ukupnog stanovništva (Milić, 2011).

Ruralni turizam u Srbiji putem diverzifikacije ruralne ekonomije može oživeti selo putem smanjenja nezaposlenosti kroz održivi razvoj. Ruralni turizam se nalazi u

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

korelaciji sa drugim razvijenijim oblicima turizma u Srbiji (Spanish MDG Achievement Fund, 2011). Ekstenzivna poljoprivreda je još uvek osnovni pokretač ruralne ekonomije i glavni izvor zapošljavanja u ruralnim oblastima Zapadnog Balkana. Rešenje leži u unošenju raznovrsnosti u ruralnu ekonomiju da bi se smanjili rizici u vezi sa dohotkom ruralnih domaćinstava (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011). Preduzetnici u ruralnom turizmu u Srbiji su prepoznali mogućnost optimalnijeg korišćenja raspoloživih resursa u funkciji prijema gostiju. Odlučivši se za diverzifikaciju aktivnosti, oni su prihvatili rizik i na, za njih, inovativan način ušli u oblast preduzetništva u oblasti ruralnog turizma (Markov, 2010).

U Srbiji je do kraja 2013. godine registrovano 970 objekata u funkciji ruralnog turizma, dok broj ležaja iznosi oko 8000 ležaja (Petrović M. , 2014). Među ovim domaćinstvima ima i onih koji godišnje prime i do 1.300 ljudi, pa im turizam postaje primarna delatnost, dok se poljoprivreda zanemaruje (Ivanović, 2015). Ruralni turizam je razvijen u nekim delovima Vojvodine, centralne i zapadne Srbije, ali je još uvek nedovoljno prepoznat turistički proizvod na nacionalnom nivou (Petrović M. , 2014). Takođe, u Srbiji nije uspostavljen institucionalizovan sistem kreiranja i sprovođenja politike razvoja preduzetništva u početnim fazama koji bi osigurao saradnju svih relevantnih stejkholdera iz privatnog, državnog i nevladinog sektora (Branković, Lalović, Lakić, & Tilger, 2007).

Ako posmatramo goruće probleme razvoja ruralnih oblasti na teritoriji naše zemlje, dolazimo do činjenice da je zastupljenost prirodne i polunaturalne poljoprivrede, visoka stopa nezaposlenosti, prikrivena nezaposlenost i slaba pokretljivost radne snage, jedna od osnovnih prepreka razvoja posmatranih oblasti, što i karakteriše ruralne ekonomije Zapadnog Balkana. Jedine konkurentne prednosti ruralnih oblasti su niska cena radne snage i visokokvalitetni prirodni resursi (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011). Osnovni problemi koji usporavaju razvoj preduzetništva u oblasti ruralnog turizma u Srbiji jesu nerazvijena infrastruktura, nepovoljna starosna struktura stanovništva, nedovoljan nivo obrazovanja, neorganizovanost u oblasti poljoprivredne proizvodnje, neorganizovanost tržišta i nedostatak kancelarija koje bi pružale konsalting usluge različitih vrsta. Rešavanje ovih problema uz postavljanje adekvatnog pravnog okvira i jačanje institucionalnih preduslova predstavlja dalji put razvoja i nužne uslove

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

za razvoj preduzetništva u posmatranoj oblasti (Novković, 1999). Tome se trebaju pridodati i nerazvijeni brendovi regionalnih proizvoda (suveniri), mali smeštajni kapaciteti i njihov nizak nivo kvaliteta, loša turistička signalizacija, nedostatak upravljanja turističkim odredištima itd. (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011). Prisutna je nedovoljna svest kako države, tako i lokalnog stanovništva o značaju ruralnog turizma za dalji razvoj ruralnih oblasti (Todorović & Bjeljac, 2009). Kada tome pridodamo i nepovoljno mikro-finansijsko okruženje u Srbiji, naročito u oblastima preduzetničkog okruženja, finansijske podrške, podsticajnih mera i zakonskog uređenja, prepreke daljeg razvoja ruralnih oblasti postaju gotovo nepremostive za pojedinačna poljoprivredna gazdinstva. Zakonska regulativa favorizuje monopol bankarskog sektora i zabranjuje slobodu preduzetništva u oblasti mikro-kreditiranja i osnivanja mikro-finansijskih institucija u privatnom, nevladinom i neprofitnom sektoru (Branković, Lalović, Lakić, & Tilger, 2007), što sužava prostor za preduzetničke aktivnosti u ruralnom turizmu.

Prema istraživanju rađenom 2011. godine (Bogdanov, 2011), 63% članova ruralnih domaćinstva nema kvalifikacije i veštine koje bi im omogućile dodatnu zaradu. Oni, po ovom istraživanju, vide perspektivu svojih članova u zapošljavanju u delatnostima za koje su se školovali i malo su upućeni u mogućnosti unapređenja drugih veština i sposobnosti.

Međutim, mogu se identifikovati određene mere usmerene ka podsticanju razvoja turizma u ruralnim oblastima. Prema zvaničnim podacima (Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede RS, Sektor za ruralni razvoj, 2009) ukupan iznos dodeljenih sredstava za razvoj ruralnog turizma Srbije, kao i broj korisnika tih sredstava, pokazuje tendenciju rasta. U periodu od 2006. do 2008. godine porastao je broj korisnika ovih sredstava sa 22 na 173 korisnika. Procentualni udeo fizičkih lica kao korisnika sredstava je 77%, udruženja građana su zastupljena sa 11%, dok zemljoradničke zadruge učestvuju sa svega 8%. Bitno je napomenuti da je preko 90 % opredeljenih sredstava bilo usmereno ka obnovi tradicionalnog seoskog domaćinstva u funkciji ruralnog turizma, dok je preostali deo sredstava utrošen na aktivnosti promocije i edukacije u oblasti ruralnog turizma.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Specifični vidovi opštinske podrške razvoja preduzetništva u Srbiji prisutni su još od 2007. godine (Grozđanić & Savić, 2008):

**Slika 11. Specifični vidovi opštinske podrške razvoja preduzetništva u Srbiji (Grozđanić & Savić, 2008).**

polje ulaganja	procenat
seoski turizam	42
etno radinost	29
zanatstvo	23
tranzicioni centar	12
klasteri	11
virtuelno preduzeće	4
teledom	4

Potrebno je komparativne prednosti pretvoriti u konkurentske prednosti. Za to su potrebni mnogobrojni uslovi: stabilan politički sistem, stimulativan ekonomski sistem (tzv. poslovna klima) i efikasan pravni sistem (zakonitost ugovora). Ako se tome doda neophodno strateško opredeljenje i adekvatna ekonomska i agrarna politika, tada će se stvoriti uslovi da preduzetništvo i agrobiznis, kao moćni resursi, postanu zamajac razvoja Republike Srbije (Pejanović & Njegovan, 2010). Da bi se poboljšao kvalitet života i mladi ljudi podstakli da ostaju u ruralnim oblastima, potrebna je raznovrsna ruralna ekonomija. Poljoprivredni i ekološki turizam koji se zasniva na bogatom kulturnom, istorijskom i prirodnom nasleđu takođe deluje kao dobra prilika. Među sektorima koji imaju veliki potencijal za razvoj su i prerađivačka industrija, proizvodi sa zaštićenim geografskim poreklom, proizvodi organske hrane, seoski turizam, zanati, proizvodi od drveta i proizvodnja obnovljive energije, kao i širok asortiman zdravstvenih i društvenih usluga (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011). Po Komazecu i Aleksiću, osnovni faktori koji bi mogli unaprediti kvalitet života na selu jesu bolje organizovano tržište, mogućnost diverzifikacije radnih aktivnosti van poljoprivrede, pristup informacijama, pristup finansijskim izvorima, trening i edukacija (Komazec & Aleksić, 2015).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Razvoj ruralnog turizma može biti podstaknut i dobrim uslovima za razvoj organske poljoprivrede. Dobri prirodni uslovi, nazagađena sredina i slobodna radna snaga predstavljaju temelj izgradnje organske poljoprivrede, čiji proizvodni proces ne treba da se završi proizvodnjom sirovina poput kukuruza, mesa i povrća, već da se ide na više stepene obrade gde se dobija sofisticiran i kvalitetan proizvod poput dečije hrane, džema, mesnih prerađevina itd. Čitav proces proizvodnje i prerade u svim fazama može predstavljati interesantnu komplementarnu aktivnost u ruralnom turizmu koja donosi višestruke koristi: turisti posmatraju i učestvuju u proizvodnji i preradi, neposredni su svedoci kvaliteta, edukuju se i stvaraju jezgro lojalnih kupaca i potrošača, dolaze sami na mesto proizvodnje koje je ujedno i mesto prodaje i spremni su platiti kako za svoje prisustvo, tako i za proizvode koje će poneti sa sobom kući. Kupljeni proizvod za njih nema samo funkcionalnu vrednost, već i jedinstvenu emotivnu vrednost, on predstavlja podsećanje na put i doživljaj i preuzima funkciju suvenira, te su turisti zbog svega navedenog spremni izdvojiti veća novčana sredstva od onih koja bi izdvoji da kupe funkcionalno identičan proizvod u nekom urbanom trgovinskom lancu. Jedan deo širokog opsega proizvoda organske poljoprivrede može se videti u tabeli 16:

**Tabela 16. Proizvodi organske poljoprivrede, adaptiranoj prema (Popović, 2009).**

<b>organska poljoprivreda i ratarstvo</b>	<b>organsko stočarstvo i ribarstvo</b>	<b>ostale aktivnosti</b>
-proizvodnja i prerada voća	-proizvodnja mleka i mlečnih proizvoda	-proizvodnja biogoriva
-proizvodnja i pakovanje jezgrastog voća	-proizvodnja govedine	-proizvodnja dečije hrane od organskog povrća
-proizvodnja kukuruza, soje i drugih žitarica	-proizvodnja tradicionalnih mesnih prerađevina	-proizvodnja u staklenicima i plastenicima iz geotermalne energije
-proizvodnja i prerada biljnih proizvoda	-proizvodnja i prerada ribe	-proizvodnja meda, pečuraka, cveća i ukrasnog bilja
-proizvodnja semena	-proizvodnja i prerada živine	-proizvodnja, pakovanje i obrada semena i sadnica
-zamrzavanje, pakovanje i skladištenje povrća	-proizvodnja i prerada ovčetine i vune	-prerada divljeg voća
-finalni proizvodi od povrća i sušenog povrća		-proizvodnja esencijalnih ulja

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Održiv razvoj sela u osnovi zavisi od praktične primene kombinacije koncepta multifunkcionalne poljoprivrede i razvoja drugih ekonomskih aktivnosti u skladu s raspoloživim prirodnim i ljudskim resursima, sveukupnog poboljšanja uslova života, kao i socioekonomskog položaja sela i seoskih zajednica (Đorđević Milošević & Milovanović, 2012).

Košić (Košić, 2009) osnovne smernice i prioritete razvoja ruralnog turizma u Srbiji deli u tri grupe: kratkoročne, srednjoročne i dugoročne ciljeve razvoja. Kratkoročni ciljevi razvoja po ovoj autorki su aktivnosti kreiranja autentičnog turističkog proizvoda uz participaciju lokalnog stanovništva, unapređenje promocije i prodaje, praćenje trendova kretanja turističke tražnje i njenog uticaja i sprečavanje otuđenja zemljišta od lokalnog stanovništva i različitih negativnih špekulacija. Srednjoročne ciljeve razvoja prepoznaje u programskom uređenju prostora sa ciljem integracije turizma, umanjenja negativnih efekata turizma i optimalnoj raspodeli prihoda od turizma. Dugoročni ciljevi razvoja predstavljaju utvrđivanje osnovnih hipoteza budućeg razvoja, identifikaciju ciljnih tržišnih segmenata, harmonizaciju razvoja ruralnog turističkog prostora i potrebni regulatorni okviri.

Seoski turizam i putem njega diverzifikacija ekonomskih aktivnosti u ruralnim oblastima su, pre više od decenije, kod tada nadležnog ministarstva Republike Srbije (Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije, 2009) prepoznati kao alat za revitalizaciju ruralnih krajeva. Revitalizacija je obuhvatala više aspekata poput očuvanja okruženja i kulturne baštine, poboljšanja ekonomskog položaja seoskog stanovništva i smanjenja migracije ka urbanim oblastima. Kao oblasti diverzifikacije navodili su se obnova tradicionalnih seoskih domaćinstava i njihovo aktiviranje u turističke svrhe, restauracija autentičnih seoskih objekata poput vodenica i vinskih podruma, nabavka opreme koja bi obogatila dodatne turističke sadržaje, revitalizacija starih i tradicionalnih zanata i manifestacija u svrhu ruralnog turizma i druge aktivnosti koje prvenstveno generišu zaposlenje za žene koje žive u ruralnim oblastima. Međutim, u *Analizi budžetske podrške razvoju seoskog turizma u Srbiji i diverzifikaciji ekonomskih aktivnosti na selu* (Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije, 2009) navodi se da je najveći deo sredstava utrošen na aktivnosti izgradnje, adaptacije, revitalizacije i nabavke opreme, dok je mnogo manji

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

deo sredstava utrošen za edukaciju lokalnog stanovništva u oblasti sticanja znanja i veština za uspešno poslovanje i pružanje turističkih usluga i proizvoda, kao i na promociju ruralnog turizma u najširem obliku i smislu. Takav pristup može dovesti do paradoksalne situacije gde postoje adekvatni smeštajni, ugostiteljski i drugi objekti, koji su neiskorišteni, jer ne postoji lokalno stanovništvo koje je sposobno da turistima pruži adekvatnu turističku uslugu/proizvod/doživljaj iz razloga što nema dovoljno znanja i veština iz oblasti turističkog poslovanja. Ako na to dodamo i nepostojanje promocije, potencijalni turista će teško pronaći svoj put do kvalitetnog odmora u ruralnim sredinama. Ako posmatramo sektor ruralnog turizma (a i turizma uopšte), moramo biti svesni činjenice da je turizam prevashodno sačinjen od sektora uslužnih aktivnosti gde ljudski resursi predstavljaju temelj daljeg napredka i razvoja. Kvalitetni ljudski resursi mogu nadoknaditi manjak tehničkog kvaliteta u oblasti turizma, ali obrnuta situacija nije moguća – velika, u potpunosti opremljena kuća na prelepom vidikovcu turisti ne može nadomestiti nedostatak ljubaznosti, gostoprimstva i uslužnosti.

Kao jedan od najvažnijih elemenata *Strategije razvoja malih i srednjih preduzeća i preduzetništva u Republici Srbiji* (Ministarstvo za privredu i privatizaciju Republike Srbije, 2003) navodi se i sektor turizma kao jedan od sektora koji mogu značajno da podstaknu ekonomski razvoj, povećaju zaposlenost i devizni priliv. Međutim, dubljom analizom definisanja turističkog proizvoda Republike Srbije po ovom dokumentu, vidi se da se pod turističkim proizvodom primarno smatraju prirodna bogatstva (iako su ovo samo resursi koji mogu (a ne moraju) biti aktivirani u funkciji turistističkih proizvoda), zatim smeštajne kapacitete (hotele i druge vrste smeštaja), restorane i ugostiteljske objekte, prodavnice, saobraćaj i sportske aktivnosti. U ovom dokumentu nije prepoznat veliki broj usluga (poput demonstracije starih i tradicionalnih zanata, edukativnih aktivnosti, prerade sirovina u viši stepen obrade uz participaciju turista, umetnosti, zanimanja poput vodiča, fasilitatora, animatora itd.) koje mogu razviti preduzetničku inicijativu u ekonomski slabije razvijenim ruralnim oblastima i koje mogu generisati privremene ili povremene prihode lokalnom stanovništvu. U kasnije usvojenim strategijama koje se bave razvojem malih i srednjih preduzeća i preduzetništva u Srbiji primarno se ne pominje razvoj turizma, ali putem poboljšanja uslova preduzetničkog okruženja utiče se i na razvoj ruralnog turizma.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

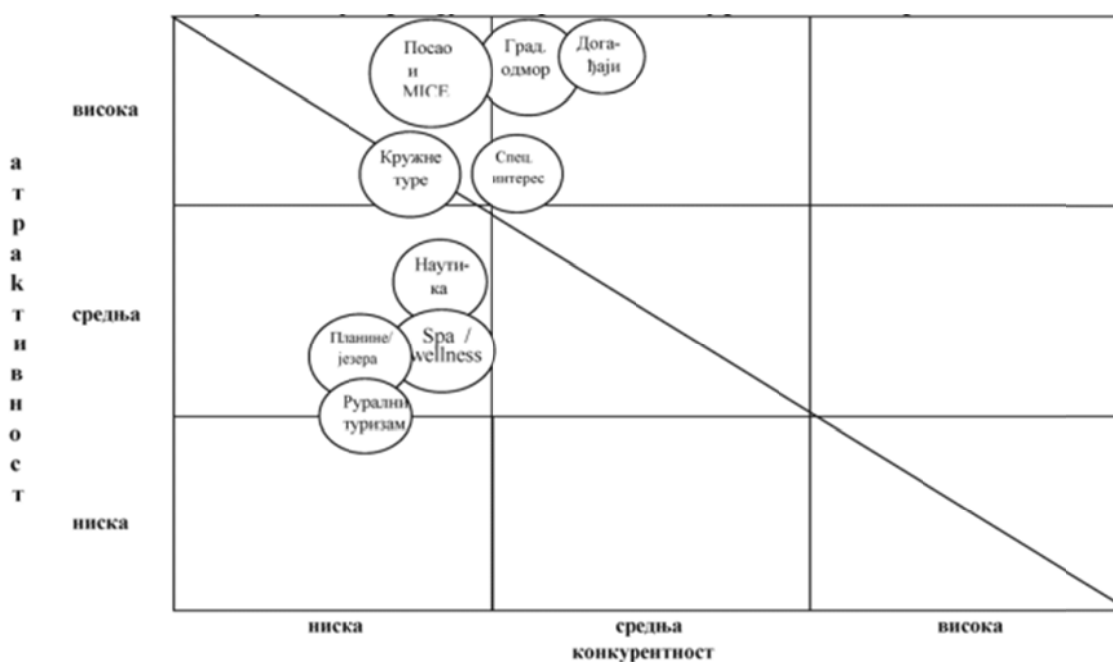
Strategija razvoja turizma Republike Srbije (Vlada Republike Srbije, 2006) ne prepoznaje ruralni turizam kao konkurentan turistički proizvod Srbije (tabela 17, slika 12), te samim tim i ne stvara adekvatnu zakonsku regulativu i okruženje koje će optimalno i suštinski podsticati dalji razvoj ruralnog turizma.

**Tabela 17. Ocena konkurentnosti turističkog proizvoda (Vlada Republike Srbije, 2006)**

evaluacioni kriterijumi	turistički proizvodi									
	gradski odmor	kružne ture	poslovni	spa/wellness	planine i jezera	nautika	dogadjaji	specijalni i interesi	ruralni turizam	
pretnja ulaska novih konkurenata	1	1	3	4	3	4	4	3	3	
pretnja od supstituta	4	4	5	4	3	4	3	5	3	
intenzitet konkurencije	1	2	3	3	3	3	5	3	3	
pregovaračka snaga na strani kupaca	4	3	3	5	3	3	5	5	3	
pregovaračka snaga na strani dobavljača	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
obim tražnje	5	5	5	3	4	3	3	1	1	
potencijal rasta tražnje	5	3	5	4	4	3	3	2	3	
kreiranje imidža	5	5	5	3	3	4	5	4	4	
brzna privlačenja investicija	3	3	4	3	3	4	2	2	3	
visina potrebnih ulaganja	5	5	2	2	2	2	4	5	4	
tehnička i upravljačka kompleksnost	5	4	3	1	3	3	4	5	4	
<b>ukupno bodova</b>	<b>43</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>43</b>	<b>40</b>	<b>36</b>	



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 12. Položaj ruralnog turizma u Strategiji razvoja turizma R. Srbije, (Vlada Republike Srbije, 2006)

### **2.3. Pro-poor turizam kao princip razvoja**

#### **2.3.1. Karakteristike siromaštva**

Definisanje siromaštva se samo na prvi pogled čini jednostavnim. Međutim, siromaštvo predstavlja složen multidimenzionalni fenomen koji nema jedinstvenu definiciju. Pored ekonomskog siromaštva kao najrasprostranjenijeg shvatanja siromaštva, termin *siromaštvo* pokriva i nedostatak slobode, izbora i pristupa elementima koji određuju i ulovljavaju kvalitet života pojedinca ili određenih društvenih zajednica. Po definiciji *Svetske banke*, siromašni su oni ljudi koji žive sa manje od 2 dolara dnevno, dok kategoriji ekstremno siromašnih pripadaju ljudi koji žive sa manje od 1 dolara dnevno. Međutim, ova definicija siromaštva ne uzima u obzir socijalne, kulturne i političke aspekte kvaliteta života. Siromaštvo po nekim autorima predstavlja i povredu ljudskih sloboda, kao i nedostatak izbora (Salençon, 2004). Drugi (*United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific* (ESCAP)) definišu siromaštvo sa višedimenzionalnog aspekta kao manjak novca, manjak pristupa i manjak moći (*Economic and Social Commission for Asia and the Pacific* (ESCAP), 2005).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Ruralne oblasti su obično veoma siromašne i karakteriše ih nizak nivo nepoljoprivrednih aktivnosti, infrastrukturnog razvoja, i pristupa osnovnim uslugama (Holland, Burian, & Dixey, 2003). Podaci *Svetske banke* pokazuju da ruralno stanovništvo čini 75 procenata od 1,3 milijarde ljudi koji žive u zonama ekstremnog siromaštva, dok podaci *Food and Agriculture Organisation* (FAO) pokazuju da 75 procenata od preko 800 miliona neuhranjenih takođe čini ruralna populacija (Bogdanov, 2011). Često se za određivanje nivoa siromaštva koristi bruto domaći proizvod (BDP) po glavi stanovnika, koji govori o proseku prihoda, ali ne i o raspodeli. Da bi se prevazišao ovaj nedostatak kreiran je *Indeks ljudskog razvoja* (HDI) koji obuhvata indikatore tri dimenzije: očekivani životni vek, znanje mereno prema pismenosti sa inkorporiranim osnovim i srednjim obrazovanjem i visini društvenog proizvoda po glavi stanovnika prema kupovnoj moći građana u dolarima. Mnoge institucije preko ove formule razvrstavaju zemlje u razvijene, zemlje u razvoju i treće zemlje sveta.

Ostali indikatori siromaštva se definišu i kroz stopu siromaštva, dubinu siromaštva i oštrinu siromaštva. Stopa siromaštva je odnos između broja siromašnih pripadnika posmatrane populacije sa ukupnim brojem pripadnika te populacije. Dubina siromaštva prikazuje koliko je potrošnja siromašnih ispod linije siromaštva, dok oštrina siromaštva izražava nejednakost među siromašnima. Interesantan pokazatelj siromaštva, odnosno raspodele potrošnje je i *Dini koeficijent* koji se kreće od 0 do 1. Vrednost 0 pokazuje apsolutnu ujednačenost potrošnje svih pojedinaca, dok 1 pokazuje apsolutnu koncentraciju potrošnje na samo jednom pojedincu.

Neka istraživanja ukazuju na to da ljudi vide siromaštvo kao nedostatak hrane i/ili prihoda kao posledicu internih i eksternih uzroka. Definisane siromaštva od strane siromašnih ljudi može biti značajno različito od definisanja istog pojma od strane akademika i političke elite (Truongab, Hall, & Garryf, 2014). Subjektivno siromaštvo nije nužno povezano sa visinom dohotka, već je često uslovljeno i osećajem siromaštva uprkos kvantitativnim pokazateljima koji određenu grupu svrstavaju izvan granica siromaštva. Pesimistično razmišljanje budućnosti i strah od pogoršanja materijalne situacije može uticati na stvaranje subjektivnog osećaja siromaštva (Bićanić & Franičević, 2005). Isto tako, određene zajednice po kvantitativnim pokazateljima predstavljaju siromašne zajednice, ali njihovi stanovnici ne vide sebe kao siromašne,

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

sve dok su u stanju da od poljoprivredne proizvodnje izdržavaju članove svoje porodice. Njihova percepcija siromaštva uslovljena je nesmetanim ostvarivanjem poljoprivrednih prinosa, a ne pokazateljima monetarne ekonomije (Suntikul, Bauer, & Song, 2009).

Rešavanje problema siromaštva je gorući problem kako nerazvijenih zemalja i zemalja u razvoju, tako i razvijenih zemalja. Pristupi u rešavanju su raznovrsni, ali je uloga preduzetništva prepoznata kao ključna (Linna, 2011). Jedna od mera za rešavanje problema siromaštva u zemljama u razvoju i zemljama u tranziciji jeste podizanje nivoa samozapošljavanja kroz porast broja malih preduzeća (Okolić, 2007). Tako mala i srednja preduzeća mogu podsticati razvoj novih poslova i proizvoda na lokalnom ili regionalnom nivou (Radosavljević & Borisavljević, 2003). Države trebaju da kreiraju takve politike u čijem će fokusu biti podrška razvoju preduzetničkih aktivnosti koje će zaposliti siromašne (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004). U literaturi se naglašava veza između seoskog turizma i smanjenja siromaštva (Mthembu, 2012). Mala preduzeća u oblasti turizma imaju značajan uticaj na smanjenje siromaštva (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004).

Nasuprot široko raširenom shvatanju da uspešnost turizma odgovara stepenu zadovoljenja potreba i očekivanja turista, određeni autori smatraju da je stepen uspešnosti turizma određen stepenom dobrobiti koju turizam donosi lokalnom stanovništvu i samoj destinaciji. Dohodak i zaposlenost lokalnog stanovništva određuje meru uspeha turizma (Ritchie, Crouch, & Hudson, 2001) i može bitno uticati na smanjivanje rizika od siromaštva.

U mnogim zemljama u razvoju, turizam se može posmatrati iz različitih perspektiva:

1. Ekonomisti turizam vide kao instrument za makroekonomski rast i devizni priliv;
2. Za privatni sektor, turizam je komercijalna aktivnost sa fokusom na razvoj proizvoda, kompetitivnost i povrat uložениh sredstava;
3. Stručnjaci u oblasti zaštite prirode vide turizam kao oblik održivog korišćenja prirodnih resursa, kao i unapređenje mogućnosti za očuvanje tih resursa;
4. Za stanovništvo ruralnih oblasti i NVO koje ih podržavaju, turizam je jedna od komponenti ruralnog razvoja;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

5. Turizam posmatran kao izvor prihoda sa posebnim uticajem na kompleksnost života siromašnog lokalnog stanovništva i njihovih potreba (Ashley, 2000).

Ruralno poljoprivredno stanovništvo predstavlja ubedljivo najsiromašniju socio-ekonomsku kategoriju u Srbiji. Visoka zavisnost ruralnog stanovništva od poljoprivrednog dohotka i zavisnost poljoprivrede od vremenskih uslova dovode do visokih stopa siromaštva i ugroženosti ruralnog stanovništva Srbije (Bogdanov, 2011). Ove razlike između urbanog i ruralnog područja uobičajene su za zemlje istočne i jugoistočne Evrope, kod kojih se odnos stopa ruralnog i urbanog siromaštva kreće od 1,3:1 do 3:1 (Mijatović, 2015).

Siromaštvo, naročito njegovi ekstremni oblici, nije bilo značajnije prisutno u Srbiji do početka 90-ih godina. Njegova pojava je izazvana ekonomskom i političkom nestabilnošću, kao i prilivom velikog broja izbeglica tokom devedesetih godina prošlog veka. U cilju smanjivanja siromaštva u Republici Srbiji, kreirana je *Strategija za smanjenje siromaštva*. Ova strategija je pošla od činjenice da je siromaštvo tesno povezano sa nivoom obrazovanja i da je prevashodno prisutno u ruralnim oblastima. Siromaštvo je u Strategiji posmatrano sa multidimenzionalnog aspekta u cilju podizanja kvaliteta života ne samo u ekonomskim aspektima, nego i na drugim poljima poput socijalne zaštite, obrazovanja, komunalnih usluga itd. Strategija se usmerava ka podsticanju otvaranja novih radnih mesta putem razvoja preduzetništva i malih i srednjih preduzeća, zatim uspostavljanja povoljnog poslovnog ambijenta putem zajedničkih i koordinisanih aktivnosti između države, lokalnih uprava i nevladinog sektora u cilju radnog angažovanja siromašnog segmenta stanovništva i daljeg razvoja i unapređenja mera, programa i instrumenata usmerenih prevashodno ka najugroženijim grupama u koje spada i ruralno stanovništvo (Vlada Republike Srbije, 2003).

Prema studiji Svetske banke *Ruralna ranjivost u Srbiji* (Ersado, 2006), domaćinstva i regioni sa većom zavisnošću od poljoprivrednih aktivnosti su u većem riziku od ugroženosti i siromaštva od onih gde veći udeo prihoda dolazi iz nepoljoprivrednih izvora. Veći udeo prihoda iz poljoprivrede je direktno povezan s većim ukupnim rizikom, posebno od elementarnih nepogoda. Zaključci tog istraživanja, prema ovoj studiji su da domaćinstva koja u većoj meri zavise od poljoprivredne proizvodnje imaju veći rizik da uđu u zonu siromaštva, kao i domaćinstva gde glava porodice ima niži nivo

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

obrazovanja. Ugroženija su i veća domaćinstva sa radno neaktivnim članovima, kao i domaćinstva koja ne poseduju vlasništvo nad kapitalom i pristup tržištu. Prostorno-geografski, klimatski i komunikacioni aspekti su takođe bitan faktor rizika, kao i (ne)mogućnost neformalnog zaposlenja.

U Srbiji, statistički posmatrano, procenat siromaštva u varošicama i selima je skoro duplo viši od procenta siromaštva u urbanim oblastima (tabela 18):

**Tabela 18. Siromaštvo u Srbiji u 2014. godini (Mijatović, 2015).**

Siromaštvo, urbano i ostalo, 2014.	Broj siromašnih, u 000	Stopa siromaštva, u %
<b>Srbija</b>	627	8,9
<b>Urbano</b>	284	6,7
<b>Ostalo (varošice i sela)</b>	344	12,2

Posmatrano kroz vremensku prizmu, od 2012. do 2014. procenat siromaštva na nivou Republike Srbije se drži se na granici od 9 procenata (tabela 19), dok je taj procenat za neurbane oblasti daleko viši i kreće se od 7,5 do 13,6 procenata (tabela 20).

**Tabela 19. Procenat siromaštva na nivou Republike Srbije (Mirković, 2011).**

<b>Siromaštvo u Srbiji, 2008-2014.</b>							
	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Linija siromaštva po ekviv. odraslom, din. mesečno	7.401	8.022	8.544	9.483	10.223	11.020	11.340
Stopa siromaštva (procenat siromašnih)	6,1	6,9	9,2	6,8	8,8	8,6	8,9
Broj siromašnih u 000	470	525	686	499	642	610	627

**Tabela 20. Procenat siromaštva u vangradskim oblastima Republike Srbije (Mirković, 2011).**

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014
Vangradsko područje	7,5	9,6	13,6	9,4	12,3	12,8	12,2

Fenomen siromaštva u Srbiji je ruralni fenomen koji je velikim delom uslovljen zavisnošću seoskog stanovništva i ruralne ekonomije od poljoprivrede. Smanjenjem ove zavisnosti i okretanjem i ka nepoljoprivrednim aktivnostima smanjuje se rizik od siromaštva (Mirković, 2011).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

U Srbiji se stopa siromaštva smanjuje sa povećanjem školske spreme nosioca domaćinstva, što se može videti iz tabele 21 (Mijatović, 2015).

**Tabela 21. Odnos obrazovanja i siromaštva u Srbiji (Mirković, 2011).**

	Stopa siromaštva
Nezavršena osnovna škola	20,2
Osnovna škola	17,5
Srednja škola	5,9
Viša škola	1,6
Visoka škola	1,0
Srbija	8,9

Povećanje i diverzifikacija aktivnosti i prihoda ruralnih domaćinstava, kao i smanjenje nezaposlenosti ruralnog stanovništva predstavlja pravi put ka smanjenu siromaštva ruralnog stanovništva u Srbiji (Mirković, 2011).

### 2.3.2. *Pro-poor* turizam kao princip razvoja

Turizam se često doživljava i kao elitistička industrija koja još više naglašava razlike između siromašnih i bogatih i neretko se tretira sa manje ozbiljnosti od drugih primarnih industrija (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Autorka *Scheyvens* (Scheyvens, 2007) analizira posmatranje turizma od pedesetih godina prošlog veka kada je turizam posmatran kao instrument deviznog priliva za novoformirane nezavisne zemlje Trećeg sveta, preko sedamdesetih i osamdesetih godina XX veka gde su siromašne zemlje ili bile isključene iz turističkih aktivnosti ili bile u podređenom položaju u industriji turizma, pa sve do devedesetih godina prošlog veka, gde je turizam prepoznat kao sredstvo za smanjivanje siromaštva nerazvijenih zemalja i zemalja u razvoju. *Svetska turistička organizacija (United Nations World Tourism Organization- UNWTO)* prepoznaje turizam kao instrument za smanjenje siromaštva i 2002. godine pokreće program *Održivi turizam za eliminaciju siromaštva (Sustainable Tourism for Eliminating Poverty - STEP)*. Za zemlje u razvoju turizam je veoma značajna aktivnost, kako u materijalnom, tako i u nematerijalnom pogledu. Broj turističkih dolazaka u najnerazvijenijim zemljama utrostručio se u periodu od 1998. do 2008., sa prosečnim godišnjim rastom od 13 procenata (International Labour Organization, 2011). Kvantitavni pokazatelji pokušavaju manje ili više uspešno procenti efekte turizma. Procena je da prihodi od međunarodnog turizma čine oko 10 procenata prihoda po

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

osnovi izvoza za zemalje u razvoju. Udeo turizma u bruto domaćem proizvodu može da se kreće od 3 do 5 procenata, kao što je u Nepal i Keniji, pa i do 25 procenata koliko je iznosio na Jamajki (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). Međutim, ovi podaci ne prikazuju ukupnu sliku uticaja turizma, jer ne obuhvataju uticaj domaćeg turizma na ukupni bruto domaći proizvod, kao i uticaj turizma na lokalnu ekonomiju, iako neke zabačene regije žive isključivo od domaćeg turizma, pogotovo kada su u pitanju verski motivi za putovanje (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Međutim, i pored ovih na prvi pogled ohrabrujućih pokazatelja, dublja analiza pokazuje da se između 55 i 75 procenata turističke potrošnje vraća u razvijene zemlje sveta (Blake, Arbache, Sinclair, & Teles, 2006).

Ipak, savremeni razvoj turizma u zemljama u razvoju će podstaći i razvoj *pro-poor* turizma (*Pro-poor* Tourism – PPT), koji će obezbediti optimalniju distribuciju koristi od razvoja turizma (Tolkach, Pearlman, & King, 2012). Koncept *pro-poor* turizma je relativno nov pojam. Prvi put je predstavljen od strane *Sektora za međunarodni razvoj Ujedinjenog Kraljevstva* 1999. godine (De Beer & De Beer, 2011). *Pro-poor* turizam ne predstavlja turistički proizvod, niti oblik turizma, već **princip razvoja** turizma koji se može i treba implementirati u sve razvoje strategije i planove čija je oblast delovanja razvoj turizma, srodnih i komplementarnih delatnosti u cilju smanjivanja siromaštva ugroženih lokalnih ekonomskih zajednica. PPT princip se implementira u razvojne strategije i aktivnosti sa ciljem pravičnije raspodele neto pozitivnih efekata turizma.

Strategije *pro-poor* turizma imaju za cilj stvaranje većih šansi za siromašne u sektoru turizma, a ne proširivanje ukupne veličine sektora turizma. Ove strategije se trebaju kombinovati sa strategijama opšteg turističkog razvoja (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). Strategije *pro-poor* turizma se kreću u pravcu promene raspodele koristi, stvaranja poslovnih mogućnosti, povećanja zaposlenosti i unapređenja obrazovanja i ravnopravnosti (Goodwin, 2009). Kao posledica gore navedenog, ugroženo lokalno stanovništvo ima veće šanse da izađe iz zone siromaštva (Suriya, 2011).

Po nekim autorima (Mowforth & Munt, 2003), *pro-poor* turizam je produkt održivog turizma, čiji nastanak proširuje obuhvat održivosti i na ekonomsku i socio-kulturnu održivost, a ne samo na održivost životne sredine. U fokusu *pro-poor* turizma se nalaze i druge egzistencijalne koristi, kao i veća participacija lokalne zajednice u donošenju

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

odluka (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001). Turizam u odnosu na druge proizvodne sektore poseduje karakteristike koje ga stavljaju kao primarnu oblast prilikom razvoja strategija i aktivnosti čiji je cilj smanjenje siromaštva. U ove karakteristike spadaju lakše povezivanje sa lokalnim preduzećima, činjenica da predstavlja radno intenzivan sektor sa akcentom na zapošljavanje žena, može se razvijati i u oblastima koje ne poseduju mogućnosti konkurentskog izvoza i osnovni resursi koji se angažuju u turističkoj indistriji su prirodni resursi i kultura (Luvanga & Shitundu, 2003), a njih i siromašne zemlje poseduju (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

Za turizam se može reći da je *pro-poor* ukoliko ostvaruje ekonomske ciljeve kroz obezbeđivanje stalnog ili povremenog zaposlenja, razvija preduzetničke mogućnosti u oblasti turizma, unapređuje druge egzistencijalne uslove poput pristupa tržištu, zdravstvene zaštite, unapređuje mogućnosti participacije siromašnih u procesu donošenja odluka sa ciljem unapređenja uslova njihove egzistencije (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004). Sve dok siromašno lokalno stanovništvo ima neto-koristi od turizma (ostvaruje više pozitivnih efekata i prihoda od negativnih efekata i troškova), turizam možemo klasifikovati kao *pro-poor*, pa čak i ako veće koristi ostvaruju bogatiji slojevi stanovništva (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001). Za uspešno građenje i implementaciju strategija *pro-poor* turizma neophodna je uspešna saradnja između brojnih stejkholdera na različitim nivoima, kao i razumevanje zajedničkih i pojedinačnih interesa svih stejkholdera. Kao što *pro-poor* strategije moraju biti komplementarne sa opštim razvojnim strategijama turizma (strategijama višeg nivoa), tako i *pro-poor* turizam ne može uspeti bez uspešnog razvoja celokupne turističke destinacije (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001). Ovo podrazumeva podršku malim turističkim preduzećima, saradnju sa lokalnim dobavljačima, podršku zaposlenosti siromašnog lokalnog stanovništva itd. (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

Znamo da su po pitanju siromaštva najugroženije ruralne oblasti, te se većina *pro-poor* strategija i aktivnosti upravo i implementira u ruralnim oblastima, gde turizam predstavlja instrument (Holland, Burian, & Dixey, 2003):

- ekonomskog rasta, diverzifikacije i stabilizacije;
- kreiranja zaposlenosti, kako u vidu primarnih izvora prihoda, tako i u vidu dodatnih prihoda koji su možda i značajniji
- sprečavanja migracije i oživljavanje ruralnih oblasti



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- održavanja i unapređenje javnih usluga;
- infrastrukturnog unapređenja;
- revitalizacije zanatstva, običaja i kulturnog identiteta;
- unapređenja mogućnosti za socijalni kontakt i razmenu;
- očuvanja i unapređenja prirodnog i antropogenog okruženja;
- povećanja nivoa prepoznavanja prioriteta ruralnih oblasti i potencijala od strane donosioca odluka i planera.

Pogrešno je zaključiti da je za uspešno osmišljavanje i implementaciju *pro-poor* strategija i aktivnosti odgovorna samo strana turističke ponude. Turistička tražnja, odnosno turista kao pojedinac čini drugu stranu ogledala, pokreće procese i lanac aktivnosti koje rezultuju finalnom turističkom potrošnjom, čiji fer deo ostaje u rukama lokalne zajednice. Odgovorni savremeni turisti su edukovani i svojim ponašanjem teže da stupe u interakciju sa lokalnim stanovništvom, kao i da doprinesu poboljšanju kvaliteta života lokalnog stanovništva. Mediji igraju značajnu ulogu u kreiranju i širenju slike destinacije i siromaštva (Privitera, 2015), te se ova činjenica treba iskoristiti prilikom dalje edukacije turista u smislu razumevanja snage i značaja turizma i njihove uloge u tom procesu u cilju smanjenja siromaštva, što takođe predstavlja jedan od modaliteta delovanja strategija *pro-poor* turizma.

*Pro-poor* turizam uključuje širok spektar stejkholdera različitih nivoa, od mikro do makro nivoa (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001). Stejkolderi u oblasti *pro-poor* turizma su različite nevladine organizacije i civilni sektor, privatni sektor, turisti, lokalna zajednica, svi nivoi državnih institucija, različite agencije za pomoć i druge internacionalne organizacije (Häusler, 2013; Tolkach, Pearlman, & King, 201). Privatni sektor obezbeđuje radna mesta za lokalne stanovnike i razvija preduzetničke modele aktivnosti koji se tiču proizvodnje i prodaje dobara i usluga. Država predstavlja regulatorno i podsticajno telo. Civilno društvo predstavlja katalizator koji nadgleda da li država i privatni sektor u potpunosti poštuju svoje uloge (Holden & Novelli, 2011). Siromašno lokalno stanovništvo ima duplu ulogu. Prva je uloga proizvođača i ponuđača, a druga uloga donosioca odluka (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001).

Složene odnose sa najbitnijim pozitivnim i negativnim uticajima možda je najbolje sintetički predstavio autor Häusler u tabeli 22:

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 22. Odnosi stejholdera u PPT strategijama, (Häusler, 2013).**

<b>partnerstvo</b>	<b>pozitivni aspekti</b>	<b>kritične tačke</b>
lokalna zajednica – država	jaka politička podrška	birokratija; često neuravnotežen odnos snaga;
lokalna zajednica – NVO	Dobri posrednici i dobro iskustvo u radu sa lokalnom zajednicom;	često neuravnotežen odnos snaga; manjak poslovnog iskustva;
lokalna zajednica – privatna preduzeća	Poslovne veštine Veza sa nacionalnim i međunarodnim turističkim tržištem; Odnosi Snaga su jasno definisani;	partnerstvo nije jednako; Bez iskustva u radu sa lokalnom zajednicom;
lokalna zajednica – donorske agencije	finansijak podrška i ekspertiza	Analiza prihoda, organizacione kulture i monitoring nisu deo programa; finansijska podrška samo godinu ili dve;
lokalna zajednica – turisti	Interkulturalna razmena; donacije;	Uticaji donacija mogu dovesti do toga da lokalno stanovništvo počinje podrazumevati i očekivati donacije

Staregije koje se tiču *pro-poor* turizma se razlikuju od redovnih strategija turističkog razvoja i moraju se smisleno uklapati u druge opšte strategije razvoja koje predstavljaju krovni dokument razvoja. U najvećem broju slučajeva podrška turizmu je inkorporirana u šire strateške programe poput programa koji se odnose na konzervaciju i zaštitu, razvoj preduzetništva ili infrastrukturne projekte (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Aktivnosti *pro-poor* turizma mogu se implementirati sa adaptacijama na bilo koju turističku ekonomiju. *Pro-poor* strategije teže da ostvare kombinaciju i optimalizaciju tri cilja: više turista, veću turističku potrošnju i veći udeo benefita koji će do siromašnih zaista i stići (Ashley, 2006). *Pro-poor* turizam je uslovljen specifičnim uslovima i okruženjem u kom se sprovodi, kao i različitim kulturnim kontekstima. Ne postoji jedinstven recept, niti standardizovan model implementacije ovog principa razvoja turizma (Sofield, Bauer, De Lacy, Lipman, & Daugherty, 2004). U skladu sa navedenim, obimi *pro-poor* projekata i strategija variraju i kreću se od mikro, preko lokalnih i regionalnih, pa sve do nacionalnih i internacionalnih projekata (King & Pearlman, 2009). Po nekim autorima osnovne intervencije na makro nivou trebaju da imaju za cilj uspostavljanje partnerstva između lokalne samouprave i drugih stejholdera,

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

dok je na mikro nivou primarno osnaživanje kontrole i upravljanja lokalnim resursima od strane lokalne zajednice (Lewis & Brown, 2007).

*Pro-poor* turizam strategije fokusiraju tri oblasti: **povećanje ekonomskih koristi** (širenje poslovnih mogućnosti za siromašne, povećanje zaposlenosti i ostvarivanje zajedničkih koristi), **pozitivne neekonomske uticaje** (poboljšanje kvaliteta znanja, veština i sposobnosti siromašnog lokalnog stanovništva, ublažavanje negativnih uticaja na životnu sredinu i usmeravanje socijalnog i kulturnog uticaja turizma) i **reformu politike i procesa** (izgradnja strategija i planskih okvira koji će više podržati interese siromašnih, promocija participacije siromašnih i partnerstvo privatnog sektora u strategijama *pro-poor* turizma) (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001). Ukoliko *pro-poor* turizam strategije posmatramo isključivo iz pozicije beneficija koje lokalna zajednica ostvaruje, razlikujemo strategije koje donose ekonomske koristi lokalnoj zajednici, zatim one strategije koje donose druge egzistencijalne koristi poput socijalnih i kulturnih i strategije koje donose manje opipljive/materijalne koristi (Pro-Poor Tourism Partnership, 2004). Primećeno je da se u samom začetku razvoja turizma u siromašnim lokalnim zajednicama turizam često povezuje sa nematerijalnim koristima, odnosno kao simbol savremenosti, unapređenja u progresu, kao i interkulturalna razmena (Suntikul, Bauer, & Song, 2009).

Posmatranjem strategija i aktivnosti *pro-poor* turizma iz perspektive siromašnog lokalnog stanovništva veće su šanse za uspeh smanjenja siromaštva putem turizma (Truongab, Hall, & Garryf, 2014). Strategijama treba da se podrže turističke aktivnosti manjeg obima, kao i aktivnosti u neformalnom sektoru, da se ojača saradnja između turističkih preduzeća i lokalne privrede, da se smanje negativni uticaji koji pogađaju siromašni sloj lokalne zajednice i da se promovišu aktivnosti *pro-poor* turizma na međunarodnom planu. Za uspešnu implementaciju razvoja *pro-poor* turizma potrebno je uključiti lokalne ljude, kao i obezbediti i alternativne izvore prihoda (Truongab, Hall, & Garryf, 2014). Malo širu listu ključnih faktora u implementaciji strategija *pro-poor* turizma i aktivnosti koje proizilaze iz tih strategija nalazimo u istraživanju autora *Pandey-a*, koji navodi kao ključne faktore kvalitet radne snage, makroekonomsku i političku stabilnost, izvore finansiranja, komercijalne faktore, socio-ekonomske faktore, kao i participaciju, integracije i koordinaciju (Pandey, 2008). Značajno je zapažanje

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

da je *pro-poor* turizam teško ostvariti u ranim i kasnim fazama razvoja turističke destinacije. Potrebno je da postoji bar okvirni turistički proizvod lokalne zajednice/destinacije na koji se mogu nadovezati elementi strategija *pro-poor* turizma (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Međutim, i pored koristi koje *pro-poor* turizam generiše za siromašno lokalno stanovništvo, mora se uvek imati u vidu tržišni karakter turističkog proizvoda uopšte, pa samim tim i proizvoda *pro-poor* turizma, te da stimulisanje turističkih aktivnosti u korist siromašnih ne sme ići do granice smanjenja konkurentnosti (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Takođe, iskustva pokazuju da se kontinuitet u radu i generisanju održivih koristi za siromašne ne može garantovati na duži rok ako nisu u toku trajanja projekta razvijeni instrumenti samoodrživosti (Goodwin & Santilli, 2009).

*Jamieson, Goodwin i Edmunds* (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004) naglašavaju da najveće barijere za implementaciju *pro-poor* turizma u borbi protiv siromaštva predstavljaju:

- Nedostatak državnih programa namenjenih neformalnom sektoru koji ima veliku snagu smanjenja siromaštva;
- Nedostatak edukacije zaposlenih u institucijama čiji je fokus delovanja turizam i smanjenje siromaštva iz domena primene *pro-poor* strategija kao instrumenta u borbi protiv siromaštva;
- Nemogućnost siromašnog stanovništva da obezbedi finansiranje putem kredita;
- Državne i nevladine organizacije nisu dovoljno dobro organizovane da iskoriste mogućnosti koje pruža razvoj turizma:
- Siromašni imaju ograničen pristup infrastrukturi i drugim sredstvima;
- Države, a posebno regionalne i lokalne zajednice ne poznaju tržište i ne mogu razviti strategije turizma i turističke proizvode na osnovu informacija sa tržišta;
- Zastarela regulativa i birokratija sprečavaju razvoj inovativnih usluga i proizvoda;
- Nedostatak transportnih mogućnosti i komunikacione infrastrukture u najsiromašnijim oblastima sprečava dalji razvoj.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Sumarni prikaz osnovnih problema razvoja turizma u siromašnim lokalnim zajednicama i njegove implementacije, kao i mogućih aktivnosti u cilju ublažavanja uticaja, odnosno rešavanja problema putem PPT strategija dali su autori *Bennett, Roe i Ashley* u tabeli 23:

**Tabela 23. Strategije turizma u korist siromašnih (Bennett, Roe, & Ashley, 1999)**

Problemi	Strategije
Barijere za uključivanje u granu za mala i srednja preduzeća.	-krediti i obuka -reforma politike i planski mehanizmi -partnerstva sa privatnim sektorom
Očigledni potencijal za veze sa ostalim sektorima se retko realizuje.	-poboljšani kvalitet, pouzdanost i konkurentnost lokalnih proizvoda -promena stimulansa i stavova preduzeća -omogućiti proces povezivanja, smanjiti transakcione troškove
Broj radnih mesta u turizmu raspoloživih za siromašne je ograničen zbog nedostatka njihovih veština, a i kvalitet zapošljavanja u grani može biti mali.	-obuka vezano za veštine dočekivanja gostiju, usmerena na siromašne - razvoj i implementacija radnih standarda -inicijative usmerene na zaustavljanje i rasta i smanjenje seksualnog turizma i dečijeg rada
Turizam može rezultirati gubitkom ili smanjenim pristupom zemljištu i prirodnim resursima ili njihovom degradacijom. Mere za ublažavanje ekološkog uticaja su ponekad u suprotnosti, umesto da poboljšavaju uslove života.	-izrada/ reforma planskog okvira -decentralizacija vlasničkih prava nad zemljom i divljinom na lokalno stanovništvo -korišćenje prikladnih mera za ublažavanje posledica
Turizam može podrivati osnovne usluge u siromašnim zajednicama kroz preopterećivanje sistema kanalizacije i vodosnabdevanja; može rezultirati kulturnim mešanjem i gubitkom privatnosti; može dovesti do porasta seksualne industrije.	-kombinovati investicije u osnovne usluge za turizam sa zadovoljenjem lokalnih potreba -lokalni kodeksi ponašanja i lokalne turističke inicijative -podići svest o kulturnim pitanjima među turistima
Institucije i procesi odlučivanja su često strukturirani na način da se interesi siromašnih ne uzimaju u obzir.	-procesu participatornog planiranja -institucionalna izgradnja kapaciteta na lokalnom nivou -koordinacija između sektora -stimulansi i kapaciteti za turizam u korist siromašnih
Mnoge države vide turizam kao sredstvo da generišu devizne prihode, a ne da reše siromaštvo. I ukoliko postoji spremnost,	-proceniti i razvijati spremnost države da podrži turizam u korist siromašnih  -izgraditi kapacitete za implementaciju

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

može biti teško identifikovati i implementirati široki spektar neophodnih reformi politike.	prihvaćenih obaveza korisnih za siromašne
Razlozi da organizacije promovisu agendu u korist siromašnih nisu jasni.	-poslovna partnerstva promovisu stavljanje turizma u korist siromašnih u agendu organizacija
Turizam u korist siromašnih nije trenutno u međunarodnoj agendi, ali mnoge međunarodne aktivnosti imaju potencijala da utiču na njega.	-međunarodni dobrovoljni kodeksi -obrazovanje potrošača -procena uticaja turističkih propisa EU na siromašne proizvođače -smernice sa „dobrim praktičnim rešenjima“ u oblasti turizma u korist siromašnih -promovisati stavljanje turizma u korist siromašnih u međunarodnu agendu

Iskustva Češke (Holland, Burian, & Dixey, 2003) mogu biti veoma značajna za primenu strategija *pro-poor* turizma i u Srbiji, iz razloga što je Češka takođe bivša komunistička zemlja koja se suočila sa problemima tranzicije i privatizacije. I u Češkoj, kao i u Srbiji u komunističkom periodu privatno vlasništvo i preduzetništvo nisu bili prisutni i sve privredne aktivnosti zemlje odvijale su se kroz centralno-planski sistem. Što se tiče nivoa razvijenosti turizma u ruralnim oblastima i resursne osnove za dalji turistički razvoj, i Češka poput Srbije se tada nalazila na samom začetku razvoja, bez turističkih proizvoda, raspoložuci samo čistom i nezagađenom životnom sredinom u posmatranim oblastima, bez kapitala za dalje investiranje u preduzetništvo, kao i bez volje i želje za partnerstvom i zajedničkim delovanjem.

Primena starije *pro-poor* turizma u ruralnim oblastima Češke odvijala se kroz različite faze. Nosioc ovog programa bila je neprofitna nevladina organizacija ECEAT CZ (*European Centre for Eco Agro Tourism*). Prva faza je obuhvatala period od 1995. do 1998. godine. Cilj ove faze bio je građenje institucionalnih kapaciteta, usavršavanje znanja i veština iz oblasti poslovanja u turizmu i kreiranje turističkog proizvoda. Prvi korak je podrazumevao analizu potreba, snaga i slabosti svih identifikovanih stejkholdera iz državnog, privatnog i nevladinog sektora sa teritorije posmatranih pet

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

opština, odnosno građenje institucionalnih kapaciteta. Putem seminara, treninga i obuka pokušala se podići svest o zajedničkim ciljevima i interesu koji donosi razvoj ruralnog turizma. Takođe se radilo na jačanju međusobne saradnje u cilju uspešne implementacije dugoročne strategije razvoja. Razvijanje znanja i veština potrebnih za uključivanje u turističku ponudu je bio sledeći korak gde su u fokusu obuke bili lokalni stanovnici posmatranih opština. Kroz edukaciju, seminare i štampani materijal se pokašala razviti svest o značaju razvoja turizma za lokalne zajednice i pojedinca, zatim podići nivo participativnosti lokalnog stanovništva u odlučivanju i raditi na standardizaciji i kvalitetu turističkih proizvoda i usluga, kao i očuvanju životne sredine u skladu sa principom održivosti. Ideja razvijanja veština je shvaćena kao dugoročna aktivnost mrežnog karaktera. Druga faza obuhvata je period od 1998. do 2000. godine i predstavljala je razvoj turističkih ruta zasnovanih na tradiciji i nasleđu. Osnovni problem koji se pojavljuje u ovom periodu jeste neadekvatna politička i finansijska podrška. Institucionalni okviri su predstavljali problem usled političke nestabilnosti i česte promene osoblja.

Uprkos problemima, ECEAT CZ odlučuje da nastavi sa aktivnostima i to u proširenom obimu. Pored kreiranja turističkog proizvoda, primarni ciljevi između ostalog su i iskorištavanje punih resursnih kapaciteta, kao i trenda „alterantivnih“ odmora, uključivanje opština koje još nisu uključene u ruralni turizam, uključivanje dodatnih i komplementarnih elemenata turističkog proizvoda, proširivanje ponude i povećanje turističke potrošnje u posmatranim oblastima. Dalji nastavak aktivnosti prelazi nacionalne okvire i uključuje se u aktivnosti EU PHARE programa, čiji je cilj regeneracija ruralnih ekonomija zemalja centralne, istočne i jugoistočne Evrope koje su bile pod komunističkim režimom. Primer Češke oslikava dobro planirani višefazni pristup kreiranju i implementaciji strategija *pro-poor* turizma sa svih nivoa delovanja sa ciljem ruralnog razvoja i smanjenja siromaštva. Iskustva zemalja sa sličnim resursnim i političkim okvirima predstavljaju dragocen instrument i vodič za razvoj i primenu strategija *pro-poor* turizma na prostoru Republike Srbije.

Aktivnosti koje mogu biti obuhvaćene strategijama *pro-poor* turizma su veoma heterogene i pored primarnih turističkih aktivnosti vezanih za smeštaj i ishranu, obuhvataju i niz drugih komplementarnih aktivnosti. Iskustvo pokazuje da kreiranje

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

kvalitetnijeg turističkog proizvoda stvara šire mogućnosti za uključivanje siromašnog lokalnog stanovništva (Chaisawat, 2006). Otvaranje mikro, malih i srednjih preduzeća kreira nova radna mesta, čiji broj raste uporedo sa rastom prihoda po osnovu turizma (Mshenga, Richardson, Njehia, & Birachi, 2010). Takođe, optimalnija raspodela benefita između preduzetnika u oblasti turizma i lokalnog stanovništva dovodi do povećanja nivoa zainteresovanosti siromašnih da se uključe u turističku ponudu (Stone & Stone, 2010). Odluka lokalne zajednice da prioritetno razvija turizam utiče pozitivno i ohrabruje siromašno lokalno stanovništvo da se uključi u turistički sektor ili komplementarne sektore (Richins, 2000).

Osnovni faktori koji utiču na stepen ekonomske participacije siromašnih u turističkim aktivnostima su mnogobrojni. Po autorima *Ashley, Boyd i Goodwin* najznačajni faktori su (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000):

- Ljudski resursi lokalnog stanovništva, odnosno sposobnost i znanje lokalnog stanovništva o tome šta je turista, koja su njegova očekivanja, na koji način se komunicira sa turistima itd.;
- Finansijski kapital koji omogućava proširenje ili ulazak u neformalni sektor turističkog poslovanja;
- Socijalni kapital i sposobnost organizacije siromašne lokalne zajednice povećava šanse za uspešniju participaciju siromašnog stanovništva;
- Pol, jer uslužni sektor turizma podrazumeva značajnu zastupljenost nisko obrazovane radne snage najčešće iz oblasti kućnih poslova što omogućava radno angažovanje žena;
- Mogućnost uklapanja turizma kao dodatne radne aktivnosti sa primarnim radim angažovanjem;
- Lokacija koja može ponuditi kvalitetan turistički proizvod, sa infrastrukturom i drugim komercijalnim turističkim uslugama;
- Vlasništvo lokalnog stanovništva nad zemljom pruža bolje šanse za uspešno uključivanje u aktivnosti *pro-poor* turizma;
- Planiranje budućeg razvoja i dobiti od strane lokalne zajednice i direktno pregovaranja lokalne zajednice i turističkih kompanija smatra se poželjnim;



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Turistička regulacija i birokratija koje pokrivaju turističko poslovanje su najčešće formirane prema potrebama formalnog sektora i često negativno utiču na segment ponude koji nije kapitalno jak i nema značajne kontakte;
- Pristup turističkom tržištu. Često je turističko tržište nedostupno lokalnom stanovništvu, te oni svoje proizvode i usluge mogu ponuditi na periferiji turističkih dešavanja;
- Veza između formalnog sektora i lokalnih dobavljača, koji formalnom sektoru mogu obezbediti radnu snagu i neke proizvode;
- Tržišni segment i tip turista utiču i na participaciju siromašnog lokalnog stanovništva.

*Meyer* (*Meyer, 2007*) vidi sektor smeštajnih usluga kao vodeći u oblasti *pro-poor* turizma. On ovaj sektor deli na dve celine prema aktivnostima- ključne i sporedne. Ključne aktivnosti stvaraju formalno zaposlenje kroz osnovne i komplementarne turističke aktivnosti. Sporedne aktivnosti podrazumevaju izdvajanje aktivnosti poput pranja veša, zabave itd. Unutar turističke privrede neformalni sektor pruža najznačajnije mogućnosti koje najsiromašnije stanovništvo i žene mogu najlakše iskoristiti i ostvariti neto-koristi (*Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999*). Jačanje neformalnog sektora povećava mogućnost angažovanja na više povremenih ili privremenih poslova, što vodi ka diverzifikaciji izvora prihoda koja umnogome smanjuje rizik od siromaštva ruralnog stanovništva. Okretanje od jednog izvora zaposlenja ka većem broju različitih izvora zaposlenosti jeste nužno ukoliko ruralno stanovništvo želi da izbegne siromaštvo (*Mthembu, 2012*).

Neki autori (*Roe & Urquhart, 2001*) navode kao primarne prednosti agriturizma u *pro-poor* turizmu u odnosu na druge aktivnosti:

- Agriturizam povećava mogućnost širokog učešća neformalnog sektora;
- Turisti sami dolazi do proizvoda, odnosno seoskih domaćinstava, te siromašno stanovništvo nema putne troškove i troškove distribucije;
- Agriturizam se bazira na prirodnim resursima i kulturi. Ove resurse siromašni imaju, čak i ako nemaju finansijska sredstava;
- Agriturizam može biti radno intenzivniji od proizvodnje;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- U poređenju sa drugim sektorima, veći deo benefita je usmeren ka ženskoj populaciji, uz napomenu da to ne mora biti i nužno siromašan segment.

U prilog ovom stavu ide i turistički razvoj siromašne oblasti *Sikkim*. Severna planinska oblast Indije *Sikkim* poznata je po svom nepristupačnom terenu, nerazvijenoj industriji i nedostatku infrastrukture. Problemi koji su ograničavali dalji razvoj ove oblasti pretvoreni su u prednosti, na način da su topografske različitosti, prijatna klima, bogat biodiverzitet i kulturno nasleđe postali faktori privlačenja turista. Razvoj turizma generisao je kako direktno, tako i indirektno zaposlenje za lokalno stanovništvo kroz razvoj seoskog, eko i agro turizma uz podršku lokalnom stanovništvu da se lokalni resursi i lokalna radna snaga angažuje u najvećoj mogućoj meri u cilju generisanja što veće koristi za siromašno lokalno stanovništvo (Sattar, 2014). Ovaj plan je u skladu i sa odlukom iz 2003. godine, po kojoj ova oblast treba da se u potpunosti okrene organskoj poljoprivrednoj proizvodnji i postane organska oblast, što je i postignuto 2015. godine. Intenzivna promocija turizma od strane države dovela je do toga da se prihod po osnovu turizma uveća 14 puta u periodu od 25 godina (Wikipedia, the free encyclopedia, 2016).

Pored smeštajnih usluga i poljoprivrede, zanatstvo, umetnost, građavinarstvo i druge vrste usluga mogu biti implementirane u strategije *pro-poor* turizma i značajno doprineti boljem kvalitetu života siromašnog stanovništva putem povećanja zaposlenosti, povećanja prihoda, očuvanja lokalne tradicije, kulture, vrednosti itd.

Program JOBS, iz Bugarske podržava razvoj turizma u zanatstvu, domaćoj radinosti i izradi suvenira. Podrška se sprovodi preko biznis centara čiji je cilj da zanate i umetnost pretvore u ekonomski održive delatnosti putem turizma. Pomoć je usmerena kako na edukaciju u oblasti finansija, marketinga i razvoja proizvoda, tako i na povećanje vidljivosti i distribucije putem dve elektronske prodavnice suvenira i jedne prodajne zanatske kuće. Biznis centri su preuzeli i deo aktivnosti koje se tiču uspostavljanja i unapređenja saradnje lokalnih ponuđača turističkih proizvoda i usluga sa turoperatorima, aktivnosti turističkih informativnih centara, ali i kreatora lokalnih i regionalnih turističkih proizvoda (Grozđanić & Savić, 2008).

Često i pojedinac može biti nosilac *pro-poor* strategije i aktivnosti, a da toga nije ni svestan. Tako je jedan preduzetnik u južnom Jutlandu revitalizovao stari zamak koji je

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

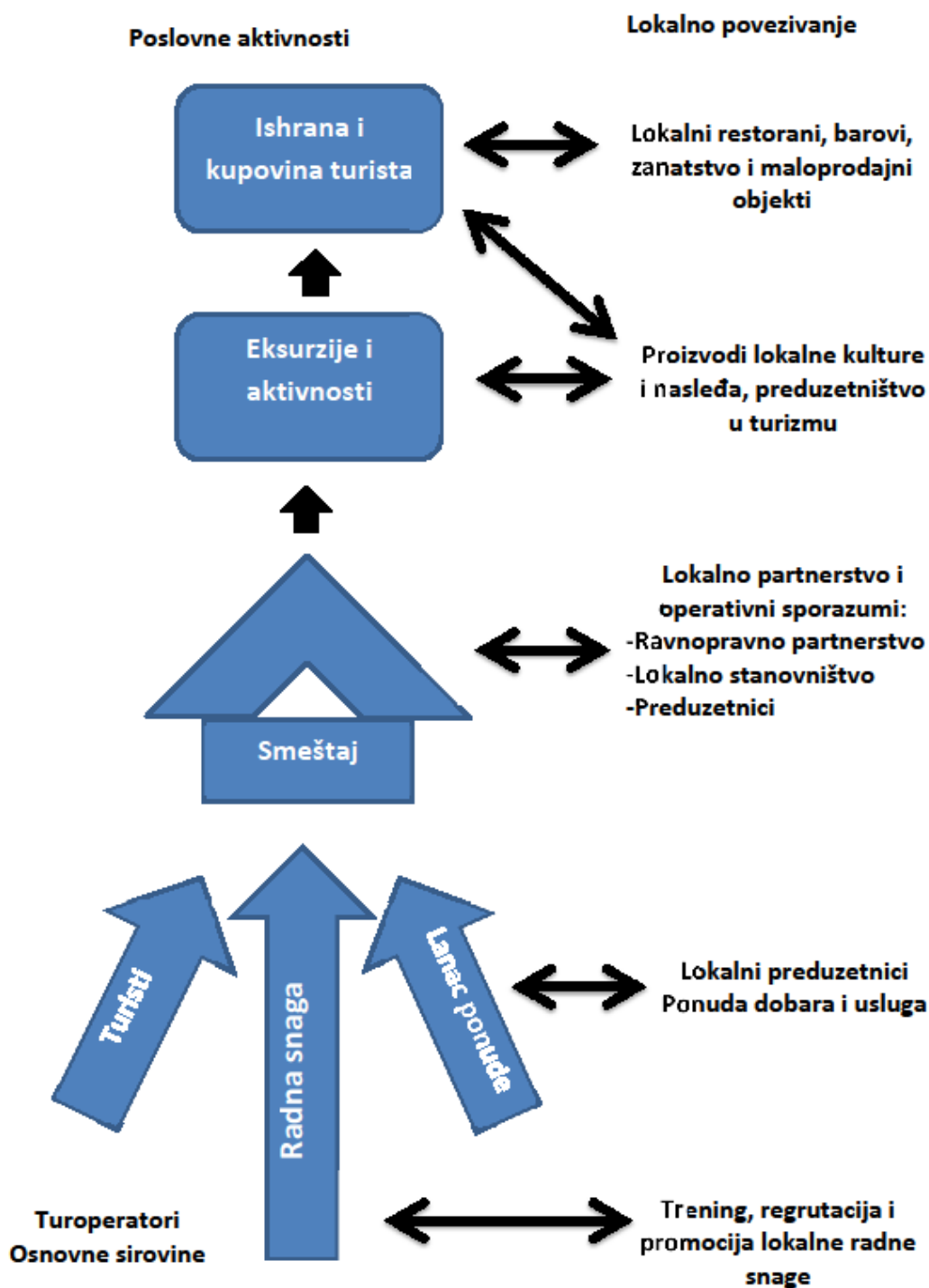
---

preko 25 godina stajao ruiniran i napušten. Zamak je renoviran i koristi se u poslovne, smeštajne i druge turističke svrhe. U sklopu zamka nalaze se smeštajni kapaciteti, kuhinja sa restoranom, vinski podrum, kafe, prodavnica organskih proizvoda, bašte i staje gde se proizvode i gaje organski poljoprivredni proizvodi namenjeni za internu upotrebu, ali i za prodaju. Rekonstrukcija zamka je podrazumevala poštovanje tradicionalnog i autentičnog načina gradnje, a princip poštovanja tradicije i lokalnog podneblja je prisutan i kod ostalih aktivnosti i sadržaja koje zamak pruža, poput gastronomskih aktivnosti i tradicionalne proizvodnje poljoprivrednih proizvoda. Zamak je obezbedio zaposlenje za 25 lokalnih stanovnika svih nivoa obrazovanja i različitih profesija, a samo tokom 2007. godine ostavreno je preko 12.000 poseta. Lokalna zajednica doživljava zamak kao deo svoje istorije, te je njegova revitalizacija veoma važna za zajednicu, jer pored otvaranja novih radnih mesta, revitalizacija doprinosi i očuvanju i održivom razvoju kulturnog nasleđa zajednice (Müller, 2012).

Aktivnosti u korist siromašnih se mogu svoditi i putem neformalnog sektora kao što je prikazano u studiji slučaja ronilačkog kampa (Spenceley & Seif, 2003), gde se okolno lokalno stanovništvo angažuje na čišćenju i održavanju ronilačke opreme, poslovima održavanja higijene, transfera turista itd.

Pregled veza između turizma i lokalne ekonomije takođe može dati široku sliku o opsegu oblasti i aktivnosti koje se mogu implementirati u strategije *pro-poor* turizma (slika 13):

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

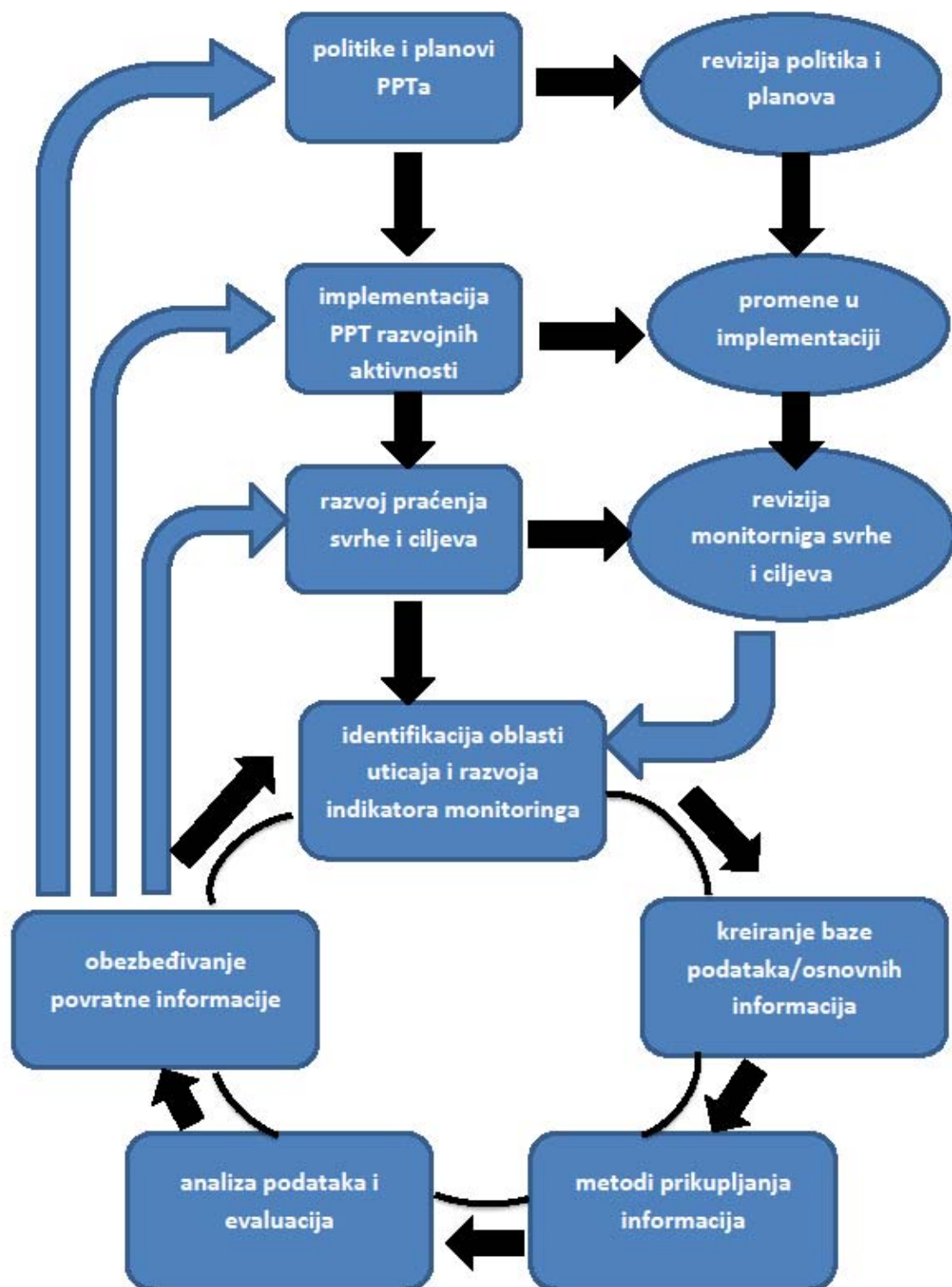


Slika 13. Različiti tipovi veza između turizma i lokalne ekonomije (Ashley, Goodwin, McNab, Scott, & Chaves, 2006).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Međutim, koju god strategiju da primenimo cu cilju stvaranja neto-koristi za siromašne ruralne lokalne zajednice, monitoring i evaluacija predstavljaju bitnu aktivnost koja presudno može uticati na celokupan uspeh strategije. Pri tome je bitno da monitoring i evaluaciju posmatramo kao sukcesivni i permanentni proces, a ne kao pojedničnu (najčešće poslednju) etapu u procesu realizacije ili implemetacije *pro-poor* strategije i aktivnosti. Samo permanentna evaluacija daje mogućnost preduzimanja planskih korektivnih aktivnosti i pravovremenog odgovora na nepredviđene ili nerealno procenjene interne i eksterne faktore uticaja. Važnost i kompleksnost monitoringa prilikom primene *pro-poor* staregija i aktivnosti možda najbolje predstavlja slika broj 14:



Slika 14. Faze razvoja strategija *pro-poor* turizma, (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

### 2.3.3. Kritika *pro-poor* turizma

Istraživači (Goodwin, 2007) tvrde da još uvek ne postoji dovoljno dokaza da aktivnosti *pro-poor* turizma donose željene rezultate u pogledu poboljšanja životnih uslova siromašnih lokalnih zajednica. Veliki broj projekata *pro-poor* turizma ne ostvari postavljena očekivanja. Sa ekonomskog aspekta, oni budu u potpunosti neuspešni ili neznatno uspešni. Najčešće je razlog za neuspeh nedostatak tržišnog fokusa ili nedovoljna uključenost privatnog sektora (Goodwin, 2009; Harrison, 2008). Kritika *pro-poor* turizma se svodi i na činjenicu da *pro-poor* turizam ne pokušava promeniti opšti princip raspodele bogatstva u okvirima neoliberalizma, kao i da se ne definiše jasno da li su primarni interesi siromašnih ili interesi industrije turizma (Harrison, 2008; Scheyvens, 2011). *Pro-poor* turizam favorizuje poslovne interese sektora turizma, ali i stvara prevelika očekivanja od turizma u borbi protiv siromaštva (Nawijn, Van der Sterren, & Peeters, 2008) bez uzimanja u obzir strukturnih ograničenja (Spenceley & Meyer, 2012). Razvoj turizma može imati i negativne efekte na domaće stanovništvo. U ruralnim oblastima raseljavanje stanovništva sa njihovih poseda i veća konkurencija za prirodnim resursima poput vode, šume, divljih životinja podrazumeva kompromise. Strategije *pro-poor* turizma trebaju imati fokus na minimiziranju negativnih uticaja u istoj meri kao i eksploataciju pozitivnih efekata (Holland, Burian, & Dixey, 2003).

Turizam često iskorišćava kulturno i socijalno lokalnu zajednicu, oštećuje prirodno okruženje, dok sa druge strane ne obezbeđuje očekivani ekonomski podsticaj (Sharpley, 2002). Dešava se da naplaćivanje usluga turistima, bilo da je u pitanju pokazivanje lokalnih atrakcija ili obezbeđivanje hrane, nije u skladu sa uverenjima i stavovima lokalne zajednice, te se usluge turistima pružaju besplatno (Suntikul, Bauer, & Song, 2009). Ovde se mora napomenuti i komercijalizovanje, banalizovanje i pretvaranje običaja i tradicije u „robu“, kao i neprimereno ponašanje turista, širenje neadekvatne zapadnjačke kulture i razvoj nepoželjnih oblika turizma poput seks turizma i ekstremnih slučajeva *dark* turizma.

Negativni efekti turizma na lokalnu zajednicu ogledaju se i kroz stvaranje pritiska na usluge i objekte što zahteva povećane investicije, povećane troškove života za lokalno stanovništvo, lokalna kultura se posmatra kao roba, dolazi do negativnih uticaja na lokalnu tradiciju i kulturu života, starosedeooci se izmeštaju na druga mesta, dolazi do

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

porasta kriminala i zagađnja, kao i uništavanja životne sredine (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004).

Siromašni sloj stanovnika je osetljiviji na negativne efekte poput gubitka prirodnih resursa i ranjivosti zbog lokalne inflacije (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). Gubitak prirodnih resursa pogotovo u prioblanim oblastima i lokalna inflacija najviše pogađa najsiromašnije koji se i suočavaju sa najvećim barijerama za ulazak u turističku aktivnost (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

Neka istraživanja pokazuju da lokalni sektor turizma u najvećoj meri donosi koristi bogatijim članovima zajednice i turoperatorima, što dovodi do eskalacije sukoba interesa među bogatih i siromašnih članova zajednice (Truongab, Hall, & Garryf, 2014). Uočljivo je to da koncept razvoja *pro-poor* turizma često izbegava da se suoči sa činjenicom da nejednaka raspodela prihoda može da podrazumeva gubitak u kvalitetu života za većinu seoskog stanovništva, tako što društveni segment koji najviše prihoduje pokušava da poveća svoju ekonomsku i političku moć na štetu drugih društvenih grupa (Gascon, 2015).

Zanimljiva je studija (Pathompituknukoon, Khingthong, & Suriya, 2012) rađena primenom Modela opšte ravnoteže (*Computable General Equilibrium- CGE*) modela, putem kog su se želeli istražiti efekti povećanja prihoda od turizma nasuprot smanjenju poljoprivrednih prihoda. Studija je sprovedena u selu *Mae Kam Pong*, na Tajlandu i posmatrana su četiri elementa: ekspanzija i recesija osnovnih ekonomskih sektora, raspodela dohotka, socijalna dobrobit sela i dobrobit najsiromašnijih domaćinstava. Ustanovljeno je da se prihodi od turizma raspoređuju nejednako. Najbogatijih 20 procenata stanovništva su najveći dobitnici, dok su 20 procenata najsiromašnijih najveći gubitnici. Socijalno blagostanje lokalne zajednice skoro da predstavlja konstantu u posmatranoj situaciji, dok najsiromašnija domaćinstva ne mogu da zadrže svoju poziciju usled rasta cena uzrokovanog razvojem turizma. Direktno neto-koristi od turizma će iskusiti čitava lokalna zajednica, a ne nužno najsiromašniji (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). Do sličnih zaključaka vodi i studija sprovedena u Laosu. Ono pokazuje da 20 procenata porodica nisu ostvarile prihode od turizma u prvih šest meseci 2005. godine, dok je 18 procenata porodica ostvarilo prihode preko 50 dolara. Ostatak porodica je podeljen između ova dva ekstrema (Suntikul, Bauer, & Song, 2009).



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Naučnici ukazuju i na to da tokom vremena dolazi do promene procene uticaja turizma na lokalnu zajednicu, te da brige koje su na početku predstavljale pitanje ostvarivanja prihoda vremenom prerastaju u holistički aspekt posmatranja uticaja (Zeng, Ryan, Cui, & Chen, 2015).

Prilikom kreiranja i razvoja strategija *pro-poor* turizma i njihove implementacije putem konkretnih aktivnosti, neophodno je što realnije predvideti i proceniti sve pozitivne i negativne efekte razvoja turizma. Jedino je na taj način moguće doći do optimalne ravnoteže, gde će celokupna lokalna zajednica podjednako deliti troškove i koristi od razvoja turizma. Lokalnom stanovništvu moraju jasno i nedvosmisleno biti prezentovane sve relevantne činjenice i mora im se pružiti adekvatna moć prilikom donošenja odluka koje se tiču budućnosti njihove lokalne zajednice. Lokalno stanovništvo treba biti prevashodno svesno cilja razvoja turizma u njihovoj zajednici, ali i svih kako pozitivnih, tako i negativnih efekata koje razvoj turizma sam po sebi nosi. Samo realna projekcija troškova i prihoda, odnosno štete i koristi, može biti pravi put za kreiranje i implementaciju efikasnih strategija *pro-poor* turizma. Zbog toga je percepcija lokalnog stanovništva po pitanju uticaja razvoja turizma u njihovoj lokalnoj zajednici veoma važna. Istraživanja pokazuju da je lokalno stanovništvo u najvećoj meri svesno prednosti koje donosi razvoj turizma. Međutim, ukoliko lokalno stanovništvo nije upozoreno da su nusprodukti razvoja i određeni troškovi i štete, lako može doći do antagonizma prema turistima i turizmu uopšte. Jedna od studija (Mthembu, 2012) prikazuje stav lokalnog stanovništva sela *Begvil* u Južnoj Africi prema efektima razvoja ruralnog turizma u cilju smanjenja siromaštva (tabela 24). Ovakva istraživanja identifikuju potencijalne izvore problema koji se mogu javiti u lokalnoj zajednici od strane stanovništva. Problemi mogu biti uzrokovani kako realnim, tako i nerealnim stavovima, strahovima, mišljenjima i percepcijama stanovništva, ali bez obzira na (ne)racionalnost i (ne)tačnost percipiranih uticaja od strane lokalnog stanovništva, stavovi koje lokalno stanovništvo ima često mogu biti ključni za efikasnu implementaciju PPT strategija i aktivnosti, te im se mora posvetiti dužna pažnja.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 24. Percepcija lokalnog stanovništva o razvoju ruralnog turizma (Mthembu, 2012).**

<b>pozitivna percepcija</b>	<b>ne slažem se (%)</b>	<b>neutralan (%)</b>	<b>slažem se (%)</b>
Ukupni pozitivni uticaju turizma su veći od ukupnih negativnih uticaja turizma	14	14	72
Kvalitet života u lokalnoj zajednici se može poboljšati zahvaljujući turizmu	19	13,3	67,7
Razvoj turizma doprinosi socijalnoj integraciji i međunarodnom razumevanju	8,3	15,7	67
Razvoj turizma ohrabruje zaštitu lokalnih veština, tradicionalnog načina života i tradicionalnih uverenja	13,3	9,7	77
Koristi od turizma po životnu sredinu su veće od negativnih uticaja	12,3	19,7	68
<b>negativna percepcija</b>	<b>ne slažem se (%)</b>	<b>neutralan (%)</b>	<b>slažem se (%)</b>
Lokalna zajednica treba ograničiti razvoj turizma	14	14	72
Turisti su teret za lokalne usluge (infrastrukturu)	28,7	20,3	51
Turizam povećava stopu kriminala u lokalnoj zajednici	36	14	50
Turizam uzrokuje mnogo štete autohtonim zajednicama i kulturi	39,7	15	45,3
Turisti mogu uzrokovati povećanje saobraćajnih problema u lokalnoj zajednici	28,3	16,3	55,3
Turizam može da uzrokuje zagađenje i neadekvatno bacanje smeća u lokalnoj zajednici, čineći je neurednom	34,3	17,7	48
Promocija turizma može da izazove sukobe između lokalnog stanovništva i posetioca	30,3	18,7	51
Privatni sektor eksplatiše resurse putem turizma	27,3	22	50,7

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Sumarno, možda najbolji uporedni pregled pozitivnih i negativnih efekata razvoja turizma u okvirima *pro-poor* principa daju priznati autori *Bennett, Roe i Ashley* u *Studiji održivog turizma i eliminacije siromaštva* iz 1999. godine:

**Tabela 25. Višestruki oblici uticaja turizma na sigurnost uslova života (Bennett, Roe, & Ashley, 1999).**

<b>Turizam utiče na:</b>	<b>Mogući pozitivni efekti Turizam može:</b>	<b>Mogući negativni efekti Turizam može:</b>
Uslove života	<i>Podržati ciljeve vezane za uslove života, kao što su ekonomska sigurnost, kulturni život, zdravlje. Npr. kroz povećanje gotovinskog dohotka radnika/preduzetnika, doprinos kulturnoj obnovi, uticaj na poboljšanje higijenskih uslova.</i>	<i>Podrići ekonomsku sigurnost, samoodlučnost i zdravlje. Npr. kroz stvaranje zavisnosti radnika od promjenljive privrede, izazivanja lokalne inflacije, oduzimanje prava odlučivanja rezidentima, pogoršanje širenja zaraza.</i>
Aktivnosti vezane za uslove života	<i>Proširiti ekonomske mogućnosti. Npr. kroz stvaranje mogućnosti razvoja malih preduzeća i mogućnosti zapošljavanja za nekvalifikovane i polukvalifikovane stanovnike. Dopuniti druge aktivnosti, npr. kroz zaradu za vreme neplodne poljoprivredne sezone, razvoj prenosivih veština itd.</i>	<i>Doći u sukob sa drugim aktivnostima. Npr. sprečiti ribarstvo ili poljoprivredu ukoliko dođe do oduzimanja zemljišta i prirodnih resursa; „sukobiti“ se sa sezonom poljoprivrednih aktivnosti; povećati štetu koju divljač nanosi biljkama i stoci.</i>
Kapitalna dobra	<i>Može izgraditi sredstva (prirodna, fizička, finansijska, ljudska i socijalna). Npr. unapređena fizička sredstva, ukoliko se zarada investira u produktivni kapital; poboljšanje prirodnog kapitala, ukoliko se poboljša održivost upravljanja prirodnim resursima.</i>	<i>Umanjiti sredstva. Npr. izgubljeni pristup prirodnim dobrima ukoliko se lokalno stanovništvo isključi iz turističkih regija; umanjiti socijalni kapital, ukoliko sukob oko razvoja turizma poremeti društvene i recipročne odnose; preopterećenje fizičke infrastrukture (kanalizacija, vodosnabdevanje).</i>
Političko i institucionalno okruženje	<i>Unaprediti kontekst ili sposobnost rezidenata da utiču na njega. Npr. kroz širenje lokalnih tržišta, skretanje pažnje onih koji izrađuju politiku na marginalne oblasti. Učešće u turističkom planiranju i aktivnostima preduzeća može rezidentima dati novi status, informacije i veštine za rad sa</i>	<i>Pojačati politička ograničenja. Npr. odvratanje pažnje onih koji izgrađuju politiku resursa i infrastrukturnih investicija da bi se dala prednost turizmu nad drugim lokalnim aktivnostima. Poboljšani pristup transportu i tržištima može ugroziti lokalnu proizvodnju.</i>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	ljudima koji dolaze sa strane.	
Dugoročni prioriteti vezano za uslove života	" <i>Uklopiti se</i> " u dugoročne prioritete stanovništva. Npr. diverzifikacija rizika ili izgradnja sredstava za ublažavanje efekata suše, kroz razvoj dodatnog izvora prihoda koji će postojati i u godinama suše.	Stvoriti ili pojačati pretnje dugoročnoj sigurnosti. Npr. fizičke pretnje agresivnijih divljih životinja zbog turista koji ih uznemiravaju. Ekonomska ranjivost zbog zavisnosti od promenljivog turizma.

### 2.3.4. Faktori (ne)uspešnosti implemetacije strategija razvoja okviru *pro-poor* turizma

U dosadašnjima istraživanjima definisan je širok spektar faktora koji utiču na implementaciju *pro-poor* turizam projekata. Ovi faktori su najčešće utvrđivani kroz analizu uspešnih studija slučaja koje su se ticale održivog i/ili ruralnog razvoja (Tolkach, Pearlman, & King, 2012).

Definisani faktori se, naravno, u najvećoj meri poklapaju sa faktorima razvoja preduzetništva generalno posmatrano, ali je bitno napomenuti da postoje određene specifičnosti koje su prisutne isključivo u lokalnim zajednicama na koje se odnosi delovanje strategija i principa *pro-poor* turizma. *Pro-poor* turizam strategije su prvenstveno namenjene siromašnim (najčešće ruralnim) lokalnim zajednicama zemalja trećeg sveta, odnosno zemalja u razvoju, koje se često nalaze u fazi tranzicije. Ove lokalne zajednice uglavnom karakteriše niža infrastrukturna razvijenost, nizak prosečni nivo obazovanja lokalnog stanovništva, visoka zavisnost od poljoprivrede i/ili stočarstva i prihoda koje ove aktivnosti generišu, nezastupljenost ili mali stepen zastupljenosti višeg stepena obrade poljoprivrednih proizvoda i drugih sirovina, podređen i nepovoljan položaj žena, masovne migracije mlađeg stanovništva u urbane zone, starenje i pustošenje sela itd.

Imajući u vidu specifičnosti navedenih prostora, u nastavku će se akcentovati pozitivni i negativni faktori, koji su identifikovani u različitim studijama slučaja, izveštajima i preporukama, a koje su posmatrale upravo navedene siromašne lokalne zajednice. Tako pojedni faktori razvoja preduzetništva (u turizmu) koji mogu biti prosečno ili čak minimalno zastupljeni u razvijenom svetu (poput korupcije u državnim strukturama), u

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

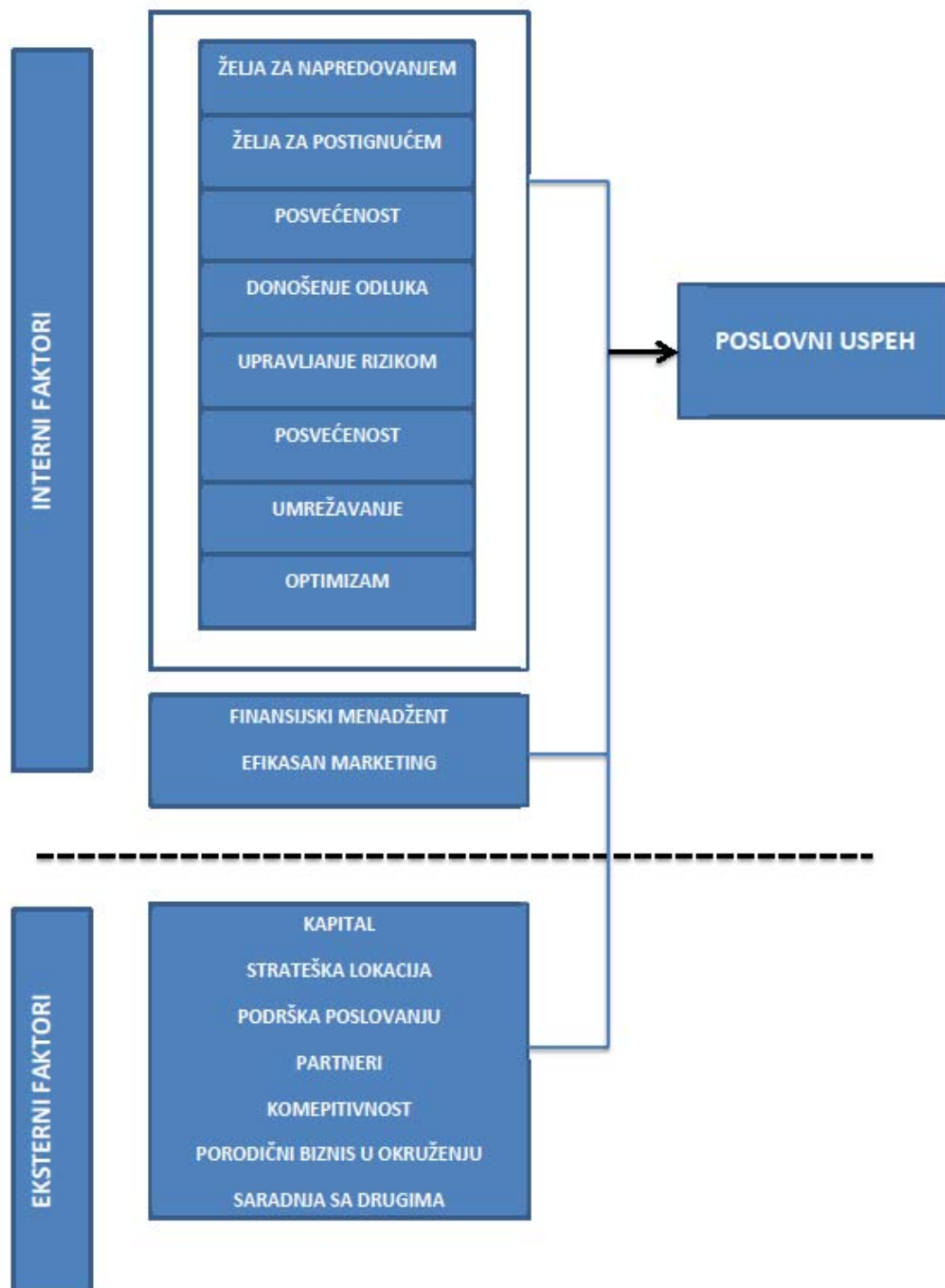
siromašnim lokalnim zajednicama mogu predstavljati najuticajniji faktor razvoja, odnosno kamen spoticanja.

Konceptualni okvir **GEM modela** (Amorós & Bosma, 2013) identifikuje više različitih grupa faktora razvoja preduzetništva. Prvu grupu faktora čine insitucije, infrastruktura, makroekonomska stabilnost, zdravstvena zaštita i osnovno obrazovanje. Drugu grupu faktora čine visoko obrazovanje i trening, efikasnost tržišta dobara, efikasnost tržišta radne snage, sofisticiranost finansijskog tržišta i veličina tržišta. Identifikacija ove dve grupe faktora potiče iz sekundarnih izvora podataka. Primarni izvori podataka zasnovani na ispitivanju stavova nacionalnih eksperata definišu i treću grupu faktora koju sačinjavaju preduzetničke finansije, državna politika, državni programi za razvoj preduzetništva, edukacija u oblasti preduzetništva, transfer znanja iz oblasti istraživanja i razvoja, otvorenost internih tržišta, fizička infrastruktura neophodna za razvoj preduzetništva, komercijalna i pravna infrastruktura potrebna za razvoj preduzetništva, kao i kulturne i socijalne norme. Sledeća grupa faktora je identifikovana putem ispitivanja stavova punoletnog stanovništva i tiče se karakteristika profila preduzetnika, zatim njegovih aktivnosti i težnji. Ovde spadaju stavovi preduzetnika poput sposobnosti procene mogućnosti i kapaciteta, straha od neuspeha, statusa i ugleda preduzetnika. Takođe je bitno da li su preduzetničke aktivnosti proizašle iz procene šansi ili iz neophodnosti, bitna je i faza razvoja, uključenost, oblast industrije i mogućnost izlaska. Identifikovani su još i težnja za rastom, inovativnost, internacionalna orijentacija i kreiranje društvenih vrednosti. Svi ovi faktori čine preduzetničko okruženje koje je različito u različitim zemljama, jer se pojedini faktori razlikuju od zemlje do zemlje.

Druga studija (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008) razlikuje interne i eksterne faktore koji utiču na uspešnost preduzetničkog poduhvata. U interne faktore spadaju želja za napredovanjem, želja za dostignućem, posvećenost, sposobnost donošenja odluka, sposobnost upravljanja rizikom, istrajnost, povezivanje i optimizam. U interne faktore spadaju i upravljanje finansijama i sposobnost vođenja efiksnog marketinga. Grupa eksternih faktora obuhvata visinu kapitala, strateško pozicioniranje, podršku preduzetništvu, partnere, kompetitivnost, okruženje gde je prisutan porodični biznis i saradnju sa drugim subjektima (slika 15):

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

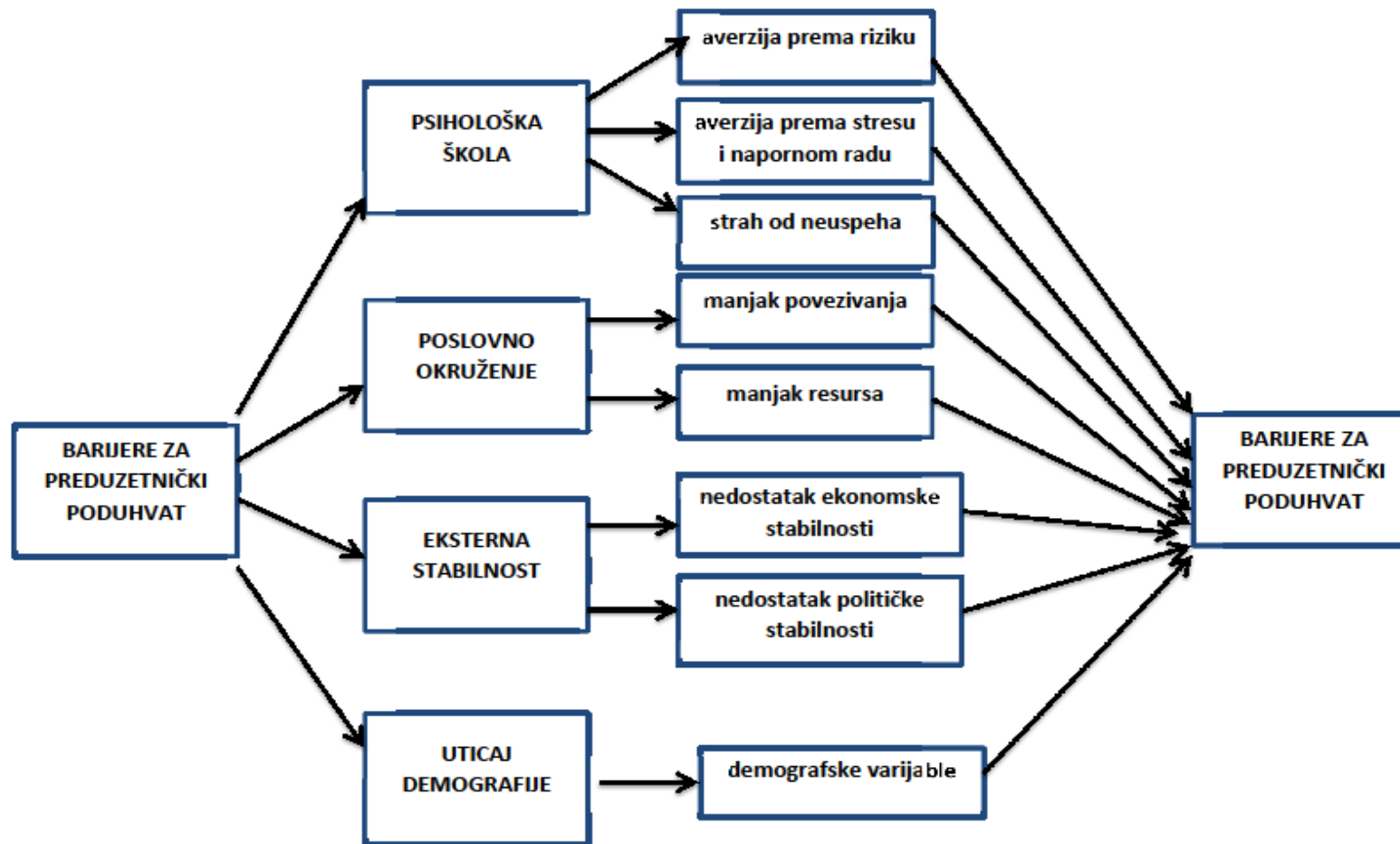


Slika 15. Faktori uspešnosti preduzetničkog poduhvata, (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Analizirajući najveće barijere za započinjanje preduzetničkog poduhvata u zemljama u razvoju, autori (Bizri, Kojok, Dani, Mokahal, & Bakri, 2012) definišu četiri grupe faktora. Prva grupa podrazumeva psihološke faktore (averziju prema riziku, averziju prema stresu i teškom radu, kao i strah od neuspeha). Druga grupa faktora podrazumeva poslovno okruženje (mogućnost umrežavanja i raspoloživost resursa). Treća grupa faktora posmatra eksternu stabilnost (ekonomsku i političku stabilnost), dok četvrta grupa obuhvata demografiju, odnosno demografske indikatore (slika 16):



Slika 16. Barijere za započinjanje preduzetničkog poduhvata, (Bizri, Kojok, Dani, Mokahal, & Bakri, 2012).



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Interesantno je i istraživanje autorke *Ashley* (Ashley, 2006), koja je identifikovala osnovne barijere sa kojima se susreću mikro i mala preduzeća u oblasti turizma u nekoliko nerazvijenih Afričkih zemalja (tabela 26). Ove barijere predstavljaju faktore razvoja sa negativnim uticajem, te je potrebno preduzeti odgovarajuće aktivnosti u cilju eliminisanja, odnosno ublažavanja identifikovanih negativnih uticaja.

**Tabela 26. Osnovne barijere za mikro i mala preduzeća, (Ashley, 2006).**

<b>Etiopija</b>	<b>Kenija</b>	<b>Mozambik</b>	<b>Ruanda</b>	<b>Tanzanija</b>	<b>Uganda</b>
Nedostatak veština iz oblasti turizma	Regulativa nameće velike zahteve malom preduzetništvu	Neodtatak znanja iz oblasti preduzetništva, kao i nepoznavanje engleskog jezika	Odsustvo kulture turizma	Slabo razumevanje turizma i njegovih zahteva. Preduzetništvo na niskom nivou	Nepoznavanje želja turista. Proizvodi se bez koncepta
Nedostatak kreditnih izvora i zaloga	Retki su prodavci koji prodaju na putevima kojim idu turisti	Nedostupnost kreditnih izvora	Sindrom zavisnosti od međunarodne pomoći	Strogi kreditni uslovi, nedostatak kreditne kulture. Visok nivo zavisnosti od pomoći i besplatnih usluga.	Nedostatak dostupnih informacija o tipovima turista i njihovim potrebama
Nedostatak saradnje između turoperatora i preduzetnika	Nedostatak edukacija iz oblasti preduzetništva	Poslovo domaće turističko okruženje je „zagađeno“ malim stranim preduzetnicima	Ograničeno poznavanje potreba turista od strane malih preduzetnika	Manjak saradnje u cilju rešavanja zajedničkih problema ili zastupanja zajedničkih interesa	Nedostatak sredstava i kredita, visoke kamate na zajmove
-	Prekomerna konkurencija unutar preduzetničkog sektora zbog	Nedostatak nacionalnog prepoznavanja niskokvalitetnih turističkih	Ograničen pristup kapitalu uz visoke kamate i kratku	Poslovanje zasnovano na imitiranju i korišćenju istih prostora i	Turizam je usputna i dopunska aktivnost

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	nedostatka diverzifikacije proizvoda	proizvoda koji se kreiraju i nude od strane siromašnih	ročnost	atraktivnosti	
-	Nedostatak kapitala	Ustav ne prepoznaje vlasničke listove (tapije na zemljišne posede) kao kolateralni kapital	Nedostatak poslovnih i preduzetničkih veština u oblasti preduzetništva	Suočavanje sa glomazim formalističkim procesima sa brojnim taksama, naknadama, podzakonskim aktima na lokalnom nivou	Proizvodi su ispod standarda, pa je i tražnja mala

Slično istraživanje (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000) koje je zaključke dalo u sintetizovanoj formi sa višim nivoom opštosti i predlozima konkretnih aktivnosti za otklanjanje utvrđenih barijera urađeno je još 2000. godine i takođe predstavlja relevantan izvor identifikacije ključnih faktora razvoja preduzetništva u skladu sa PPT principima (tabela 27):

**Tabela 27. Aktivnosti za otklanjanje barijera, (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000).**

<b>aktivnosti u cilju jačanja ekonomskog učešća siromašnih u turističkoj privredi</b>	
<b>prepreke za uključivanje siromašnih u PPT</b>	<b>aktivnosti za smanjivanje prepreka</b>
Nedostatak ljudskog kapitala	Edukacija i treninzi usmereni ka siromašnima u cilju njihovog zapošljavanja i samozapošljavanja;
Nedostatak novca i kreditnih izvora	Proširiti pristup mikro-kreditnim izvorima; Razvijati turizam postepeno;
Neorganizovanost i isključivanje neformalnog sektora od strane organizovanog formalnog sektora na turističkom tržištu	Prepoznavanje siromašnih proizvođača i podrška njihovom organizovanju; Interesi formalnog i neformalnog sektora trebaju biti jednako važni;
Lokcija – daleko od turističkih mesta	Razvijati osnovne turističke uslove i infrastrukturu u relativno siromašnim sredinama gde postoji dobar tursitički proizvod;
Nedostatak tržišne moći, kontrole nad resursima i pregovaračke snage u odnosima sa investitorima	Jačanje prava lokalne zajednice nad zemljištem, kulturnim nasleđem, divljim životinjama i drugim turističkim resursima;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	Korišćenje planskih ciljeva za ohrabivanje investitora da razvijaju strategije koje će unaprediti pozitivne uticaje na lokalno stanovništvo;
Propisi i birokratija; Isključenje iz registrovanih i promovisanih kategorija turizma i turističkih objekata i usluga	Smanjiti birokratiju, izmeni ili ukinuti propise koje isključuju najmanje kvalifikovane, obezbediti neophodne propise za uključivanje sektora i aktivnosti koje angažuju siromašne uz odgovarajuće standarde i procese;
Neadekvatan pristup lokalnih ponuđača usluga turističkom tržištu	Poboljšan pristup prodavaca turistima; Podrška organizaciji tržišta za neformalne i manje prodavace u blizini gradova ili pored nacionalnih parkova;
Ograničen kapacitet zadovoljenju potreba turističkog tržišta	Poslovna podrška unapređenju kvaliteta i distribucije turističke ponude;
Nerazvijenost domaće i regionalne nezavisne turističke ponude u poređenju sa međunarodnim turizmom i <i>all-inclusive</i> aranžmanima	Ugraditi domaći i regionalni turizam i nezavisni turizam u strategije planiranja; Izbegavanje fokusa na međunarodni <i>all-inclusive</i> turizam;
Podrška države usmerena ka formalnom sektoru; Nove mogućnosti turizma u sukobu sa postojećim strategijama;	Prepoznavanje značaja i podrška neformalnog sektora u procesu planiranja; Izbegavanje promovisanja poslova samo sa punim radnim vremenom, uz proširivanje spektra opcija za fleksibilno, skraćeno radno vreme; Povećavanje lokalne kontrole nad vrstama turističkih dešavanja na lokalnu;

Autori *Tolkach, Pearlman* i *King* kvalitativne informacije (odgovore ispitanika) dobijene upitnicima i intervjuima upotrebljavaju prilikom identifikacije i kategorisanja faktora razvoja. Faktori razvoja se mogu svrstati u eksterne faktore, interne faktore višeg reda i interne faktore nižeg reda. Politička i socio-ekonomska situacija, nepredviđene okolnosti i lokalna kultura predstavljaju vodeće eksterne faktore. Interni faktori višeg reda predstavljaju praktični pristup, evaluacija i monitoring, tržišna tražnja, podrška različitih stejkholdera, saradnja i partnerstvo. Interni faktori nižeg reda obuhvataju raspoloživost resursa, informacije, stavove stejkholdera, održavanje entuzijazma, upravljanje očekivanjima i organizacionu koordinaciju (*Tolkach, Pearlman, & King, 2012*). Ovi faktori i njihove karakteristike opisani su u tabeli 28:

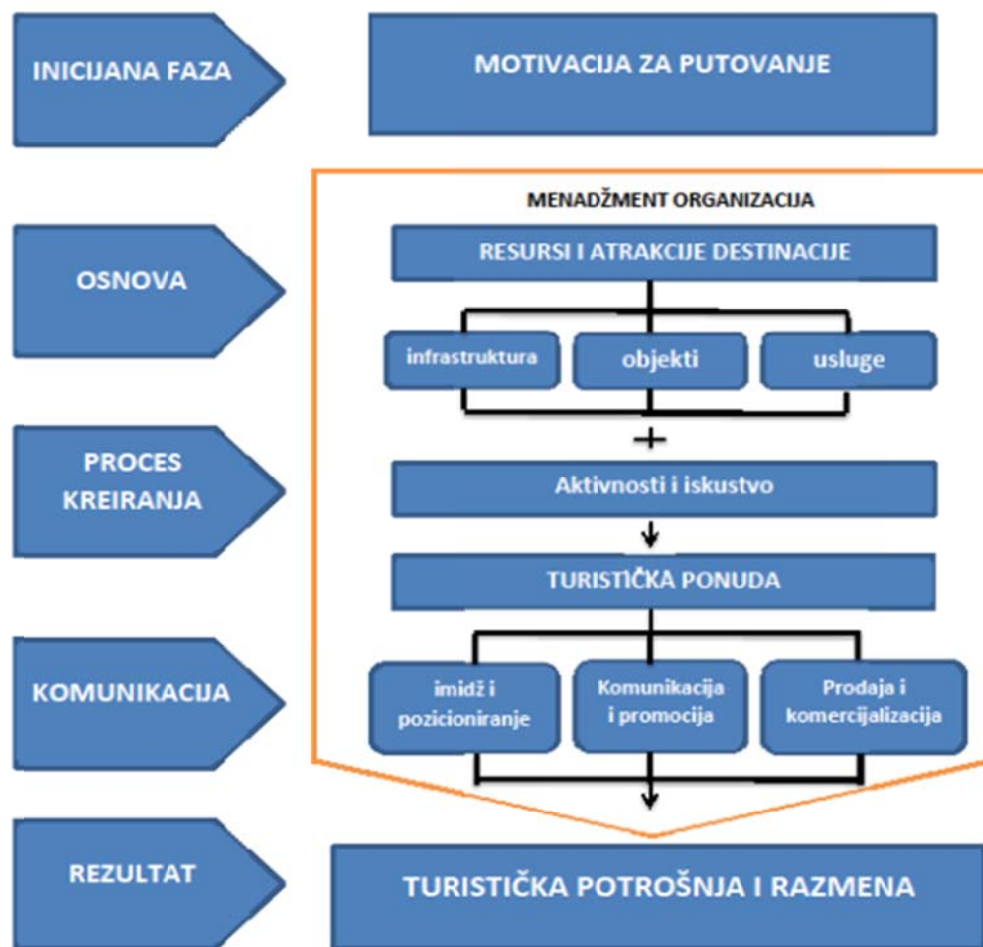
## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 28. Faktori implementacije projekata *pro-poor* turizma, adaptirano prema (Tolkach, Pearlman, & King, 2012).**

Faktor	Opis/karakteristike
Podrška stejkholdera	Širok spektar stejkholdera koji učestvuju u PPT projektima. Važno je imati podršku zajednice, privatnog sektora, vladinih i nevladinih organizacija.
Saradnja i partnerstvo	Kako su različiti stejkholderi uključeni u projekte, mora se uspostaviti efikasno partnerstvo i saradnja
Pogledi i stavovi stejkholdera	Stejkholderi mogu imati različite stavove o načinu na koji projekat treba da se razvija, ili mogu imati različite prioritete
Organizaciona koordinacija	Mora se kordinisati delovanje različitih stejkholdera na način da se osigura uspešnost projekta
Praktičan pristup	Veoma detaljni i idealistički projekti se teško implementiraju i zbog toga se treba težiti ka fleksibilnosti i jednostavnosti projekta
Tržišna tražnja	Tržišna tražnja je važna u procesu razvoja. Tokom implementacije, priliv prihoda treba ostvariti što je ranije moguće
Monitoring i evaluacija	Kontinuirano praćenje i evaluacija u cilju uspešnog odlučivanja i upravljanja projektima podrazumeva procenu tržišta, procenu uticaja i analizu troškova i koristi
Lokalna kultura i tradicija	Neke zajednice nemaju jaku participativnu kulturu i u takvim slučajevima može biti teško podsticanje učešća u projektu. Osim toga, neke zajednice mogu shvatiti turizam kao pretnju njihovom društvu
Nepredviđene okolnosti	Nepredviđene okolnosti mogu obuhvatati manje probleme koji nisu predviđeni u planu i koji zahtevaju promenu u aktivnostima, ali to mogu biti i značajni politički i prirodni problemi
Politička i socio-ekonomska situacija	Eksterna politička i socio-ekonomska situacija može imati značajan uticaj na dolazak turista, posebno u ruralnim i manje razvijenim oblastima
Entuzijazam	Početni entuzijazam često nestaje, jer planeri žele da pređu na sledeći projekat ili saradnicima, kao rezultat radne rutine, postaje dosadno
Upravljanje očekivanjima	projekti često zahtevaju ulaganje sredstava u projekat odmah na početku realizacije, dok koristi mogu biti ostvarene samo kasnije. Ovo može potkopati podršku projektu.
Dostupnost resursa	Tri vrste resursa su potrebne za implementaciju PPT projekata: vreme, finansijski i ljudski resursi

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Analizom istraživanja faza i faktora razvoja turističkog proizvoda takođe možemo doći do značajnih faktora i barijera za razvoj preduzetništva, a samim tim i turističkog proizvoda (slika 17). Istraživanje (Masip, 2006) je rađeno za oblast *La Vall de Lord*, ali su faze i ključni elementi univerzalni i važe kako u razvijenim područjima, tako i u slabije razvijenim ruralnim područjima.



Slika 17. Faktori i barijere za razvoj turističkog proizvoda, (Masip, 2006).

Na slici 18 (Rogerson, 2006) možemo videti koji su najbitniji faktori razvoja preduzetništva u funkciji smanjenja siromaštva po Rogerson-u.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



Slika 18. Faktori razvoja preduzetništva, (Rogerson, 2006).

Treba napomenuti i stav pojedinih istraživača (De Beer & De Beer, 2011), koji tvrde da je promocija preduzetništva izuzetno važna za postizanje uspeha prilikom implemetacije strategija *pro-poor* turizma.

Aktivnosti razvoja su zastupljene na sva tri nivoa: lokalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou. Ove aktivnosti razvoja podrazumevaju različite intervencije i instrumente u cilju podizanja sposobnosti i optimalne aktivacije resursa. Ipak, najbrojnije su one koje se realizuju na lokalnom nivou. Na lokalnom nivou najčešće se radi o različitim vidovima podrške razvoju mikro i malih preduzeća, odnosno razvoju preduzetništva. Najčešći instrumenti podrške su krediti, edukacija, druge nefinansijske usluge, razvoj infrastrukture i zaštita sredine. Ovde se veoma često koristi i razvoj ruralnog turizma u svoj širini posmatranog pojma, kao i podsticanje i jačanje javno-privatnog partnerstva i povećavanje nivoa participacije siromašnih u planiranju i odlučivanju. Aktivnosti na nacionalnom nivou najčešće se tiču rešavanja problema

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

vlasničkih prava, kreiranje političkog i planskog okvira za dalji turistički razvoj koji bi u fokus stavio privatni sektor uz uslov obezbeđivanja novih radnih mesta i podizanja kvaliteta života u posmatranim siromašnim oblastima. Takođe, intervencije često idu u pravcu jačeg povezivanja turizma sa ostalim sektorima. Na međunarodnom nivou intervencije su najčešće fokusirane na oblast turističke tražnje, odnosno na podizanje etičke svesti kod turista.

Istraživači (Bennett, Roe, & Ashley, 1999) razlikuju sledeće intervencije na lokalnom nivou:

- Podrška malim i mikro preduzećima;
- Podrška ruralnom turizmu;
- Zajednička ulaganja lokalnih zajednica i privatnih operatora;
- Učešće lokalnih zajednica prilikom planiranja aktivnosti u korist siromašnih;
- Turistička unapređenja sa jasnim potencijalnim koristima za siromašne.

Pojedina istraživanja naglašavaju uslovljenost niskog učešća lokalne zajednice u turističkog industriji sa niskim nivoom sposobnosti, znanja, tržišne povezanosti, finansijskih izvora i preduzetničkih sposobnosti (Chiutsi & Mudzengi, 2012).

### **2.3.4.1. Finansije kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja**

Pored faktora koji su već ranije definisani u kontekstu faktora razvoja preduzetništva, prilikom analize studija slučaja *pro-poor* turizma i drugih istraživanja koje se bave uticajem strategija *pro-poor* turizma na smanjivanje siromaštva (primarno u ruralnim oblastima), jedan od najčešćih faktora bilo sa aspekta barijera, ograničenja, odnosno negativnih uticaja, bilo sa aspekta podsticaja, jeste segment finansija, preciznije, problem nedostataka i/ili teškog pribavljanja sredstava iz kreditnih izvora, najčešće zbog neadekvatnih garancija.

Samozapošljavanje i preduzetništvo su definisani kao ključni segmenti smanjenja siromaštva. Započinjanje preduzetničkog poduhvata podrazumeva potrebu za određenim količinom novčanih sredstava. Istraživanja pokazuju da je jedan od osnovnih problema koji se javljaju prilikom uključivanja siromašne lokalne zajednice u turističku ponudu upravo nedostatak finansijskih sredstava (Wood, 2005; Bennett, Roe, & Ashley, 1999; Truongab, Hall, & Garryf, 2014; Salençon, 2004), kao i nedostatak grantova i

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

subvencija (Amorós & Bosma, 2013). Zbog toga su neophodni inovativni mehanizmi finansiranja koji menjaju odnose odgovornosti za dalji razvoj (Wennink & Schrader, 2010). Ovo podrazumeva i definisanje pravnog okvira za razvoj mikro-kredita, kao jednog od najvažnijih elemenata finansijske podrške razvoju preduzetničkog sektora (Branković, Lalović, Lakić, & Tilger, 2007). Novoosnovana preduzeća imaju velike poteškoće prilikom obezbeđivanja kreditnih sredstava zbog problema garancije, te je razvijanje garantnih šema preko komercijalnih banaka uslov za razvoj preduzetništva u oblasti turizma (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). Istraživanja pokazuju visok stepen oslanjanja na sopstvena sredstva kao početni kapital, kao i problem niske stope profita kao izvora sopstvenog finansiranja (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008). Jedan od načina rešavanja ovog problema mogu biti i subvencije i dotacije usmerene ka strateški definisanim oblastima uz konsalting podršku u svim bitnim oblastima. Koalicije razvojnih organizacija mogu izgraditi programe koji podržavaju lokalne inicijative kroz mehanizme finansiranja koji doprinose građenju tržišnih sistema u cilju boljeg funkcionisanja poslovanja (garantnih fondova, subvencija, istraživačkih fondova, itd.) (Wennink & Schrader, 2010; Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011).

### ***2.3.4.2. Edukacija kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja***

Mnoge aktivnosti koje se sprovode u cilju razvoja turizma i smanjena siromaštva su usmerene na infrastrukturne projekte, dok se dovoljna pažnja ne posvećuje izgradnji kapaciteta u smislu obuka i usavršavanja veština i znanja (Suntikul, Bauer, & Song, 2009). Većina autora naglašava da je poznavanje funkcionisanja turističke industrije neophodno ukoliko želimo razvijati turizam u određenoj oblasti. Razumevanje motivacije, potreba, želja, očekivanja i navika turista (Bennett, Roe, & Ashley, 1999), kao i usvajanje savremenih znanja iz oblasti marketinga i finansijskog menadžmenta predstavlja jedan od prioriternih faktora (Salençon, 2004). Pored navedenog, *Wood* naglašava i nedostatak socijalnog kapitala i organizacione snage (Wood, 2005), što je takođe proizvod nedovoljnog nivoa edukacije i treninga. Pored nedostupnosti kvalifikovane radne snage, manjak iskustva i veština kod dostupnih ljudskih resursa (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008) otežava implemenatciju znanja u praksi. Veoma često osnovni motiv za razvijanje poslovnih



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

aktivnosti u siromašnim krajevima jeste veoma jeftina radna snaga. U najvećem broju slučajeva u pitanju su ljudski resursi u radno intenzivnim sektorima koji ne zahtevaju visok nivo obrazovanja.

Uzročno-posledično, niska primanja lokalnog stanovništva generišu i nizak prihod lokalne zajednice, što svakako nije u skladu sa principima *pro-poor* turizma. Zbog toga postoji neophodnost da se promeni način posmatranja lokalnog stanovništva, te da se ono više ne posmatra isključivo kao jeftina radna snaga (Chiutsi & Mudzengi, 2012). Prvi korak na tom putu predstavlja obrazovanje, edukacija i usavršavanje sposobnosti lokalnog stanovništva u najširem mogućem smislu. To podrazumeva kako formalno obrazovanje, tako i neformalno obrazovanje koje često u ovakvim slučajevima pruža mnogo više mogućnosti, fleksibilnosti i ciljne usmerenosti. Oblasti usavršavanja znanja i sposobnosti lokalnog stanovništva- pripadnika siromašnih ruralnih oblasti, koje se trebaju obuhvatiti strategijama i aktivnostima *pro-poor* turizma su globalno posmatrano izrazito široke i heterogene. Međutim, strateški planovi razvoja preduzetništva u funkciji razvoja turističke ponude trebaju identifikovati najslabije karike u domenu kvaliteta dostupnih ljudskih resursa, te na bazi tih informacija kreirati dugoročne strateške planove, odnosno kratkoročne operativne planove i aktivnosti. Neka od sprovedenih istraživanja ukazuju da su najslabije tačke ljudskih resursa poznavanje potrebnih stranih jezika (Suntikul, Bauer, & Song, 2009; Truongab, Hall, & Garryf, 2014), nepoznavanja osnova turizma, konkretnije, motiva, potreba, želja i očekivanja turista (Suntikul, Bauer, & Song, 2009; Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999), nepoznavanje ključnih subjekata na strani turističke ponude, kao i nedostatak znanja vezanih za kreiranje turističkih proizvoda (Suntikul, Bauer, & Song, 2009). Istraživanja pokazuju da je često slabost i nedovoljno poznavanje stareškog planiranja, kontrole i finansijskog menadžmenta (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008), kao i nepoznavanje zdravstvenih, bezbednosnih i drugih standarda međunarodnog turizma (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

Postavlja se pitanje u kojoj je meri preduzetnička obuka implementirana u obrazovni sistem, kako u osnovnoj i srednjoj školi, tako i na višim nivoima edukacije poput stručnih škola, fakulteta i poslovnih škola (Amorós & Bosma, 2013). Odgovor na ovo pitanje je veoma bitan, jer se model preduzetničkog ponašanja i razmišljanja treba

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

integrirati u obrazovne sadržaje od samog početka obrazovnog procesa. *Evropska povelja za mala preduzeća (European Charter for Small Enterprises)* upravo i navodi obrazovanje i trening kao prvi stub podrške malom preduzetništvu (European Council, 2000). Davanje podsticaja implementaciji preduzetničkih znanja u formalnom obrazovanju će doneti dugoročne pozitivne efekte i obezbediti dobru bazu kadrova posmatrano dugoročno. Međutim, ovaj sistemski proces zahteva reformisanje formalnog obrazovnog sistema, jako uključivanje državnih struktura, visoke troškove i rezultate tek nakon većeg broja godina. Drugim rečima, ovakva aktivnost predstavlja neophodno kapitalno ulaganje u budućnost, ali nije u stanju da pruži kratkoročna efikasna rešenja. Iz tog razloga se češće pribegava neformalnom obrazovanju, čija fleksibilnost lakše može da ispuni specifične zahteve, te da pruži efikasne instant rezultate u kratkom roku i sa manje ulaganja. Najčešće su nevladine organizacije nosioci ovakve forme (do)edukacije lokalnog stanovništva koje želi da se uključi u preduzetništvo i razvoj turističke ponude (Salençon, 2004). Bitno je apostrofirati i značaj transfera novih znanja i tehnologija iz oblasti istraživanja i razvoja ka otvaranju novih komercijalnih mogućnosti koje mogu ići u prilog targetiranim lokalnim zajednicama (Amorós & Bosma, 2013). Edukacija u svim pojavnim oblicima može biti u potpunosti efikasna samo uz uslov značajnog prisustva privatnog sektora (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Privatni sektor ovde ima dvostruku ulogu. Prva uloga se tiče pružanja informacija o potrebama tržišta rada. Ove potrebe predstavljaju polaznu osnovu za formiranje baze obrazovanja i usavršavanja. Druga uloga se tiče obezbeđivanja mogućnosti učenja kroz praktični rad, stažiranje i volontiranje. U cilju podizanja kvaliteta znanja i veština, potrebno je implementirati demonstracione *pro-poor* turizam projekte koji će pružati sticanje znanja putem učenja kroz delovanje (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004). Ciljano izabrano i pruženo teorijsko znanje uz praktičnu primenu istog obezbeđuje uspešnu tržišnu verifikaciju i podizanje nivoa kvaliteta lokalne radne snage.

Mišljenje *Evropskog ekonomskog i socijalnog komiteta* o ruralnom razvoju i zapošljavanju u zemljama Zapadnog Balkana (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011) kao razvoju šansu naglašava raznovrsnu poljoprivredu zasnovanu na znanju. Ovde se podrazumeva stvaranje novih radnih mesta u oblastima različitih

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

komplementarnih aktivnosti poput spektra aktivnosti organske poljoprivrede u funkciji turizma. Navedene aktivnosti podrazumevaju pored bazičnih znanja i doedukaciju iz različitih oblasti delovanja u zavisnosti od targetiranih aktivnosti. Istraživanje pod nazivom *Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija* rađeno u Srbiji 2011. godine (Bogdanov, 2011) ukazuje na izrazito nizak stepen znanja koji ruralnim domaćinstvima može doneti određene prihode izvan primarne poljoprivredne proizvodnje (tabela 29):

**Tabela 29. Stepen znanja koji ruralnim domaćinstvima, (Bogdanov, 2011).**

Vrsta angažovanja	Procenat ispitanika koji poseduju definisano znanje/veštinu
ništa od navedenog	45,8
prerada voća i povrća za domaćinstvo na tradicionalan način	19,4
šumarstvo i seča drva	11
narodna radinost (pletenje, grnčarija, tkanje itd.)	8,7
tehnički zanati (automehaničar, električar, vodoinstalater itd.)	6,9
rad u trgovini i ugostiteljstvu (konobarisanje, trgovac itd.)	6,2
uslužni zanati (obučar, stolar, krojač, frizer, taksiranje itd.)	5,1
sakupljanje divljih plodova i lekovitog bilja	4,4
obrazovni rad (škole jezika, muzike, crtanja, sporta itd.)	1,2
seoski turizam (izdavanje smeštaja, pravljenje i prodaja suvenira)	0,7
drugo	0,2
ne zna/ odbija da odgovori	9,7

Da povećanje nivoa formalnog obrazovanja nosioca domaćinstva utiče i na smanjenje rizika od siromaštva pokazuje i sledeća tabela 30 iz studije *Siromaštvo u Srbiji 2014*.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Podizanje kvalifikovanosti zaposlenih, posebno onih na najnižim stepenima obrazovne lestvice na neposredan i efikasan način doprinosi smanjenju siromaštva u Srbiji (Mijatović, 2015).

Tabela 30. Siromaštvo prema školskoj spremi nosioca domaćinstva, 2014., (Mijatović, 2015).

kriterijum	Stopa siromaštva
Nezavršena osnovna škola	20,2
Osnovna škola	17,5
Srednja škola	5,9
Viša škola	1,6
Visoka škola	1,0
Srbija	8,9

### 2.3.4.3. Partnerstvo i saradnja stejkholdera kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja

Prema Häusler-u (Häusler, 2008), ključni stejkholderi prilikom kreiranja i sprovođenja strategija *pro-poor* turizma jesu siromašno lokalno stanovništvo, privatni sektor, svi nivoi državnih institucija, nevladine organizacije, internacionalne organizacije, donatori i na kraju, ali nipošto najmanje bitni – sami turisti. Nepostojanje funkcionalnih veza između identifikovanih stejkholdera često predstavlja problem implementacije strategija *pro-poor* turizma.

Efikasno partnerstvo i saradnja u procesu kreiranja i implementacije strategija *pro-poor* turizma podrazumeva i generiše veliki broj različitih kako formalnih, tako i neformalnih veza. Kvalitet tih veza i njihova funkcionalnost u velikoj meri utiču i na finalni uspeh samih strategija. Saradnja i sinergija između različitih partnera zahteva sporazum o osnovnim pretpostavkama zajedničkog rada (Wennink & Schrader, 2010), kako bi napori bili ciljno usmereni, svrsishodni i koordinisani. Ako *pro-poor* inicijative posmatramo isključivo iz perspektive lokalnog ekonomskog razvoja, sa oslanjanjem na interne snage i mogućnosti, ključni stejkholderi su lokalna vlast, privatni sektor i neprofitni sektor (Grozđanić & Savić, 2008). Neka istraživanja (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011) navode i fenomen *inteligencije jata* koji predstavlja važan resurs razvoja turizma. *Inteligencija jata* jeste spontano okupljanje i mrežna saradnja (najčešće

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

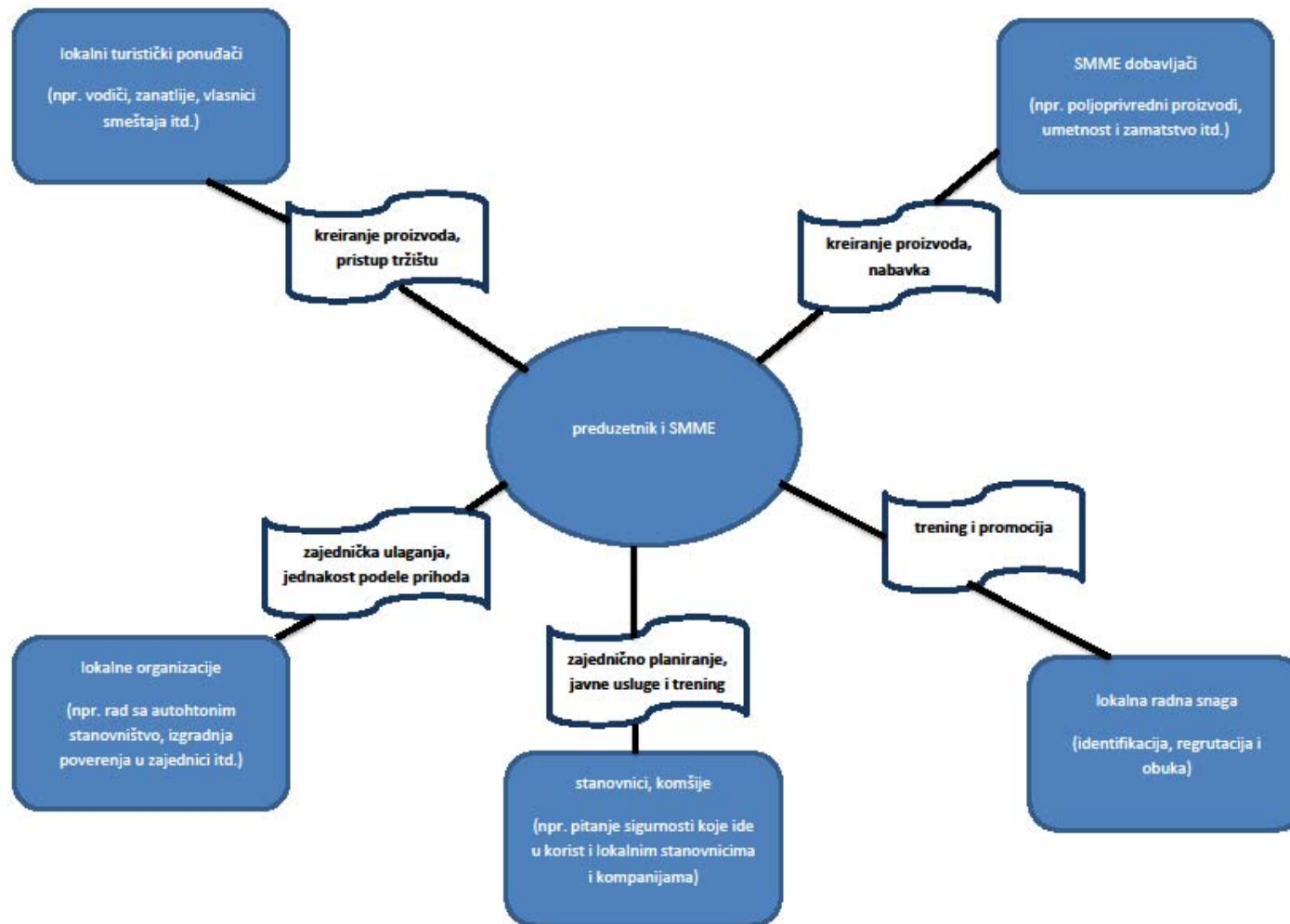
---

između samih poljoprivrednih gazdinstava), koja je često efikasnije od formalnih oblika saradnje.

Strategije i aktivnosti *pro-poor* turizma počivaju na saradnji različitih stejkholdera, koji između ostalih uključuju lokalne i međunarodne nevladine organizacije i državu, čija je osnovna uloga definisanje razvojne politike. Veoma često se razvojna politika i regulativa mora menjati po ubrzanoj proceduri, a na osnovu prethodnog iskustva, ukoliko želimo pozitivne efekte strategija *pro-poor* turizma (Tolkach, Pearlman, & King, 2012).

Dosadašnja istraživanja pokazuju da se inicijative koje najviše obećavaju odnose na interakcije između privatnog sektora, preduzetnika i drugih organizacija (Wennink & Schrader, 2010). Lokacija takođe predstavlja faktor saradnje, jer geografska udaljenost može predstavljati problem pri saradnji (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Jedan od problema koji je identifikovan kao ograničenje u primeni *pro-poor* aktivnosti i strategija jeste nepostojanje ili nedovoljna povezanost formalnog i neformalnog sektora, odnosno lokalnih ponuđača (Wood, 2005). Slika 19 pokazuje brojne tipove veza između preduzetnika, lokalnih organizacija, stanovnika, kao i drugih preduzetnika (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004). Sve ove veze predstavljaju saradnju u različitim formama od čije efikasnosti zavisi i ostvarenje cilja postavljenih strategija.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

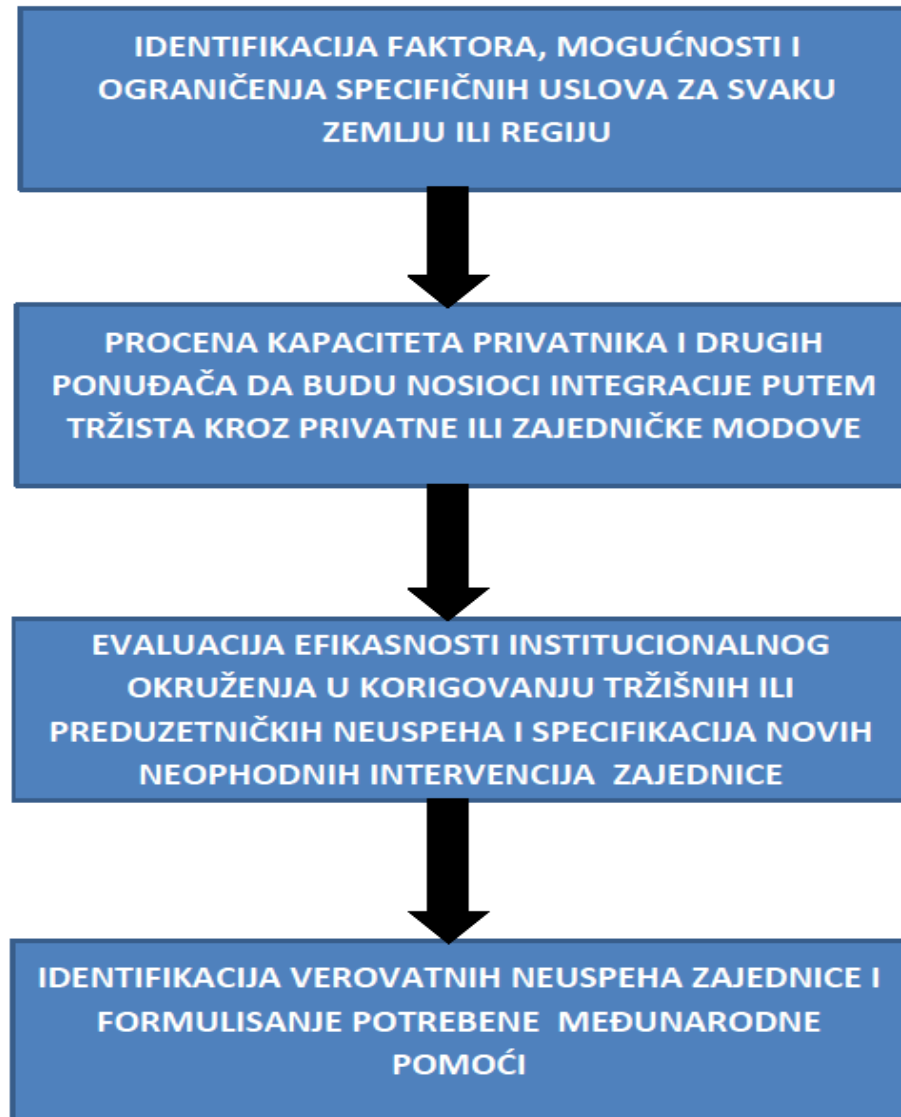


Slika 19. Tipovi veza između preduzetnika i stejkholdera, (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

*Bachev* (Bachev, 2012) naglašava potrebu uključivanja malih domaćinstava u turističko tržište putem integracije i saradnje. Faze procesa integracije predstavljene su na slici 20:



Slika 20. Faze procesa integracije malih domaćinstava, (Bachev, 2012).

Partnerstvo lokalne zajednice i lokalnih preduzetnika sa većim kompanijama pokazalo se kao uspešan potez u Namibiji. Ovakvo partnerstvo može podrazumevati obuke i treninge, zajedničko korišćenje opreme, zajedničko investiranje, marketinšku pomoć itd.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

(Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Značaj uključivanja velikih kompanija ogleda se pre svega u društveno-odgovornom poslovanju kroz podršku unapređenju nivoa edukacije, sposobnosti i veština kod lokalnog stanovništva, što dovodi do povećanja zaposlenosti i prihoda lokalnog stanovništva. Nevladine organizacije igraju značajnu ulogu i nezobilazne su prilikom kreiranja i implementacije strategija *pro-poor* turizma. Njihovo delovanje je heterogeno i široko, ali praksa pokazuje da je najvažnija funkcija nefinansijska podrška različitih oblika (Bennett, Roe, & Ashley, 1999).

### **2.3.4.1. Osobine preduzetnika kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja**

Osobine preduzetnika i njegovo uže, interno okruženje jeste bitan faktor koji određuje preduzetnički potencijal pojedinca, ali i lokalne zajednice. Sa nekim osobinama čovek se rađa, dok druge stiče i usvaja tokom života pod dejstvom različitih uticaja i modela ponašanja koji ga okružuju. Na neke faktore poput godina, pola, pripadnosti određenoj nacionalnoj ili verskoj zajednici pojedinac ne može uticati, dok se na neke karakteristike poput želje za postignućem, spremnosti za preuzimanje rizika, odgovornosti, orijentacije ka budućnosti, iskustva, znanja, modela vrednosti itd. (Saleem & Abideen, 2011) može uticati. Aktivnosti strategija *pro-poor* turizma koje uključuju angažovanje lokalnog stanovništva često budu opstruirane od strane istog tog lokalnog stanovništva usled nekolegijalnog odnosa prema drugim zaposlenicima, nepoštenja i nediscipline (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008).

### **2.3.4.1. Državna politika i procedure kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja**

Neprivlačan poreski sistem, neefikasni procesi registracije firmi u kombinaciji sa slabom infrastrukturom i nedostatkom obrazovanih mladih ljudi (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011), kao i regulatorni uslovi (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008), predstavljaju barijeru u implementaciji strategija *pro-poor* turizma koje su često prisutne u zemljama u razvoju. Propisi i birokratija, kao i nedostatak proaktivnog pristupa od strane države predstavlja veliki problem prilikom implemenatcije *pro-poor* strategija (Wood, 2005). Donatori i drugi investitori su neretko odustajali od planova i projekata zarad sporosti administrativnih procedura (Maksimović, 2011). Mala turistička preduzeća su često zanemarena i opstruirana od



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

strane države i njenih institucija, bilo kroz neracionalnu birokratiju ili prosto kroz istiskivanje iz grane poslovanja u korist velikih preduzeća (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). Država guši male preduzetnike nepotrebnim birokratskim propisima ili ih jednostavno izostavlja iz informativnih lista namenjenih turistima (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

Iako lokalno stanovništvo smatra da poseduje potencijale za razvoj turizma, najveća prepreka iz njihove tačke posmatranja predstavlja nedostatak državne organizacije da se omogući sistem koji je neophodan za razvoj turizma (Suntikul, Bauer, & Song, 2009). Ako se tome pridoda i nedostatak stručnih znanja lokalnog stanovništva koje želi ući u preduzetničke vode iz oblasti poslovanja i funkcionisanja državnih institucija i organizacija, problem za lokalno stanovništvo postaje još veći. Tome u prilog idu i dosadašnji naučni nalazi koji navode da je asistencija države usmerena ka autohtonom malom preduzetništvu ključnija za uspeh i samim tim i potrebija od asistencije države koja je namenjena malom preduzetništvu čiji vlasnici ne predstavljaju lokalno autohtono stanovništvo (Saleem & Abideen, 2011). Istraživanja pokazuju i da je preduzetnicima najveći problem nedostupnost informacija, neadekvatna državna politika, teškoće pri dobijanju državne pomoći, ali i službenici državne administracije (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008).

Država treba pružati podršku preduzetništvu kroz više modova. Jedan način jeste politika ohrabrivanja preduzetništva kroz postavljanje preduzetništva kao relevantnog ekonomskog pitanja, kao i kroz definisanje nameta koje neće biti destimulativni za započinjanje novog preduzetničkog poduhvata. Drugi mod predstavljaju programi podrške razvoju preduzetništva, koji trebaju biti prisutni na svim nivoima (Amorós & Bosma, 2013). Država mora koncipirati takvu politiku koja će pospešiti reinvestiranje profita u lokalnu zajednicu. Ovo može biti urađeno putem organizacija koje se bave razvojem lokalne zajednice i čiji je cilj poboljšanje veza između projekata *pro-poor* turizma i lokalne zajednice (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004). Ovo podrazumeva da državne institucije trebaju da ojačaju pre nego što preduzetnički resursi budu u potpunosti raspoređeni (Ahmad & Xavier, 2012). Značaju ulogu igraju rešeni i čisti imovinsko-pravni odnosi (Amorós & Bosma, 2013), kao i planska dokumentacija, koja

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

ne treba biti predugačka, jer često ostaje i nepročitana, i gde je implementaciji posvećena dužna pažnja (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

Pored već navedenih pravaca i aktivnosti državnih struktura kao elementa (ne)uspešnosti strategija *pro-poor* turizma i razvoja preduzetništva, treba spomenuti i pregled pravca i širine aktivnosti od strane države kroz adaptiran tabelarni pregled autorke *Ashley* (Ashley, 2006):

**Tabela 31. Podsticajne aktivnosri državnih struktura (Ashley, 2006).**

alat	opcije
Podsticanje lokalnih dobavljača u lancu snabdevanja hotela	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ pomoć pri povezivanju kupaca i dobavljača</li> <li>➤ pomoć lokalnim mikro i malim preduzećima da postanu pouzdani dobavljači</li> <li>➤ razvijanje lanca snabdevanja u skladu sa porastom smeštajnih kapaciteta</li> <li>➤ pomoć pri dostizanju ekonomije obima</li> </ul>
Stimulisanje mikro i malog preduzetništva u oblasti turizma	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ poslovna podrška: trening, krediti i aktivnosti usmerene na razvoj preduzetništva</li> <li>➤ podizanje kvaliteta proizvoda</li> <li>➤ unapređenje tržišnog pristupa i marketinških veština</li> <li>➤ razvijanje poslovnih veština</li> <li>➤ kreditiranje i finansiranje</li> <li>➤ osiguranje da licenciranje i regulative ne isključuju male preduzetnike</li> <li>➤ uvođenje i praćenje turističkog vođenja od strane lokalnih turističkih vodiča</li> <li>➤ obezbeđivanje osnovne infrastrukture za turističke potrebe (katalizator razvoja)</li> <li>➤ uspostavljanje veza i „mentorstva“ subjekata iz oblasti malog biznisa sa velikim tur-operatorima</li> <li>➤ stimulisanje tržišne tražnje</li> <li>➤ kreiranje događaja u cilju povezivanja turista sa lokalnim ponuđačima</li> </ul>
Podsticanje lokalnog zanatstva i turističke potrošnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ poboljšanje kvaliteta ponude proizvoda i usklađivanje sa potrebama turista</li> <li>➤ razvoj autohtonih proizvoda</li> <li>➤ organizacija sajmovi, izložbi i pijaca</li> </ul>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ obezbeđivanje informacija i mogućnosti turistima u cilju veće potrošnje na nivou lokala</li> </ul>
Podsticanje mogućnosti za zapošljavanje siromašnih	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ širenje sektora turizma i mogućnosti zapošljavanja</li> <li>➤ investiranje u ugostiteljske veštine nekvalifikovane i nisko kvalifikovane radne snage</li> <li>➤ povećanje broja radnih mesta i bolji poslovi za lokalno stanovništvo</li> </ul>
Unapređenje partnerstva na nivou destinacije	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ država treba da koristi svoju jedinstvenu moć povezivanja subjekata</li> <li>➤ sakupljanje stavova i pospešivanje komunikacije</li> <li>➤ preduzimanje konkretnih aktivnosti</li> </ul>
Diverzifikacija ponude destinacije uključujući više proizvoda od siromašnih	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ proceniti opcije za diverzifikaciju proizvoda</li> <li>➤ kreiranje mogućnosti kroz ruralni turizam</li> <li>➤ jasno definisati koristi za siromašne, a ne samo pretpostavljati koristi</li> </ul>
Uticaj države na ponašanje privatnog sektora	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ koristi koncesione i investicione ponude za podsticanje <i>pro-poor</i> akcija</li> <li>➤ Instrumenti poput nagrada, kodova, sertifikacije, komunikacije i lokalne inicijative</li> </ul>
Olakšati mešovita partnerstva privatnog sektora i zajednice	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ deljenje prihoda iz zaštićenih područja sa zajednicom</li> <li>➤ ohrabrivati filantropske aktivnosti</li> </ul>
Usmeravati kulturne, socijalne i fizičke uticaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ maksimizirati korist lokalnog stanovništva iz razvoja turističke infrastrukture</li> <li>➤ upravljanje kompromisima kroz lokalne resurse</li> <li>➤ smanjiti poremećaje, oštećenje životne sredine i kulturna ugrožavanja</li> <li>➤ formirati sistem za sprečavanje razvoja negativnih oblika turizma</li> </ul>
Kreirati politike u skladu sa <i>pro-poor</i> principima	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ učešće siromašnih u politici</li> <li>➤ strateško odlučivanje zasnovano na činjenicama</li> </ul>
Strateške odluke: <i>koji segment, koja tržišta, koji investitori?</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ definisati specifična tržišta i njihove segmente</li> <li>➤ ne bazirati se samo na jedan tip turizma</li> <li>➤ bazirati se na međunarodne, regionalne i</li> </ul>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<ul style="list-style-type: none"><li>domaće turiste</li><li>➤ fokusirati visoko platežne turiste</li><li>➤ identifikovati sve potencijalne investitore: domaće i inostrane, male i velike</li></ul>
--	--

### **2.3.4.2. Tržišna strategija, kvalitet proizvoda i marketing kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja**

Regulacija ulaska na tržište podrazumeva analizu dinamike tržišta sa aspekta strateškog planiranja, dok otvorenost tržišta podrazumeva ocenu broja firmi koje mogu ući na posmatrano tržište (Amorós & Bosma, 2013). Što je otvorenost tržišta veća, rastu i mogućnosti za diverzifikaciju ponude proizvoda i usluga od strane lokalnog stanovništva. Mala turistička preduzeća, kao što su kampovi, kapaciteti koji nude spavanje sa doručkom, prodaja rukotvorina i usluge vodiča mogu siromašne direktno uključiti u turističku privredu (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). Domaći turisti mogu predstavljati važan segment turističke tražnje u posmatranim oblastima, naročito u segmentu samozaposlenih prodavaca, malih smeštajnih kapaciteta i malih objekata u ekonomijama u razvoju. Pored domaćih turista, pogodan segment tražnje predstavljaju i bekpekeri (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004), koji svoje preferencije u velikoj meri mogu zadovoljiti upravo kroz ponudu *pro-poor* turizma.

Pojedini autori (Mitchell, 2010) identifikuju različite načine stvaranja benefita od turizma za siromašne. Jedan od načina je uticaj koji nastaje kroz lanac snabdevanja turističkog sektora. Prihodi koji se ostvare po osnovu turističke potrošnje ne mogu u celosti ostati u lokalnoj zajednici, iz razloga što veliki deo turističke industrije zavisi od resursa, proizvoda i usluga iz urbanih zona, ali i iz inostranstva. Iz tog razloga potrebno je u najvećoj mogućoj meri koristiti lokalne izvore sirovina, proizvoda i usluga (Mthembu, 2012). Prema nekim autorima, prostor za politiku i intervencije se svodi na podsticaj nabavke lokalnih proizvoda. Analiza lanca vrednosti ili pristup praćenja toka dolara fokusira ključne tačke gde se uz pomoć adekvatnih intervencija mogu proširiti mogućnosti za povećavanje prihoda siromašnih lokalnih stanovnika (Overseas Development Institute, 2009).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Istraživanje koje se bavilo analizom lanca vrednosti prikazuje turističku potrošnju i njen uticaj na siromašne lokalne zajednice u tabeli 32:

**Tabela 32. Procenat prihoda koji ostaje lokalnoj zajednici, adaptirano prema (Overseas Development Institute, 2009).**

Vrsta potrošnje	Procenat koji ostaje lokalnoj zajednici
smeštaj	11
hrana i piće	13
zanatstvo	55
ekskurzije	36
izgradnja	10
ukupno	17

Ovo istraživanje jasno pokazuje da zanatstvo, kao radno intenzivan proces koji ne zahteva velika ulaganja nosi i najveću mogućnost uključivanja lokalnog stanovništva u turističku ponudu. Važno je napomenuti i da zanatstvo radno angažuje veliki procenat ženske populacije, koja se nalazi u većem riziku od siromaštva. Na drugom mestu se nalaze ekskurzije, odnosno organizacija i vođenje turista prilikom obilaska lokalnih atrakcija. Ni ova aktivnost, kao ni predhodna ne zahteva visoka finansijska ulaganja, ali za razliku od predhodne, organizacija i realizacija obilaska lokalnih atrakcija podrazumeva viši stepen specijalizovanih znanja iz oblasti turizma.

Često se ne posvećuje dovoljno pažnje marketingu i održivosti lokalnih preduzeća (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Neophodno je staviti akcenat na razvoj lokalnog brenda koji će predstavljati autohtonu vrednost. Potrebno je da postoji bar okvirni turistički proizvod lokalne zajednice/destinacije na koji se mogu nadovezati elementi strategija *pro-poor* turizma (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Siromašni nisu povezani sa turoperatorima koji najčešće pružaju *all inclusive* pakete, pa samim tim gotovo da i ne ostaje prostora za uključivanje lokalnih preduzetnika. U velikom broju slučajeva turooperatori sami pružaju usluge ili koriste dobro razvijena preduzeća (Bennett, Roe, & Ashley, 1999), što se kosi sa principima *pro-poor* turizma. Strani turooperatori traže i pouzdane partnere i dobavljače koji će preuzeti deo odgovornosti za organizaciju putovanja. Zbog toga se često zazire od novih lokalnih dobavljača koji još nemaju dovoljno iskustva i poznato ime (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Istraživanje (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008) pokazuje da lokalno stanovništvo prepoznaje da nije u stanju da uđe u tržišnu bitku za kupca-turistu. Ono zazire od jake konkurencije i često nepravedne tržišne utakmice. Tu pre svega vide velike poslovne sisteme, ali i ponuđače iz drugih zemalja koji nude jeftiniju robu i usluge. Problem predstavlja i to što lokalni ponuđači proizvoda i usluga često imaju poteškoća u ispunjavaju postavljenih zdravstvenih i bezbedonosnih propisa, kao i drugih postavljenih međunarodnih standarda koje podrazumeva međunarodno turističko tržište (Bennett, Roe, & Ashley, 1999).

Objašnjavajući značaj edukacije, pomenuta je i važnost marketinških veština u kreiranju i implementaciji strategija *pro-poor* turizma. Nefinansijska podrška tipično obuhvata i konsalting i operativne aktivnosti u oblasti marketing menadžmenta, što je veoma značajno za lokalnu zajednicu koja teži da razvije preduzetničke aktivnosti koje će ići u korist siromašnom lokalnom stanovništvu. Međutim, iako su kratkoročne marketinške intervencije izuzetno korisne, kontinuirana marketinška podrška dovodi do negativnih efekata poput zavisnosti od tuđe pomoći i podrške, a samim tim i neodrživosti (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Spoljne intervencije trebaju da budu privremene i da se fokusiraju na izgradnju preduzetničkih kapaciteta targetiranih aktera (Wennink & Schrader, 2010).

Turizam pretpostavlja izrazito sofisticiran marketing, što predstavlja veliki problem za siromašne proizvođače (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999). Barijere predstavljaju nedostatak turističkog proizvoda, neadekvatan pristup turističkom tržištu, ali i neadekvatno definisan tržišni segment tražnje (Wood, 2005). Po nekim autorima (Tomka, 2002) bitno je imati na umu karakteristike turističkog proizvoda koji se značajno razlikuje od drugih proizvoda po tome što turista u najvećoj meri ne kupuje materijalizovane elemente, već slike, boje, zvuk, kontakte i o njima stvara emocije i mišljenje, a samim tim i doživljaj. Kako proces pružanja usluge podrazumeva neposrednu interakciju pružaoca usluge i turista/potrošača, može se reći da ljudi u turizmu predstavljaju primarni i samostalni element marketing miksa i trebaju se posmatrati iz tri različite perspektive koje su podjednako bitne za kvalitetan turistički proizvod. Prva perspektiva obuhvata zaposlene u neposrednoj komunikaciji sa turistima, druga perspektiva obuhvata zaposlene koji istražuju motive, potrebe i želje turista i na

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

osnovu njih kreiraju turistički proizvod i treća perspektiva obuhvata same turiste od čije spremnost, kooperacije i kulture zavisi i kvalitet pružene usluge.

Brojni filmovi i audiovizuelni sadržaji analiziraju različite zajednice i njihov društveni život uključujući i siromaštvo i degradaciju životnog prostora zemalja u razvoju (Privitera, 2015). Oni mogu poslužiti kao efikasan instrument u procesu promocije principa *pro-poor* turizma i strategija *pro-poor* turizma, naročito u segmentu koji pokrivaju međunarodne organizacije čiji je cilj edukovanje turista, odnosno oblikovanje tražnje.

### **2.3.4.3. Lokalna zajednica kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja**

Sve intervencije dominantno zavise od lokalnog konteksta (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999), kao i od inicijative lokalne zajednice. Stanovništvo predstavlja resurs koji je od izuzetne važnosti za dalji razvoj lokalnih ekonomskih zajednica (Maksimović, 2011). Razvojni procesi trebaju početi sa proaktivnim lokalnim ekonomskim inicijativama (Wennink & Schrader, 2010). Društvene i kulturne norme lokalne zajednice podstiču ili omogućavaju postupke koji dovode do novih poslovnih metoda ili aktivnosti koje mogu povećati kvalitet života lokalne zajednice (Amorós & Bosma, 2013). Lokalne zajednice u kojima siromašni imaju pristup društvenom kapitalu, imaju veći potencijal za učešće siromašnih u tržišnim tokovima, a samim tim i ostvarivanju neto-koristi za siromašne (Salençon, 2004). Najveći stepen uspeha pokazuju strategije i projekti *pro-poor* turizma koji su se fokusirali samo na jednu geografsku oblast ili na jednu komponentu (Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999).

Uspeh lokalnog ekonomskog razvoja ne leži samo na državi, već prevashodno na samoj lokalnoj zajednici. Dosadašanja iskustva favorizuju proceduru *Svetske banke*, koja se temelji na lokalnom nivou posmatranja kroz:

- Organizovanje procesa strateškog planiranja;
- Procenu stanja lokalne ekonomije;
- Formulisanje strategije lokalnog ekonomskog razvoja;
- Implementaciju strategije;
- Evaluaciju i monitoring (Grozđanić & Savić, 2008).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Ono što se često pojavljuje kao problem jeste nekompatibilnost razvojnih planova sa postojećim strategijama i planskim dokumentima (Wood, 2005). Praksa i teorija se slažu da učešće lokalne zajednice u donošenju odluka i planiranju povećava maksimizaciju koristi lokalnom stanovništvu. Međutim, najčešće su siromašni isključeni iz ovog procesa ili su uključeni u neadekvatnoj ili nedovoljnoj meri.

Ukoliko se žele postići maksimalni rezultati bilo koje strategije u korist siromašnih, bitan zadatak lokalne zajednice predstavlja identifikacija faktora koji negativno utiču na razvoj turizma (Viljoen & Tlabela, 2006). Međutim, prilikom identifikacije ovih faktora se mora biti veoma pažljiv, jer se faktori moraju sagledati kako iz perspektive nauke i prakse relevantnih oblasti, tako i iz perspektive lokalnog stanovništva, čije se viđenje često može dijametralno suprotno razlikovati od naučno-činjeničnog stanja. Tako, na primer, rezultati istraživanja (Suntikul, Bauer, & Song, 2009) pokazuju da stanovništvo lokalnih zajednica često sebe ne smatra siromašnim, iako kvantitativni pokazatelji ukazuju na to. Ruralno stanovništvo ne posmatra novac kao primarno merilo kvaliteta života, već je osnovni indikator za njih uspešan poljoprivredni ciklus. U skladu sa tim, oni ne žele da napuste primarni posao – bavljenje poljoprivredom zarad posla u turizmu, jer smatraju da je poljoprivreda deo njihovog života, kulture i identiteta (Suntikul, Bauer, & Song, 2009). Grubo forsiranje razvoja turizma nasuprot percepciji i željama lokalnog stanovništva može doneti samo negativne efekte i konflikte, kao i odbojnost prema turizmu. U ovakvim slučajevima treba primeniti višefazni pristup razvoja turizma, koji bi omogućio lokalnoj zajednici da u početnim fazama razvija turizam kroz mali segment dodatnih i sporednih aktivnosti koje bi sa jedne strane pružile određene povremene prihode lokalnom stanovništvu, dok bi sa druge strane obezbedile neposredniji kontakt lokalnog stanovništva sa turističkom industrijom i turistima, kao početni korak ka daljem razvoju turističke ponude.

### ***2.3.4.4. Prirodna bogatstva, kultura, infrastruktura kao faktor (ne)uspešnosti strategija lokalnog razvoja***

Prirodna bogatstva, tradicija, kultura i lokalni običaji su često jedni resursi koje poseduju siromašne ruralne zajednice. U oblasti industrije turizma to je značajan, ali ne i dovoljan resurs za razvoj turističke ponude. Da bi se ovi resursi mogli i aktivirati u



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

turističke svrhe, neophodno je postojanje minimuma izgrađenosti infrastrukture. Infrastruktura predstavlja veoma širok pojam, ali za potrebe ovog istraživanja, infrastrukturu možemo posmatrati prema definiciji *Američkog udruženja građevinaca (Associated General Contractors of America- AGCA)*, koje infrastrukturu posmatra kroz različite prostorne, tehničke i saobraćajne sisteme kao osnovu funkcionisanja svih korisnika prostora i odvijanja svih osnovnih aktivnosti u njemu (Jokanović, 2013). Sistemi imaju prevashodnu funkciju prevoza/prenosa ljudi, materijalnih dobara, informacija i energije, obezbeđujući čoveku neposredniji, efikasniji i ekonomičniji kontakt sa prirodom i društvenom stvarnošću u kojima se nalazi (kontakti između ljudi, zatim ljudi i prirodne i društvene okoline, društvenih zajednica i društvenih sistema, individualnih društvenih i privrednih subjekata). Ovde pripadaju i kombinovani kapaciteti koji obezbeđuju osnovne javne usluge poput transporta, snabdevanja (voda, gas, struja), energetike, telekomunikacija, odnošenja otpada, zelenih površina, sportskih aktivnosti, rekreacije i stanovanja. Infrastruktura obezbeđuje i fizičke sisteme koji pružaju druge vrste usluga javnosti putem privrednih i društvenih aktivnosti (Jokanović, 2013:9).

Neodstatak i/ili spor razvoj infrastrukture često destimuliše investitore za dalja ulaganja (Maksimović, 2011). Pored navedene opšte infrastukture, turistička infrastruktura i suprastuktura predstavljaju takođe faktor razvoja preduzetništva, odnosno faktor razvoja turističkog proizvoda prema *pro-poor* principima. Uspešan lokalni razvoj podrazumeva prirodne resurse, stanovništvo, resurse održivog razvoja ekonomije i infrastrukturu (Maksimović, 2011). Čest primer u praksi jeste da turistički objekti, infra i supra struktura nisu ravnomerno geografski raspoređeni, te nedaekvatan pristup njima predstavlja prepreku razvoja (Salençon, 2004). Cena korišćenja infastrukturnih objekata i usluga može biti kamen spoticanja. Komunikacije, komunalije, transport, zemljište i prostor dostupni po ceni koja ne diskriminiše male lokalne preduzetnike jeste jedan od primarnih uslova za započinjanje poslovanja u lokalnom kontekstu (Amorós & Bosma, 2013). Problem nedostatka vlasništva nad zemljištem predstavlja značajnu prepreku (Wood, 2005), koja se često nalazi u vezi i sa nerešenim imovinsko-pravnim odnosima. Kao posledicu toga imamo i značajne resurse poput nekih zaštićenih kulturno-istorijskih

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

spomenika koji postaju ruine opasne po okolinu, a ne elementi turističke ponude koji generišu materijalne i nematerijalne koristi za lokalnu zajednicu.

### **2.3.5. Faktori implemetacije strategija *pro-poor* turizma – analiza empirijskih iskustava**

Analiza sadržaja se koristi za identifikaciju ključnih faktora koji utiču na sprovođenje strategija *pro-poor* turizma (Tolkach, Pearlman, & King, 2012). Ovo podrazumeva poređenje postojećeg znanja o strategijama i aktivnostima *pro-poor* turizma sa iskustvima iz projektnog menadžmenta, planiranja turizma i razvoja dosadašnjih istraživanja (Tolkach, Pearlman, & King, 2012).

Imajući u vidu izuzetno veliki broj radova, studija slučaja, izveštaja i preporuka koje se bave problematikom principa i strategija *pro-poor* turizma, a u cilju sistematičnog, širokog i relevantnog pregleda faktora uticaja, odnosno grupa faktora uticaja, kreiran je tabelarni prikaz (tabela 33) najrelevantnijih grupa faktora razvoja preduzetništva u skladu sa principima *pro-poor* turizma u odnosu na svaki dokument koji je obuhvaćen ovom analizom (naučni radovi, studije slučaja, izveštaji i preporuke). Svaki od analiziranih dokumenta je dostupan široj javnosti i uz pomoć bibliografskih podataka može se pristupiti originalnom dokumentu.

Kako je u pitanju veliki broj dokumenata koji su sačinjeni u različitom vremenskom periodu, od strane različitih autora, za različite svrhe i na osnovu različite metodologije, potpuna standardizacija posmatranja i analize nije bila moguća, već se težilo da se postigne što veći stepen ujednačenosti izlaznih informacija u cilju daljeg analitičko-sintetičkog razmatranja i razrade, kao i komparacije dobijenih rezultata. Iz tog razloga su se svi identifikovani faktori posmatrali u svom neutralnom obliku (npr. faktor finansije), iako su oni u pojedinim originalnim dokumentima bili predstavljeni u pozitivnom (podstičućem) obliku (npr. dostupni subvencionisani krediti) ili u negativnom (ograničavajućem) obliku (npr. nedostatak povoljnih izvora finansiranja).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Tabela 33. Prikaz grupa faktora razvoja preduzetništva baziran na analiziranim studijama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>Factors Contributing To The Success Or Failure Of Bumiputera Entrepreneurs</i>  (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008)	+	+	+	+	+	+	+	+
<i>Examining success factors: Entrepreneurial approaches in mountainous regions of Pakistan</i>  (Saleem & Abideen, 2011)	+	+	+	+	+	+		+
<i>Barriers to Entrepreneurial Endeavors in a Developing Economy</i>  (Bizri, Kojok, Dani, Mokahal, & Bakri, 2012)	+		+	+	+		+	+

Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>Entrepreneurial environments and growth: evidence from Malaysia GEM data</i>  (Ahmad & Xavier, 2012)	+		+		+		+	+
<i>Overcoming entrepreneurship development constraints: the case of Bangladesh</i>  (Chowdhury, 2007)	+	+			+			+
<i>Methodology for Pro-poor Tourism Case Studies</i>  (Ashley, 2002)	+	+	+		+	+	+	+

Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>Practical strategies for pro-poor tourism, Wilderness Safaris South Africa: Rocktail Bay and Ndumu Lodge</i>  (Poultney & Spenceley, 2001)	+	+	+		+	+	+	+
<i>Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija</i>  (Bogdanov, 2011)	+	+	+		+	+		
<i>Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma-problemi i smjernice</i>  (Krajnović, Čičin-Šain, & Predovan, 2011)		+	+		+	+	+	+
<i>Mišljenje Evropskog</i>		+	+		+		+	+

Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>ekonomskog i socijalnog komiteta o ruralnom razvoju i zapošljavanju u zemljama Zapadnog Balkana</i>  (Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011).								
<i>Studija održivog turizma i eliminacije siromaštva, Izveštaj Sektoru za međunarodni razvoj</i>  (Bennett, Roe, & Ashley, 1999)	+	+	+	+	+	+	+	+
<i>Pro-poor Tourism: A Vehicle for Development in Trinidad &amp; Tobago</i>  (Lewis & Brown, 2007)	+	+	+		+	+	+	+

Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic</i>  (Holland, Burian, & Dixey, 2003)	+	+	+		+	+	+	
<i>Entrepreneurship as an economic force in rural development</i>  (Sherief, 2008)	+	+				+		+
<i>Pro-poor Tourism Development in Viengxay, Laos: Current State and Future Prospects</i>  (Suntikul, Bauer, & Song, 2009)	+	+		+	+		+	
<i>Pro-poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor, A review of experience, Pro-poor Tourism</i>	+	+	+		+	+		+

Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>Report No. 1, 2001</i>  (Ashley, Roe, & Goodwin, 2001)								
<i>Small Business Development and Poverty Allerviation in Alexandra South Africa</i>  (Agupusi, 2007)	+	+	+		+			+
<i>Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report Fifteen Years of Assessing Entrepreneurship Across the Globe</i>  (Amorós & Bosma, 2013)	+		+	+	+	+	+	+



Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>How Can Governments Boost the Local Economic Impacts of Tourism? Options and Tools</i> (Ashley, 2006)	+	+	+		+	+		+
<i>Pro-poor Tourism: Putting Poverty at The Heart of the Tourism Agenda</i> (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000)	+	+	+		+	+		+
<i>Rural tourism development: a viable formula for poverty alleviation in Bergville</i> (Mthembu, Rural tourism development: a viable formula for poverty alleviation in Bergville, 2012)	+	+	+			+	+	+
<i>Community Tourism Entrepreneurship</i>	+	+	+			+		

Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

studija slučaja/ autor	finansije	edukacija	partnerstvo i umrežavanje	osobine preduzetnika, interno okruženje	državna politika, uprava i procedure	tržišna strategija, komeptitivnost	lokalna zajednica	materijalno-resursna osnova, infrastruktura
<i>for Sustainable Tourism Management in Southern Africa: Lessons from Zimbabwe</i>  (Chiutsi & Mudzengi, 2012).								
<i>Pro-poor tourism as a means of Sustainable Development in the Uctubamba Valley, Northern Peru</i>  (Wood, 2005)	+	+	+	+	+	+	+	+
<i>Contribution of Tourism to Poverty Alleviation Pro-poor Tourism and the Challenge of Measuring Impacts</i>  (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004).	+	+			+	+		+
<i>Ograničavajući faktori lokalnog ekonomskog razvoja u</i>		+	+	+	+		+	+

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<b>studija slučaja/ autor</b>	<b>finansije</b>	<b>edukacija</b>	<b>partnerstvo i umrežavanje</b>	<b>osobine preduzetnika, interno okruženje</b>	<b>državna politika, uprava i procedure</b>	<b>tržišna strategija, komeptitivnost</b>	<b>lokalna zajednica</b>	<b>materijalno-resursna osnova, infrastruktura</b>
<i>Republici Srbiji</i>  (Maksimović, 2011)								
Procenat učešća grupe faktora u analiziranim studijama	88%	88%	84%	32%	88%	72%	60%	84%

Ovaj tabelarni prikaz daje polaznu bazu za kreiranje upitnika kao instrumenta za ispitivanje nivoa značajnosti definisanih faktora razvoja preduzetništva u turizmu u specifičnim ruralnim lokalnim zajednicama koje se nalaze u riziku od siromaštva. U slučaju ovog istraživanja biće analizirane opštine Loznica, Mali Zvornik i Ljubovija u Republici Srbiji.

---

### **3. METODOLOGIJA RADA**

---

#### **3.1. Teritorijalni obuhvat istraživanja**

Istraživanje je obuhvatilo ispitanike sa teritorije tri opštine: opštine Loznica, opštine Mali Zvornik i opštine Ljubovija u Republici Srbiji. Sve tri opštine nalaze se neposredno uz reku Drinu i pripadaju Podrinjskom regionu. Potencijali ovog regiona u oblasti turističkog razvoja su odavno prepoznati, međutim, njihovo aktiviranje u formi turističke ponude još je uvek na veoma niskom nivou. Posmatrane opštine su integrisane i kroz projekat *Istražite blago Podrinja*, čiji je cilj unapređenje jedinstvene turističke ponude opština Loznica, Mali Zvornik, Ljubovija, ali i opština Krupanj i Osečina, koje ne izlaze neposredno na reku Drinu. Za ovaj projekat se još uvek traže izvori finansiranja.

Opštine Loznica, Mali Zvornik i Ljubovija imaju velik broj značajnih turističkih atrakcija i resursa, kako prirodnih, tako i antropogenih. Neki od ovih resursa su navedeni u tabeli 34. Ovi resursi pružaju odličnu podlogu za razvoj proizvoda iz oblasti ruralnog turizma i svih specifičnih oblika turizma koji se mogu razvijati u ruralnom području. Tu se pre svega misli na: kulturni, manifestacioni, sportski, aktivni, avanturistički, nautički, verski, lovni i ribolovni, edukativni, kreativni, eko i druge oblike turizma. Posmatrane opštine nemaju i teško da mogu razviti samostalan turistički proizvod (isključujući stacionarno-lečilišni (banjski) turizam koji se praktikuje u Banji Koviljači i predstavlja specifičnu vrstu turizma) koji može zadržati turistu više od jednog do dva dana i generisati značajnu turističku potrošnju. Međutim, regionalni turistički proizvod značajno može podići turističku prepoznatljivost ovih opština i pružiti kvalitetan turistički proizvod koji se skoro u potpunosti može bazirati na lokalnim resursima u najširem smislu. Sve ovo podrazumeva podizanje kapaciteta lokalnih preduzetnika i pruža šansu za lokalni razvoj posmatranih opština i podizanje kvaliteta života siromašnog lokalnog stanovništva.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 34. Turistički resursi opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik**

<b>resursi</b>	<b>Loznica</b>	<b>Mali Zvornik</b>	<b>Ljubovija</b>
<b>prirodni resursi</b> (reke, planine, jezera, kanjoni itd.)	Planine Gučevo i Cer, reke Drina i Jadar	Reka Drina, Zvorničko i Radaljsko jezero	planina Bobija, reka Drina, kanjon reke Trešnjice, bezimena pećina, pećina Kačara i pećina Zvečaljka
<b>kulturni resursi</b> (verski objekti, ustanove kulture, spomenici)	Manastiri Čokešina i Tronoša, stari gradovi i utvrđenja Vidojevica, Kosanin grad, Trojanov grad, Koviljkin grad (Gradac), Jerinin grad.  Muzej Jadra, muzejski kompleks u Tršiću, muzej ranog Vukovog školovanja, muzej Cerske bitke na Tekerišu.  Galerija slika - legat Miće Popovića i Vere Božičković Popović u Loznici, galerija Mine Karadžić.  Građevine Kur salon i Sumporno kupatilo Kralja Petra I	Utvrđenje Kraljev grad/Tajni grad/Podzemni grad.	Spomenik Mačkov kamen, manastir Soko grad, stari gradovi i utvrđenja Mali i Veliki grad, stari Rimski most, veliki broj arheoloških lokaliteta.
<b>manifestacije</b>	Vukov sabor, Drinska regata, Evropa igra.	Somovijada, Drinska regata, Zlatni kotlić.	Drinska regata, Škobačijada, Moba.
<b>znamenite ličnosti</b>	Vuk Karadžić, Jovan Cvijić, Filip Višnjić, Stepa Stepanović, Momčilo Gavrić.	---	Petar Prokić Sokoljanin, Nenad Nenadović.
<b>banje i lekoviti izvori</b>	Banja Koviljača, Banja Badanja.	Radaljska banja.	---

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Ekonomski položaj posmatranih opština upućuje da je reč o opštinama koje se nalaze u III, odnosno IV grupi opština prema stepenu razvijenosti. Kriterijumi ove klasifikacije obuhvataju zbir mase zarada i penzija u jedinici lokalne samouprave i prihoda budžeta, kao i demografske indikatore, stopu nezaposlenosti, stepen obrazovanja itd. (Nacionalna agencija za regionalni razvoj, 2014). Pri tome se mora napomeniti da opština Mali Zvornik pripada donjoj polovini IV grupe, odnosno svrstava se u devastirane opštine (Vlada Republike Srbije, 2014). Neki od indikatora razvoja preduzetničkih aktivnosti mogu biti broj novih preduzetničkih poduhvata u toku posmatrane godine, ali i broj ugašenih preduzetničkih jedinica može predstavljati važan podatak u proceni ekonomskog stanja jedne zajednice (Henderson, 2007). Zbog toga odnos novoosnovanih preduzetnika i brisanih preduzetnika za 2015. godinu predstavlja bitan indikator preduzetničke klime u posmatranim opštinama (tabela 35).

**Tabela 35. Indikatori privredne aktivnosti, izvor podataka (Agencija za privredne registre, 2016).**

	<b>Loznica</b>	<b>Mali Zvornik</b>	<b>Ljubovija</b>
Stepen razvijenosti opštine	III grupa (60-80% republičkog proseka)	IV grupa (ispod 50% republičkog proseka – devastirano područje)	III grupa (60-80% republičkog proseka)
Broj stanovnika u 2014. - procena	77.543	12.005	13.753
Broj zaposlenih u 2014.	14.290	1.497	2.441
Broj nezaposlenih u 2014.	11.832	2.429	2.156
Prosečna neto zarada u 2014.	33.207	35.982	37.949
Broj preduzetnika u 2015	2.599	297	487
Broj novoosnovanih preduzetnika u 2015.	181	15	85
Broj brisanih preduzetnika u 2015.	193	14	80

### **3.2. Ciljne grupe ispitanika i način prikupljanja informacija**

Populacija koja je posmatrana ovim istraživanjem predstavlja radno sposobno stanovništvo koje živi na teritoriji opština Loznica, Mali Zvornik i Ljubovija, uz napomenu da su iz istraživanja isključeni žitelji samog gradskog naselja Loznica, jer ono po definiciji ne pripada ruralnim obastima. Podaci o broju radno sposobnog stanovništva koje podrazumeva lica od 15 do 64 godine (Plojović, Bećirović, & Ujakonović, 2009) predstavljaju zvanične i javno dostupne podatke državnih institucija Republike Srbije (Republičkog zavoda za statistiku i Nacionalne agencije za regionalni razvoj). Međutim, poslednji podaci koji su dostupni, a tiču se grupe radno sposobnog stanovništva potiču iz 2010. godine. Takođe, gore pomenuti izvori daju jedinstvene podatke za celokupnu opštinu Loznica zajedno sa gradskim naseljem, koje je isključeno iz ovog istraživanja, te se do potrebnog podatka koji se odnosi na broj radno sposobnog stanovništva koje živi u ruralnim delovima opštine Loznica došlo na osnovu procene odnosa sledećim putem:

$$\begin{aligned} & \text{broj radno sposobnog stanovništva } \mathbf{ruralnih} \text{ oblasti opštine Loznica} = \\ & \text{Radno sposobno stanovništvo opštine Loznica} - \\ & \left( \frac{\text{radno sposobno stanovništvo opštine Loznica}}{\text{ukupno stanovništvo opštine Loznica}} \times \text{ukupno stanovništvo gradskog naselja Loznica} \right) \end{aligned}$$

Podatak o broju ukupnog stanovništva gradskog područja Loznica se odnosi na 2011. godinu. Zbog toga se podatak o broju radno sposobnog stanovništva na teritoriji opštine Loznica bez gradskog naselja Loznica mora uzeti sa zadržkom. Ostali podaci preuzeti su iz baze podataka Nacionalne agencije za regionalni razvoj (Nacionalna agencija za regionalni razvoj, 2016).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Tabela 36. Broj radno sposobnog stanovništva u posmatranim opštinama, prema (Nacionalna agencija za regionalni razvoj, 2016)

opština	broj stanovnika životne dobi između 15 i 64 godine (poslednji podaci iz 2010. godine)
Opština Loznica sa gradom Loznica	56.544
Opština Loznica bez gradskog područja (procena istraživača)	43.321
Mali Zvornik	8.956
Ljubovija	9.799
<b>Ukupno u ruralnim oblastima</b>	<b>62.076</b>

Međutim, imajući u vidu da preduzetnik može biti jedino fizičko lice, punoletno i poslovno sposobno, lica starosti između 15 i 18 godina koja su obuhvaćena brojem radno sposobnog stanovništva (tabela 36) ne mogu biti predmet posmatranja, osim u izuzetnim slučajevima koje definiše član 11. Porodičnog zakona (Porezi pravo i praksa, 2014). Takođe, žene starije od 61 godinu stižu zakonski uslov za penziju, pa ne pripadaju kategoriji radno aktivnog stanovništva, odnosno stanovništva koje se u velikoj meri aktivno može uključiti u preduzetničke aktivnosti. Imajući u vidu gore navedeno, procenjeno da je veličina posmatrane populacije ispod 60.000 stanovnika.

Uzorak ispitanika je podeljen u tri stratuma. Izabrani stratumi predstavljaju tri osnovne grupe aktera u razvoju preduzetništva na lokalnom nivou. Ovakav tip triangularnih izvora podataka korišćen je i u drugim istraživanjima koja su se bavila uticajem razvoja turizma na smanjenje siromaštva lokalnih zajednica (Hales, 2010), kao i analizom poslovne klime na lokalnom nivou (Molnar & Pejčić, 2013).

**Prva grupa** aktera obuhvata donosioce odluka na lokalnom nivou, kao i nosioce različitih razvojnih aktivnosti u oblasti preduzetništva u turizmu (bilo kao primarni ili sekundarni cilj poslovanja) čiji je osnivač država ili njeni organi. Tu pre svega spadaju:

- Lokalne turističke organizacije (Turistička organizacija Grada Loznica, Turistička organizacija opštine Ljubovija), odnosno zaposleni na menadžerskim



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

funkcijama ovih institucija. U opštini Mali Zvornik trenutno ne postoji turistička organizacija;

- Članovi opštinskih veća zaduženi za oblast turizma;
- Kancelarije za regionalni i lokalni ekonomski razvoj odnosno zaposleni na menadžerskim funkcijama ovih institucija;
- Kancelarije za mlade.

**Drugu grupu** aktera čine aktivni preduzetnici u oblasti turizma i komplementarnim oblastima. Ova grupa obuhvata ponuđače na lokalnom nivou širokog spektra proizvoda i usluga iz turističke ponude. To su preduzetnici u turizmu bez obzira da li posluju u legalnim okvirima ili posluju u sivoj, odnosno nelegalnoj zoni ekonomije. U ovu grupu prevashodo spadaju preduzetnici koji nude usluge i proizvode iz oblasti:

- Smeštajne ponude;
- Restoraterske ponude;
- Ponude lokalnih turističkih agencija i organizatora obilazaka, izleta i ekskurzija;
- Ponude suvenira i umetničkih predmeta;
- Ponude predmeta i usluga tradicionalne radinosti i starih zanata;
- Ponude komplementarnih usluga i proizvoda u odnosu na turizam (sportsko-rekreativne aktivnosti, trgovina na malo, transportne usluge itd.).

**Treću grupu** čini radno sposobno lokalno stanovništvo. Ispitanici iz ove grupe žive na prostoru posmatranih opština i nisu radno angažovani u oblasti preduzetništva u turizmu ili u komplementarnim oblastima. Oni poseduju veću ili manju količinu različitih resursa koje bi mogli aktivirati u svrhu uključivanja u preduzetničke aktivnosti u turizmu i komplementarnim oblastima, ali do sada to nisu uradili.

Prikupljanje informacija o relevantnim faktorima razvoja preduzetništva u turizmu vršeno je putem upitnika i polustruktuisanih intervjuja. Upitnici su bili namenjeni prikupljanju informacija od svih ispitanika. Informacije proistekle iz polustrukturisanih intervjuja sa lokalnim preduzetnicima u turizmu korišćene su pri izradi SWOT analize.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

### 3.2.1. Konstruisanje instrumenata istraživanja

Konstruisanje **upitnika** je podrazumevalo višefazni proces, koji je bio vođen i uslovljen od strane više različitih izvora informacija i naučnih saznanja koja su uticala na korekcije i revidiranje samog upitnika kao instrumenta istraživanja:

- Prva verzija upitnika je konstruisana na bazi tabele faktora razvoja preduzetništva (tabela 33), kao polazišta koje daje pregled najrelevantnijih faktora razvoja preduzetništva identifikovanih u dosadašnjim naučnim istraživanjima, analizama različitih studija slučaja koje su komparabilne sa posmatranim predmetom istraživanja, kao i javno dostupnim izveštajima internacionalnih institucija koji pokrivaju posmatranu tematiku. Dobijen upitnik je bio baziran na osam osnovnih grupa faktora uticaja, koje je zatim trebalo razviti i prilagoditi uslovima podneblja gde će se istraživanje vršiti;
- Dalje prilagođavanje upitnika odnosilo se na uključivanje dosadašnjih saznanja i istraživanja koja su se ticala uslova za razvoj preduzetništva, mikro i malih preduzeća na teritoriji Republike Srbije. Na ovaj način u upitnik su uključeni identifikovani lokalni i regionalni faktori od značaja za razvoj preduzetništva u posmatranoj oblasti, odnosno na teritoriji Republike Srbije;
- Sledeća faza validacije je podrazumevala analizu upitnika od strane eksperata čija je oblast interesovanja menadžment i biznis u turizmu. Svaki od eksperata je iz ugla svoje oblasti proučavanja analizirao upitnik i po potrebi predložio modifikacije;
- Naredna faza je podrazumevala rad na pojmovnoj razumljivosti upitnika. Prve dve grupe ispitanika čine osobe koje se u svom svakodnevnom delovanju susreću sa stručnim terminima iz oblasti turizma i preduzetništva, te se za posmatrane grupe ispitanika mogao koristiti upitnik u izvornom obliku. Međutim, treća grupa ispitanika podrazumeva stanovništvo koje se u svojim svakodnevnim aktivnostima ne susreće sa stručnim terminima iz oblasti turizma i preduzetništva. Takođe, ova grupa uključuje sve stanovnike od 18 do 64 godine bez obzira na nivo obrazovanja. Iz tog razloga je za ovu grupu ispitanika upitnik prilagođen u cilju razumljivosti i jednoznačnosti pitanja. Svi stručni termini bili su zamenjeni sa široko razumljivim terminima koji se koriste u

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

svakodnevnom jeziku ili objašnjeni na najjednostavniji i najrazumljivi način prilagođen osobama koje nisu iz oblasti posmatrane tematike;

- Nakon modifikacije upitnika sprovedeno je pilot istraživanje u cilju potvrde razumevanja i jednoznačnosti upitnika za sve tri navedene grupe ispitanika.

Identifikovanje faktora razvoja preduzetništva u izveštaju *Globalnog monitora preduzetništva (Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report Fifteen Years of Assessing Entrepreneurship Across the Globe)* autora (Amorós & Bosma, 2013) takođe identifikuje faktore razvoja iz tri posmatrane perspektive, odnosno iz tri grupe izvora. Prvi izvor identifikacije faktora čine dosadašnja naučna istraživanja, drugi izvor jeste ispitivanje stavova i mišljenja nacionalnih eksperata, dok treću grupu informacija pruža anketirano punoletno stanovništvo. Pri konstruisanju upitnika kao instrumenta, vodilo se računa kako o cilju prikupljanja podataka, tako i o jeziku i terminima koji su korišćeni u cilju obezbeđivanja potpunog razumevanja značenja svih termina od strane svakog ispitanika, ali i o formatu odgovora i dužini upitnika (Mthembu, 2012), odnosno o optimalnom vremenu koje je potrebno izdvojiti za popunjavanje upitnika. Dobijeni upitnik obuhvatao je 40 različitih faktora uticaja na razvoj preduzetništva. Svi faktori su bili grupisani u okviru osam različitih grupa koje su predstavljene u tabeli 37. Finalne verzije upitnika su prikazane u prilogu rada.

Tabela 37. Faktori razvoja preduzetništva po grupama

grupa faktora	faktor
<b>FINANSIJE</b>	Bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti
	Selektivne finansijske olakšice (smanjena poreska stopa itd.)
	Subvencionisani krediti od strane države
	Lokalni garantni fondovi
	Sredstva iz donacija i inostranih fondova za razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti (zapošljavanje mladih, zapošljavanje žena, revitalizacija starih zanata itd.)

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<b>EDUKACIJA</b>	Intenzivnije izučavanje preduzetništva u formalnom obrazovanju (srednje i visoko obrazovanje)
	Intenzivno neformalno obrazovanje u delu preduzetničkih veština (više oblasti i nivoa sa umerenom cenom ili besplatno)
	Postojanje biznis inkubatora
	Transfer znanja iz oblasti istraživanja i razvoja
	Sticanje poslovnog iskustva kroz praksu i volontiranje
<b>PARTNERSTVO</b>	Dostupnost važnih informacija za poslovanje, stručnog mišljenja i kvalitetnih saveta (od strane strukovnih udruženja, zadruga, komora itd.)
	Dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima
	Zajednički nastupi na tržištu
	Osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera
	Dobra saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva, participacija lokalnog stanovništva prilikom donošenja odluka
<b>OSOBINE PREDUZETNIKA I NJEGOVO INTERNO OKRUŽENJE</b>	Lične osobine preduzetnika: upornost, usmerenost ka cilju, spremnost na težak rad itd.
	Podrška porodice i prijatelja
	Postojanje porodičnog biznisa
	Spremnost na rizik
	Predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva i turizma
<b>DRŽAVNA POLITIKA, DRŽAVNA UPRAVA I PROCEDURE</b>	Brzo, lako i jeftino registrovanje firme
	Manji finansijski nameti i niže komunalne takse u prvim godinama poslovanja

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	Eliminacija mita i korupcije
	Jasni imovinsko-pravni odnosi
	Sankcionisanje sive i crne ekonomije
<b>TRŽIŠNA STRATEGIJA I KOMPETITIVNOST</b>	Poznavanje potreba i želja turista
	Kvalitet turističkog proizvoda
	Postojanje tražnje za proizvodima i uslugama ruralnog turizma
	Kvalifikovana i stručna radna snaga
	Promocija i marketing
<b>LOKALNA ZAJEDNICA</b>	Nedostatak razumevanja za preduzetništvo (sklonost ka državnom poslu i sigurnim prihodima)
	Polne i starosne barijere
	Opasnost od ugrožavanja životne sredine
	Kvalitet života u ruralnim sredinama (stanovništvo bi lakše započinjalo samostalni posao ako bi život na selu bio lakši)
	Nepostojanje planova za razvoj turizma ili njihovo neprimenjivanje
<b>MATERIJALNO-RESURSNA OSNOVA I INFRASTRUKTURA</b>	Prirodne i kulturne turističke vrednosti
	Nematerijane turističke vrednosti (tradicija, gostoprimstvo, manifestacije, legende, običaji itd.)
	Infrastruktura
	Turistička infrastruktura
	Turistička suprastruktura

Anketiranje je vršeno u periodu od 5. do 14. juna 2015. godine lično od strane istraživača. Sa predstavnicima **prve** grupe ispitanika (donosioci odluka na lokalnom

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

nivou i realizatori razvojnih aktivnosti osnovani od strane državnih institucija), termini anketiranja su unapred ugovoreni. Ispitano je ukupno 19 ispitanika iz gore navedenih institucija. Kako broj gore navedenih relevantnih institucija u posmatranim opštinama nije velik, anketirani su predstavnici svih institucija. Ukupan broj predstavnika **druge** grupe ispitanika (preduzetnici u oblasti turizma i komplementarnim oblastima) nije moguće utvrditi iz više razloga. Prvi razlog jeste nepostojanje zvanične evidencije o broju ponuđača turističkih proizvoda i usluga. Sama oblast turističke ponude jeste izuzetno široka i heterogena, a veliki udeo ponude podrazumeva i komplementarne oblasti i delatnosti (poput poljoprivrede, transporta, komunikacija, trgovine itd.). Takođe, turistička ponuda podrazumeva i povremene i privremene poslove i aktivnosti, za šta evidencija ne postoji. Nelegalno i neevidentirano poslovanje, kao i poslovanje u sivoj i crnoj zoni ekonomije predstavlja čest slučaj poslovne aktivnosti u posmatranom regionu, što takođe otežava procenu broja preduzetnika. Istraživanje je obuhvatilo 56 identifikovanih preduzetnika, od kojih je 18 pristalo da popuni upitnik. Ispitanci koji pripadaju **trećoj** grupi (radno sposobno lokalno stanovništvo koje se ne bavi preduzetničkim aktivnostima u oblasti turizma ili komplementarnim oblastima) su nasumično izabrani. Istraživač je bez najave posećivao domaćinstva na posmatranom prostoru. U cilju skraćivanja vremena za prikupljanje podataka, anketiranje je vršeno i u tržnim centrima, na pijacama (Bhattacharya, 2003), ispred mesnih kancelarija i ureda, kao i na drugim mestima i u drugim prilikama koje okupljaju lokalno stanovništvo u većem broju. U ovoj grupi ispitanika je prikupljeno 109 validno ispunjenih upitnika.

Pitanja za **polustrukturisan intervju** su koncipirana na bazi potrebnih informacija za kreiranje SWOT analize faktora razvoja preduzetništva u turizmu na posmatranom regionu sa aspekta preduzetnika u oblasti turizma i komplementarnim oblastima. Iz tog razloga je postavljeno samo četiri osnovna pitanja koja su se odnosila na identifikaciju *snaga* i *slabosti* kao internih faktora razvoja (faktora na koje u najvećoj meri sam preduzetnik ili lokalna zajednica može uticati) i *šansi* i *opasnosti* kao eksternih faktora razvoja (faktora na koje sam preduzetnik i lokalna zajednica nema značajan uticaj). Pitanja su bila formulisana na sledeći način:

1. Koji su po Vašem mišljenju najznačajniji **podstičući** faktori razvoja preduzetništva u turizmu i srodnim oblastima koji **zavise** od Vas kao

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- pojedince/preduzetnika/organizacije, odnosno od lokalne zajednice kojoj pripadate?
2. Koji su po Vašem mišljenju najznačajniji **ograničavajući** faktori razvoja preduzetništva u turizmu i srodnim oblastima koji **zavise** od Vas kao pojedinca/preduzetnika/organizacije, odnosno od lokalne zajednice kojoj pripadate?
  3. Koji su po Vašem mišljenju najznačajniji **podstičući** faktori razvoja preduzetništva u turizmu i srodnim oblastima koji u najvećoj meri **ne zavise** od Vas kao pojedinca/preduzetnika/organizacije, odnosno od lokalne zajednice kojoj pripadate?
  4. Koji su po Vašem mišljenju najznačajniji **ograničavajući** faktori razvoja preduzetništva u turizmu i srodnim oblastima koji u najvećoj meri **ne zavise** od Vas kao pojedinca/preduzetnika/organizacije, odnosno od lokalne zajednice kojoj pripadate?

Osobe sa kojima je vršen polustrukturisani intervju su preduzetnici, vlasnici porodičnog biznisa ili menadžeri u organizacijama čije je delovanje u oblasti turizma u posmatranom regionu. U pitanju su smeštajni kapaciteti, restoraterski kapaciteti, specifični turistički kompleksi (etno sela i turističko sportsko-rekreativni kompleksi), hoteli i turističke agencije. U pitanju su entiteti koji posluju duže od 3 godine u oblasti turizma i koji su prepoznati kao lokalni lideri u oblasti u kojoj posluju. Intervjui su vršeni u periodu od 4. juna do 7. jula 2015. godine. Termini intervjuja su bili unapred dogovoreni putem telefona ili mejla, a ispitanici nisu bili ograničeni vremenom trajanja intervjuja, koji je u zavisnosti od ispitanika okvirno trajao od 60 do 150 minuta.

Polustrukturisan intervju je urađen sa devet ispitanika (devet različitih poslovnih subjekata). Od ukupno devet ispitanika, njih pet je zahtevalo potpunu anonimnost i ne spominjanje njihovih imena, niti imena pod kojim posluju. Ispitanici su garantovali iskrenost u odgovorima samo pod uslovom da se intervju ne snima, uz molbu na poštovanje anonimnosti. Zbog toga u istraživanju nisu dostupna imena objekata i preduzetnika, već samo njihova struktura, odnosno frekvencija učestalosti u odnosu na tip delatnosti (tabela 38).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Tabela 38. Struktura ispitanika po osnovu delatnosti

delatnost	broj ispitanika
Hotel	1
Seosko domaćinstvo sa smeštajem i dopunskim uslugama	2
Turistički kompleks sa smeštajem, ishranom i dodatnim sadržajem	3
Turistički ugostiteljski i sportsko-rekreativni kompleks sa smeštajnim jedinicama u izgradnji	1
Lokalna turistička agencija	1
Kafe restoran	1
<b>Ukupno</b>	<b>9</b>

### **3.3. Metode obrade podataka**

Dobijeni podaci su analizirani kvantitativnim i kvalitativnim metodama.

Podaci dobijen putem upitnika analizirani su statističkim metodama u programu za statističku obradu podataka IBM SPSS Statistics 21. Korišćene su sledeće statističke analize:

- Rangiranje faktora (razvoja preduzetništva) po značajnosti za posmatrani uzorak vršeno je deskriptivnom statistikom putem indikatora srednje vrednosti i standardnog odstupanja;
- Za testiranje značajnosti razlike u rangiranju faktora (razvoja preduzetništva) između posmatranih stratuma korišćena je analiza varijanse (ANOVA). Za utvrđivanje izvora varijabiliteta korišćen je *Post-Hoc Takijev test (Tukey test)*;
- Za testiranje značajnosti razlike u rangiranju faktora (razvoja preduzetništva) u odnosu na pol ispitanika korišćen je T-test za nezavisne uzorke;
- Za testiranje značajnosti razlike u rangiranju faktora (razvoja preduzetništva) u odnosu na nivo obrazovanja korišćen je T-test za nezavisne uzorke;
- Za testiranje značajnosti razlike u rangiranju faktora (razvoja preduzetništva) u zavisnosti od stepena preduzetničkog iskustva, korištena je analiza varijanse



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

(ANOVA). Za utvrđivanje izvora varijabiliteta korišćen je *Post-Hoc Takijev test (Tukey test)*;

- Za ispitivanje konzistentnosti faktora u odnosu na grupe faktora razvoja preduzetništva korištena je Bivarijantna korelaciona analiza;
- sve statističke procedure rađene su sa realizovanim nivoom značajnosti od  $p=0.05$ .

Informacije dobijene putem polustrukturisanog intervjua su poslužile za kvalitativnu SWOT analizu, kao integralnu sistematizaciju eksternih i internih faktora razvoja. SWOT analiza je koncept koji treba da omogući sistematsku analizu pretnji i šansi iz okruženja, kao i njihovo usaglašavanje sa jakim i slabim tačkama unutar posmatranog sistema (Đurićin, Janošević, & Kalićanin, 2013), u posmatranom slučaju lokalne zajednice. Ona u značajnoj meri nadopunjuje rezultate kvantitativnih analiza i podiže kvalitet krajnjih zaključaka istraživanja (Hales, 2010). Simbioza kvantitativnih i kvalitativnih podataka i istraživanja doprinosi objektivnosti i smanjuje rizik od pogrešne interpretacije informacija usled subjektivnih stavova istraživača (Crouch, 1995).

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Upitnik je validno ispunilo ukupno 146 ispitanika (tabela 39). Od anketiranih 146 ispitanika, 19 ispitanika su predstavljali donosiocce odluka na lokalnom nivou (13% ispitanika od ukupnog broja ispitanika), 18 ispitanika su bili preduzetnici u oblasti turizma (12,3% ispitanika od ukupnog broja ispitanika) i 109 ispitanika su predstavljali lokalno stanovništvo koje nije zaposleno u državnoj upravi, niti se bavi preduzetništvom u oblasti turizma (74,7% ispitanika od ukupnog broja ispitanika).

Tabela 39. Struktura ispita u okviru različitih stratuma

		Broj ispitanika	Procenat	Kumulativni procenat
ispitanici	donosioci odluka na lokalnom nivou	19	13,0	13,0
	preduzetnici u turizmu	18	12,3	25,3
	lokalno stanovništvo	109	74,7	100,0
	ukupno	<b>146</b>	<b>100,0</b>	

Polna struktura ispitanika prikazana je u tabeli 40. Od 146 ispitanika, 83 ispitanika su bile osobe muškog pola (56,8% ispitanika od ukupnog broja ispitanika), dok su 63 ispitanika bile osobe ženskog pola (43,2% ispitanika od ukupnog broja ispitanika).

Tabela 40. Polna struktura ispitanika

		Broj ispitanika	Procenat	Kumulativni procenat
ispitanici	muški pol	83	56,8	56,8
	ženski pol	63	43,2	100,0
	Ukupno	<b>146</b>	<b>100,0</b>	

Starosna struktura ispitanika prikazana je u tabeli 41. Od 146 ispitanika, 28 ispitanika je starosti između 18 i 25 godina (19,2% ispitanika od ukupnog broja ispitanika), 45

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

ispitanika je starosti od 26 do 35 godina (30,8% ispitanika od ukupnog broja ispitanika), 45 ispitanika je starosti od 36 do 55 godina (30,8% ispitanika od ukupnog broja ispitanika) i 28 ispitanika je starosti preko 55 godina (19,2% ispitanika od ukupnog broja ispitanika).

**Tabela 41. Starosna struktura ispitanika**

		Broj ispitanika	Procenat	Kumulativni procenat
<b>ispitanici</b>	<b>od 18 do 25 godina</b>	28	19,2	19,2
	<b>od 26 do 35 godina</b>	45	30,8	50,0
	<b>od 36 do 55 godina</b>	45	30,8	80,8
	<b>preko 55 godina</b>	28	19,2	100,0
	<b>Ukupno</b>	<b>146</b>	<b>100,0</b>	

Obrazovna struktura ispitanika prikazana je u tabeli 42. Od 146 ispitanika, 99 ispitanika ima završenu srednju školu (67,8% ispitanika od ukupnog broja ispitanika), dok je 47 ispitanika visoko obrazovano (32,2% ispitanika od ukupnog broja ispitanika).

**Tabela 42. Obrazovna struktura ispitanika**

		Broj ispitanika	Procenat	Kumulativni procenat
<b>ispitanici</b>	<b>srednja škola</b>	99	67,8	67,8
	<b>viša škola ili fakultet</b>	47	32,2	100,0
	<b>Ukupno</b>	<b>146</b>	<b>100,0</b>	

Struktura ispitanika u odnosu na ranije preduzetničko iskustvo prikazana je u tabeli 43. Od 146 ispitanika, 82 ispitanika nikada u životu nisu bili preduzetnici (56,2% ispitanika od ukupnog broja ispitanika), 48 ispitanika su preduzetnici ili su bili preduzetnici (32,9% ispitanika od ukupnog broja ispitanika) dok 16 ispitanika nikada nisu bili preduzetnici, ali razmišljaju da počnu da se bave preduzetništvom (11% ispitanika od ukupnog broja ispitanika).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Tabela 43. struktura ispitanika u odnosu na preduzetničko iskustvo

		Broj ispitanika	Procenat	Kumulativni procenat
ispitanici	nikada u životu nisam bio preduzetnik	82	56,2	56,2
	preduzetnik sam ili sam bio preduzetnik	48	32,9	89,0
	nisam bio preduzetnik, ali sam razmišljao da počnem da se bavim preduzetništvom	16	11,0	100,0
	Ukupno	146	100,0	

### **4.1. Faktori po značajnosti za posmatrani uzorak**

Ispitanici su imali zadatak da 40 identifikovanih faktora u okviru osam grupa faktora rangiraju u odnosu na značajnost koju, po njihovom mišljenju, ima posmatrani faktor. Pri tome oblik uticaja posmatranog faktora (bilo da je podstičući ili ograničavajući) nije bio relevantan prilikom rangiranja, već se procena vršila isključivo na osnovu intenziteta, odnosno jačine uticaja posmatranog faktora. Viša prosečna ocena (srednja vrednost) ukazuje da je faktor značajniji po mišljenju ispitanika.

Rezultati prikazani u tabeli 44 pokazuju da su po mišljenju ispitanika najznačajni faktori: bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti, lične osobine preduzetnika, prirodne i kulturne turističke vrednosti, kvalitet turističkog proizvoda i kvalitet života u ruralnim sredinama. Najmanje uticajni faktori su: jasni imovinsko-pravni odnosi, opasnost od ugrožavanja životne sredine, turistička infrastruktura, turistička suprastruktura i lokalni garantni fondovi.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 44. Rangiranje faktora po značajnosti**

Rangiranje faktora				
r.b.	faktor	Broj ispitanika	Srednja vrednost	Standardna devijacija
1	bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti	146	4,25	1,166
2	lične osobine preduzetnika	146	3,87	1,356
3	prirodne i kulturne turističke vrednosti	146	3,75	1,201
4	kvalitet turističkog proizvoda	146	3,73	1,182
5	kvalitet života u ruralnim sredinama	146	3,61	1,320
6	manji nameti i niže takse u prvim godinama poslovanja	146	3,52	1,304
7	neformalno obrazovanje	146	3,40	1,246
8	infrastruktura	146	3,38	1,406
9	poznavanje potreba i želja turista	146	3,38	1,375
10	nematerijalne turističke vrednosti	146	3,38	1,233
11	dostupnost informacija od udruženja, zadruga, komora itd.	146	3,34	1,382
12	nepostojanje ili neprimenjivanje planova za razvoj turizma na lokalnom nivou	146	3,29	1,472
13	selektivne finansijske olakšice	146	3,29	1,097
14	dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima	146	3,26	1,249
15	brzo, lako i jeftino registrovanje firme	146	3,23	1,466
16	izučavanje preduzetništva u formalnom obrazovanju	146	3,18	1,438
17	eliminacija mita i korupcije	146	3,18	1,424

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Rangiranje faktora				
r.b.	faktor	Broj ispitanika	Srednja vrednost	Standardna devijacija
18	Nedostatak razumevanja za preduzetništvo (sklonost ka državnom poslu i sigurnim prihodima)	146	3,16	1,398
19	Saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva i participacija lokalnog stanovništva u donošenju odluka	146	2,98	1,533
20	Podrška porodice i prijatelja	146	2,97	1,251
21	Promocija i marketing	146	2,97	1,377
22	Mogućnost sticanja poslovnog iskustva i prakse	146	2,95	1,485
23	Subvencionisani krediti od strane države	146	2,88	1,223
24	Predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva ili turizma	146	2,88	1,455
25	Postojanje porodičnog biznisa	146	2,81	1,361
26	Zajednički nastupi na tržištu	146	2,79	1,364
27	Postojanje biznis inkubatora	146	2,75	1,511
28	Sredstva iz donacija i inostranih fondova za razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti	146	2,73	1,376
29	Transfer znanja iz oblasti istraživanja i razvoja	146	2,71	1,270
30	Sankcionisanje sive i crne ekonomije	146	2,64	1,270
31	Osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera	146	2,62	1,420
32	Polne i starosne barijere	146	2,58	1,203

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<b>Rangiranje faktora</b>				
<b>r.b.</b>	<b>faktor</b>	<b>Broj ispitanika</b>	<b>Srednja vrednost</b>	<b>Standardna devijacija</b>
33	Kvalifikovana i stručna radna snaga	146	2,48	1,282
34	Spremnost da se rizikuje	146	2,47	1,266
35	Postojanje tražnje za proizvode i usluge ruralnog turizma	146	2,45	1,405
36	Jasni imovinsko-pravni odnosi	146	2,43	1,328
37	Opasnost od ugrožavanja životne sredine	146	2,36	1,297
38	Turistička infrastruktura	146	2,27	1,342
39	Turistička suprastruktura	146	2,21	1,146
40	Lokalni garantni fondovi	146	1,86	1,044

Ako posmatramo rangiranje grupa faktora (tabela 45), ispitanici smatraju da su najbitnije finansije, zatim slede edukacija, prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura, dok su najmanje uticajni partnerstvo i stavovi lokalne zajednice.

**Tabela 45. Rangiranje grupa faktora po značajnosti**

<b>Rangiranje grupa faktora</b>				
<b>r.b.</b>	<b>grupa faktora</b>	<b>Broj ispitanika</b>	<b>Srednja vrednost</b>	<b>Standardna devijacija</b>
1	Finansije	146	6,48	2,021
2	Edukacija	146	5,12	2,103
3	Prirodna bogatstva, kultura, infrastruktura	146	4,62	2,308
4	Osobine preduzetnika i interno okruženje	146	4,51	2,254

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Rangiranje grupa faktora				
r.b.	grupa faktora	Broj ispitanika	Srednja vrednost	Standardna devijacija
5	Tržišna strategija i kvalitet proizvoda	146	4,49	2,001
6	Državna politika, državna uprava i procedure	146	3,87	2,125
7	Partnerstvo	146	3,86	1,985
8	Stavovi lokalne zajednice	146	3,12	1,979

Pregled rangiranja faktora u okviru svake grupe faktora prikazan je u tabeli 46.

**Tabela 46. Rangiranje faktora u okviru grupa faktora**

grupa faktora	Redni broj	faktor	Srednja vrednost	Standardna devijacija
<b>Finansije</b>	1	bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti	4,25	1,166
	2	selektivne finansijske olakšice	3,29	1,097
	3	subvencionisani krediti od strane države	2,88	1,223
	4	sredstva iz donacija i inostranih fondova za razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti	2,73	1,376
	5	lokalni garantni fondovi	1,86	1,044
<b>Edukacija</b>	1	intenzivno neformalno obrazovanje u delu preduzetničkih veština	3,40	1,246
	2	intenzivnije izučavanje preduzetništva u formalnom	3,18	1,438



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

		obrazovanju		
	3	sticanje poslovnog iskustva kroz praksu i volontiranje	2,95	1,485
	4	postojanje biznis inkubatora	2,75	1,511
	5	transfer znanja iz oblasti istraživanja i razvoja	2,71	1,270
<b>Partnerstvo</b>	1	dostupnost važnih informacija za poslovanje, stručnog mišljenja i kvalitetnih saveta (od strane strukovnih udruženja, zadruga, komora itd.)	3,34	1,382
	2	dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima	3,26	1,249
	3	dobra saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva, participacija lokalnog stanovništva prilikom donošenja odluka	2,98	1,533
	4	Zajednički nastupi na tržištu	2,79	1,364
	5	osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera	2,62	1,420
<b>Osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje</b>	1	lične osobine preduzetnika: upornost, usmerenost ka cilju, spremnost na težak rad itd.	3,87	1,356
	2	podrška porodice i prijatelja	2,97	1,251
	3	predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva i turizma	2,88	1,455
	4	postojanje porodičnog biznisa	2,81	1,361

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	5	spremnost na rizik	2,47	1,266
<b>Državna politika, državna uprava i procedure</b>	1	manji finansijski nameti i niže komunalne takse u prvim godinama poslovanja	3,52	1,304
	2	brzo, lako i jeftino registrovanje firme	3,23	1,466
	3	eliminacija mita i korupcije	3,18	1,424
	4	sankcionisanje sive i crne ekonomije	2,64	1,270
	5	jasni imovinsko-pravni odnosi	2,43	1,328
<b>Tržišna strategija i kompetitivnost</b>	1	kvalitet turističkog proizvoda	3,73	1,182
	2	poznavanje potreba i želja turista	3,38	1,375
	3	promocija i marketing	2,97	1,377
	4	kvalifikovana i stručna radna snaga	2,48	1,282
	5	postojanje tražnje za proizvodima i uslugama ruralnog turizma	2,45	1,405
<b>Lokalna zajednica</b>	1	kvalitet života u ruralnim sredinama (stanovništvo bi lakše započinjalo samostalni posao ako bi život na selu bio lakši)	3,61	1,320
	2	ne postoje planovi za razvoj turizma ili se ne primenjuju	3,29	1,472
	3	nedostatak razumevanja za preduzetništvo (sklonost ka državnom poslu i sigurnim prihodima)	3,16	1,398
	4	polne i starosne barijere	2,58	1,203

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	5	opasnost od ugrožavanja životne sredine	2,36	1,297
<b>Materijalno-resursna osnova i infrastruktura</b>	1	prirodne i kulturne turističke vrednosti	3,75	1,201
	2	infrastruktura	3,38	1,406
	3	nematerijane turističke vrednosti (tradicija, gostoprimstvo, manifestacije, legende, običaji itd.)	3,38	1,233
	4	turistička infrastruktura	2,27	1,342
	5	turistička suprastruktura	2,21	1,146

### **4.2. Uticaj pola ispitanika na rangiranje faktora**

Utvrđivanje postojanja statistički značajne razlike u rangiranju faktora i grupa faktora koji imaju uticaj na razvoj preduzetništva u odnosu na pol ispitanika vršena je putem T-testa za nezavisne uzorke. U tabeli 47 prikazani su rezultati samo za faktore kod kojih se javila statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na pol ispitanika.

Rezultati pokazuju da, u odnosu na žene, muškarci statistički značajno više vrednuju faktore koji se odnose na *saradnju sa dobavljačima i kupcima, lične osobine preduzetnika, postojanje porodičnog biznisa i turističku infrastrukturu*. Nasuprot ovome, za žene u odnosu na muškarce je značajnija *saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva, participacija lokalnog stanovništva prilikom donošenja odluka, radno iskustvo iz oblasti preduzetništva i turizma, spremnost na rizik i nedostatak razumevanja za preduzetništvo u smislu sklonosti ka državnom poslu i sigurnim prihodima*.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 47. Uticaj pola ispitanika na rangiranje faktora razvoja preduzetništva**

varijabla	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
Dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima	83	Muški pol	3,58	1,180	,130	3,682	144	,000
	63	Ženski pol	2,84	1,221	,154			
Dobra saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva, participacija lokalnog stanovništva prilikom donošenja odluka	83	Muški pol	2,76	1,511	,166	-2,014	144	,046
	63	Ženski pol	3,27	1,526	,192			
Lične osobine preduzetnika: upornost, usmerenost ka cilju, spremnost na težak rad itd.	83	Muški pol	4,14	1,280	,140	2,880	144	,005
	63	Ženski pol	3,51	1,378	,174			
Predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva i turizma	83	Muški pol	2,63	1,377	,151	-2,494	144	,014
	63	Ženski pol	3,22	1,497	,189			
Postojanje porodičnog biznisa	83	Muški pol	3,39	1,378	,151	1,973	144	,050
	63	Ženski pol	2,92	1,451	,183			
Spremnost na	83	Muški	2,18	1,201	,132	-2,674	144	,008

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

rizik		pol						
	63	Ženski pol	2,76	1,422	,179			
Nedostatak razumevanja za preduzetništvo (sklonost ka državnom poslu i sigurnim prihodima)	83	Muški pol	2,95	1,396	,153	-2,064	144	,041
	63	Ženski pol	3,43	1,364	,172			
Turistička infrastruktura	83	Muški pol	2,49	1,460	,160	2,308	144	,022
	63	Ženski pol	1,98	1,114	,140			

Statistički značajna razlika u rangiranju grupa faktora u odnosu na pol javlja se samo kod grupe faktora *Osobine preduzetnika i interno okruženje*, u smislu da muškarci ovoj grupi faktora pridaju veći značaj nego što to čine žene (tabela 48).

**Tabela 48. Uticaj pola ispitanika na rangiranje grupa faktora razvoja preduzetništva**

varijabla	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
Osobine preduzetnika i interno okruženje	83	Muški pol	4,86	2,119	,233	2,128	144	,035
	63	Ženski pol	4,06	2,361	,298			

### 4.3. Uticaj školske spreme ispitanika na rangiranje faktora

Utvrđivanje postojanja statistički značajne razlike u rangiranju faktora i grupa faktora koji imaju uticaj na razvoj preduzetništva u odnosu na nivo obrazovanja ispitanika vršena je putem T-testa za nezavisne uzorke. U tabeli 49 su prikazani rezultati samo za faktore kod kojih se javila statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na nivo obrazovanja ispitanika.

Rezultati pokazuju da, ispitanici sa nižim nivoima obrazovanja (ispitanici koji imaju završenu samo osnovnu ili srednju školu) statistički značajno više vrednuju faktore koji se odnose na *neformalno obrazovanje, podršku porodice i prijatelja, prirodne i kulturne turističke vrednosti i nematerijalne turističke vrednosti* u odnosu na ispitanike sa višim nivoom obrazovanja. Ispitanici sa višim nivoima obrazovanja (ispitanici koji imaju završenu višu školu ili fakultet), u odnosu na one sa nižim, više vrednuju sledeće faktore: *bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti, mogućnost sticanja poslovnog iskustva i prakse, zajedničke nastupe na tržištu, infrastrukturu i turističku infrastrukturu*.

Tabela 49. Uticaj školske spreme ispitanika na rangiranje faktora razvoja preduzetništva

varijabla	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
Bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti	99	osnovna i srednja škola	4,08	1,299	,131	-2,540	144	,012
	47	viša škola ili fakultet	4,60	,712	,104			
Neformalno obrazovanje	99	osnovna i srednja škola	3,56	1,239	,125	2,158	144	,033
	47	viša škola ili fakultet	3,09	1,213	,177			

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Mogućnost sticanja poslovnog iskustva i prakse	99	osnovna i srednja škola	2,76	1,464	,147	- 2,247	144	,026
	47	viša škola ili fakultet	3,34	1,464	,214			
Zajednički nastupi na tržištu	99	osnovna i srednja škola	2,64	1,321	,133	- 2,056	144	,042
	47	viša škola ili fakultet	3,13	1,408	,205			
Podrška porodice i prijatelja	99	osnovna i srednja škola	3,18	1,240	,125	3,119	144	,002
	47	viša škola ili fakultet	2,51	1,159	,169			
Prirodne i kulturne turističke vrednosti	99	osnovna i srednja škola	3,92	1,085	,109	2,463	144	,015
	47	viša škola ili fakultet	3,40	1,362	,199			
Nematerijalne turističke vrednosti	99	osnovna i srednja škola	3,53	1,223	,123	2,139	144	,034
	47	viša škola ili fakultet	3,06	1,205	,176			
Infrastruktura	99	osnovna i srednja škola	3,22	1,418	,143	- 2,034	144	,044
	47	viša škola ili fakultet	3,72	1,330	,194			
Turistička infrastruktura	99	osnovna i srednja škola	2,06	1,227	,123	- 2,857	144	,005

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	47	viša škola ili fakultet	2,72	1,470	,214			
--	----	----------------------------	------	-------	------	--	--	--

Ne postoji statistički značajna razlika u rangiranju grupa faktora u odnosu na nivo obrazovanja.

### **4.4. Uticaj preduzetničkog iskustva na rangiranje faktora**

Putem analize varijanse možemo utvrdi postojanje statistički značajne razlike u rangiranju značajnosti definisanih faktora, a u odnosu na preduzetničko iskustvo ispitanika. Izvori varijabiliteta su utvrđeni putem *Takijevog testa (Tukey test)*.

**Tabela 50. Uticaj preduzetničkog iskustva na rangiranje faktora razvoja preduzetništva**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Dostupnost važnih informacija za poslovanje, stručnog mišljenja i kvalitetnih saveta (od strane strukovnih udruženja, zadruga, komora itd.)	82	nikada u životu nisam bio preduzetnik	3,61	1,312	,145	3,841	,024
	48	preduzetnik sam ili sam bio preduzetnik	3,06	1,405	,203		
	16	nisam bio preduzetnik, ali sam razmišljao da počnem da se bavim preduzetništvom	2,81	1,424	,356		

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora pojavljuje se samo kod faktora koji porazumeva *dostupnost važnih informacija za poslovanje, stručnog mišljenja i kvalitetnih saveta (od strane strukovnih udruženja, zadruga, komora itd.)* (tabela 50). Kod drugih faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

preduzetničko iskustvo ispitanika. Međutim, Takijev test ne pokazuje izvor varijabiliteta.

**Tabela 51. Uticaj preduzetničkog iskustva na rangiranje grupa faktora razvoja preduzetništva**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Osobine preduzetnika i interno okruženje	82	nikada u životu nisam bio preduzetnik	4,09	2,245	,248	4,799	,010*
	48	preduzetnik sam ili sam bio preduzetnik	5,31	2,115	,305		
	16	nisam bio preduzetnik, ali sam razmišljao da počnem da se bavim preduzetništvom	4,31	2,182	,546		

Statistički značajna razlika u rangiranju grupa faktora pojavljuje se samo kod faktora koji se tiče *osobina preduzetnika i njegovog internog okruženja* (tabela 51). Kod drugih grupa faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na preduzetničko iskustvo ispitanika. Po Takijevom testu (tabela 52) izvor varijabiliteta se javlja između grupe koju čine ispitanici koji nikada u životu nisu bili preduzetnici i grupe koju čine ispitanici koji su preduzetnici ili koju su ranije bili preduzetnici. Druga grupa ispitanika statistički značajno više rangira uticaj osobina preduzetnika i internog okruženja u odnosu na grupu bez preduzetničkog iskustva.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 52. Izvor varijabiliteta u rangiranju grupa faktora u odnosu na preduzetničko iskustvo**

Dependent Variable	(I) preduzetničko iskustvo	(J) preduzetničko iskustvo	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Osobine preduzetnika i interno okruženje	nikada u životu nisam bio preduzetnik	preduzetnik sam ili sam bio preduzetnik	-1,227*	,399	,007	-2,17	-,28
		nisam bio preduzetnik, ali sam razmišljao da počnem da se bavim preduzetništvom	-,227	,600	,924	-1,65	1,19
	preduzetnik sam ili sam bio preduzetnik	nikada u životu nisam bio preduzetnik	1,227*	,399	,007	,28	2,17
		nisam bio preduzetnik, ali sam razmišljao da počnem da se bavim preduzetništvom	1,000	,634	,259	-,50	2,50
	nisam bio preduzetnik, ali sam razmišljao da počnem da se bavim preduzetništvom	nikada u životu nisam bio preduzetnik	,227	,600	,924	-1,19	1,65
		preduzetnik sam ili sam bio preduzetnik	-1,000	,634	,259	-2,50	,50

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## 4.5. Faktori u okviru različitih stratuma

Putem analize varijanse možemo utvrditi postojanje statistički značajne razlike u rangiranju značajnosti definisanih faktora, a u odnosu na posmatrane stratume (donosiocima odluka na lokalnom nivou, preduzetnike u turizmu i lokalno stanovništvo) kao nezavisne varijable. U cilju bolje sistematičnosti i preglednosti, analiza je rađena pojedinačno za elemente svake grupe faktora, kao i sumarno za same grupe faktora. Izvori varijabiliteta su utvrđeni putem *Takijevog testa (Tukey test)*.

### 4.5.1. Grupa finansijskih faktora

Statistički značajna razlika u rangiranju finansijskih faktora pojavljuje se samo kod faktora *selektivnih finansijskih olakšica* (tabela 53). Kod drugih faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na izabrane stratume.

Tabela 53. Rangiranje finansijskih faktora u odnosu na posmatrane stratume

varijabla	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,37	1,012	,232	1,702	,186
	18	preduzetnici u turizmu	3,78	1,555	,367		
	109	lokalno stanovništvo	4,30	1,110	,106		
Selektivne finansijske olakšice (smanjena poreska stopa itd.)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,58	1,071	,246	8,924	,000*
	18	preduzetnici u turizmu	2,78	,943	,222		

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	109	lokalno stanovništvo	3,50	1,051	,101		
Subvencionisani krediti od strane države	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,95	1,224	,281	1,519	,223
	18	preduzetnici u turizmu	3,33	1,328	,313		
	109	lokalno stanovništvo	2,80	1,200	,115		
Lokalni garantni fondovi	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,11	1,243	,285	,666	,515
	18	preduzetnici u turizmu	1,89	1,023	,241		
	109	lokalno stanovništvo	1,81	1,014	,097		
Sredstva iz donacija i inostranih fondova za razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti (zapošljavanje mladih, zapošljavanje žena, revitalizacija starih zanata itd.)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,00	1,528	,350	1,990	,140
	18	preduzetnici u turizmu	3,22	1,517	,358		
	109	lokalno stanovništvo	2,61	1,312	,126		

Izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva, gde lokalno stanovništvo veću važnost pridaje *selektivnim finansijskim olakšicama*. Takođe, izvor varijabiliteta se javlja i između lokalnog stanovništva i preduzetnika u turizmu, gde opet lokalno stanovništvo značajnije ocenjuje faktor selektivnih finansijskih olakšica (tabela 54).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 54. Izvor varijabiliteta u rangiranju selektivnih finansijskih olakšica u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Selektivne finansijske olakšice	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	-,199	,342	,831	-1,01	,61
		lokalno stanovništvo	-,926*	,259	,001	-1,54	-,31
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	,199	,342	,831	-,61	1,01
		lokalno stanovništvo	-,727*	,265	,019	-1,35	-,10
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	,926*	,259	,001	,31	1,54
		preduzetnici u turizmu	,727*	,265	,019	,10	1,35

### 4.5.2. Grupa faktora vezanih za edukaciju

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora u oblasti edukacije pojavljuje se kod faktora koji se tiču *neformalnog obrazovanja u delu preduzetničkih veština i sticanja poslovnog iskustva kroz praksu i volontiranje* (tabela 55). Kod drugih faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na izabrane stratume.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 55. Rangiranje faktora edukacije u odnosu na posmatrane stratume**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Intenzivnije izučavanje preduzetništva u formalnom obrazovanju (srednje i visoko obrazovanje)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,68	1,157	,265	1,899	,153
	18	preduzetnici u turizmu	2,78	1,478	,348		
	109	lokalno stanovništvo	3,17	1,463	,140		
Intenzivno neformalno obrazovanje u delu preduzetničkih veština (više oblasti i nivoa sa umerenom cenom ili besplatno)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,58	1,261	,289	8,303	,000*
	18	preduzetnici u turizmu	2,89	1,023	,241		
	109	lokalno stanovništvo	3,63	1,199	,115		
Postojanje biznis inkubatora	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,53	1,307	,300	,623	,538
	18	preduzetnici u turizmu	2,50	1,654	,390		
	109	lokalno stanovništvo	2,83	1,525	,146		
Transfer znanja iz oblasti istraživanja i razvoja	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,21	1,273	,292	2,208	,114

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	18	preduzetnici u turizmu	3,06	1,259	,297		
	109	lokalno stanovništvo	2,74	1,258	,120		
Sticanje poslovnog iskustva kroz praksu i volontiranje	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,00	1,291	,296	11,680	,000*
	18	preduzetnici u turizmu	3,78	1,437	,339		
	109	lokalno stanovništvo	2,62	1,393	,133		

Izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva, gde lokalno stanovništvo veću važnost pridaje *neformalnom obrazovanju*. Takođe, izvor varijabiliteta se javlja i između lokalnog stanovništva i preduzetnika u turizmu, gde opet lokalno stanovništvo značajnije ocenjuje faktor *neformalnog obrazovanja* (tabela 56). Kod faktora koji se odnosi na *moгуćnost sticanja poslovnog iskustva i prakse*, izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka i aktivista na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva, gde lokalno stanovništvo manju važnost pridaje poslovnom iskustvu i praksi. Takođe, izvor varijabiliteta se javlja i između lokalnog stanovništva i preduzetnika u turizmu, gde opet lokalno stanovništvo značajnije niže ocenjuje faktor sticanja poslovnog iskustva i prakse (tabela 56).

**Tabela 56. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora neformalnog obrazovanja i mogućnosti sticanja poslovnog iskustva i prakse u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Neformalno obrazovanje	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	-,310	,391	,708	-1,24	,62
		lokalno stanovništvo	<b>-1,054*</b>	,295	,001	-1,75	-,35

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<b>preduzetnici u turizmu</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	,310	,391	,708	-,62	1,24
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>-,744*</b>	,302	,040	-1,46	-,03
	<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>1,054*</b>	,295	,001	,35	1,75
		<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>,744*</b>	,302	,040	,03	1,46
<b>Mogućnost sticanja poslovnog iskustva i prakse</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	preduzetnici u turizmu	,222	,456	,877	-,86	1,30
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>1,376*</b>	,345	,000	,56	2,19
	<b>preduzetnici u turizmu</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,222	,456	,877	-1,30	,86
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>1,154*</b>	,353	,004	,32	1,99
	<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>-1,376*</b>	,345	,000	-2,19	-,56
		<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>-1,154*</b>	,353	,004	-1,99	-,32

### 4.5.3. Grupa faktora vezanih za partnerstvo

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora u oblasti uspostavljanja partnerstva pojavljuje se kod *svih identifikovanih faktora osim* faktora koji se odnosi na saradnju sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva i participaciju lokalnog stanovništva



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

prilikom donošenja odluka. Jedino kod navedenog faktora nije detektovana statistički značajna razlika (tabela 57).

**Tabela 57. Rangiranje faktora partnerstva u odnosu na posmatrane stratume**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Dostupnost važnih informacija za poslovanje, stručnog mišljenja i kvalitetnih saveta (od strane strukovnih udruženja, zadruga, komora itd.)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,47	1,219	,280	6,564	<b>,002*</b>
	18	preduzetnici u turizmu	2,28	1,406	,331		
	109	lokalno stanovništvo	3,50	1,338	,128		
Dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,58	1,502	,345	8,406	<b>,000*</b>
	18	preduzetnici u turizmu	2,56	1,149	,271		
	109	lokalno stanovništvo	3,50	1,135	,109		
Zajednički nastupi na tržištu	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,11	1,329	,305	12,838	<b>,000*</b>
	18	preduzetnici u turizmu	4,11	1,023	,241		
	109	lokalno stanovništvo	2,52	1,288	,123		
Osnivanje interesnih udruženja, zadruga i	19	donosioci odluka na	3,37	1,461	,335	3,106	<b>,048*</b>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

klastera		lokalnom nivou					
	18	preduzetnici u turizmu	2,56	1,580	,372		
	109	lokalno stanovništvo	2,50	1,358	,130		
Dobra saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva, participacija lokalnog stanovništva prilikom donošenja odluka	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,47	1,429	,328	2,102	,126
	18	preduzetnici u turizmu	3,50	1,098	,259		
	109	lokalno stanovništvo	2,98	1,593	,153		

Kod faktora koji se odnosi na *dostupnost informacija od udruženja, zadruga, komora itd.*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i donosioca odluka i aktivista na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu niže rangiraju faktor dostupnosti informacija od udruženja, zadruga i komora u odnosu na druge dve grupe ispitanika (tabela 58).

**Tabela 58. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora dostupnost informacija od udruženja, zadruga, komora u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dostupnost informacija od udruženja, zadruga, komora itd.	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	1,196*	,438	,019	,16	2,23
		lokalno stanovništvo	-,022	,331	,998	-,81	,76
	preduzetnici u	donosioci odluka na	-1,196*	,438	,019	-2,23	-,16

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	turizmu	lokalnom nivou					
		lokalno stanovništvo	-1,218*	,339	,001	-2,02	-,42
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	,022	,331	,998	-,76	,81
		preduzetnici u turizmu	1,218*	,339	,001	,42	2,02

Kod faktora koji se odnosi na *dobru saradnju sa dobavljačima i kupcima*, izvor varijabiliteta je identifikovan između lokalnog stanovništva sa jedne strane i donosioca odluka na lokalnom nivou i preduzetnika u turizmu sa druge strane. Lokalno stanovništvo pridaje veći značaj faktoru saradnje sa dobavljačima i kupcima u odnosu na druge dve grupe ispitanika (tabela 59).

**Tabela 59. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	,023	,391	,998	-,90	,95
		lokalno stanovništvo	-,916*	,296	,007	-1,62	-,22
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,023	,391	,998	-,95	,90
		lokalno stanovništvo	-,940*	,303	,006	-1,66	-,22

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>,916*</b>	,296	,007	,22	1,62
		<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>,940*</b>	,303	,006	,22	1,66

Kod faktora koji se odnosi na *zajedničke nastupe na tržištu*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i donosioca odluka na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu više vrednuju značaj *zajedničkih nastupa na tržištu* u odnosu na druge dve grupe ispitanika (tabela 60).

**Tabela 60. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora zajednički nastupi na tržištu u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
<b>Zajednički nastupi na tržištu</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>-1,006*</b>	,416	,044	-1,99	-,02
		lokalno stanovništvo	,582	,314	,157	-,16	1,33
	<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>1,006*</b>	,416	,044	,02	1,99
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>1,588*</b>	,322	,000	,83	2,35
	<b>lokalno stanovništvo</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,582	,314	,157	-1,33	,16

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

		preduzetnici u turizmu	-1,588*	,322	,000	-2,35	-,83
--	--	------------------------	---------	------	------	-------	------

Kod faktora koji se odnosi na *osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera*, izvor varijabiliteta je identifikovan između lokalnog stanovništva sa jedne strane i donosioca odluka na lokalnom nivou sa druge strane. Lokalno stanovništvo pridaje manji značaj osnivanju interesnih udruženja, zadruga i klastera u odnosu na donosiocce odluka i aktiviste na lokalnom nivou (tabela 61).

**Tabela 61. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	,813	,460	,185	-,28	1,90
		lokalno stanovništvo	<b>,864*</b>	,348	,038	,04	1,69
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,813	,460	,185	-1,90	,28
		lokalno stanovništvo	,051	,356	,989	-,79	,89
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	<b>-,864*</b>	,348	,038	-1,69	-,04
		preduzetnici u turizmu	-,051	,356	,989	-,89	,79

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

### 4.5.4. Grupa faktora vezanih za osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora koji se tiču osobina preduzetnika i njegovog internog okruženja u smislu porodice i prijatelja pojavljuje se kod dva faktora. Faktora koji se odnosi na *podršku porodice i prijatelja* i faktora koji se odnosi na *predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva i turizma*. Kod drugih faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na izabrane stratume (tabela 62).

**Tabela 62. Rangiranje faktora koji se odnose na osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje u odnosu na posmatrane stratume**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Lične osobine preduzetnika: upornost, usmerenost ka cilju, spremnost na težak rad itd.	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,95	,970	,223	1,013	,366
	18	preduzetnici u turizmu	3,44	1,688	,398		
	109	lokalno stanovništvo	3,93	1,352	,129		
Podrška porodice i prijatelja	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,16	,958	,220	4,933	<b>,008*</b>
	18	preduzetnici u turizmu	3,22	1,353	,319		
	109	lokalno stanovništvo	3,06	1,234	,118		
Postojanje porodičnog	19	donosioci odluka na lokalnom	2,37	1,535	,352	1,234	,294

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

biznisa		nivou					
	18	preduzetnici u turizmu	3,00	1,283	,302		
	109	lokalno stanovništvo	2,85	1,339	,128		
Spremnost na rizik	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,89	1,329	,305	2,437	,091
	18	preduzetnici u turizmu	2,83	1,249	,294		
	109	lokalno stanovništvo	2,34	1,241	,119		
Predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva i turizma	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,63	1,422	,326	3,357	<b>,038*</b>
	18	preduzetnici u turizmu	2,50	1,465	,345		
	109	lokalno stanovništvo	2,82	1,428	,137		

Kod faktora koji se odnosi na *podršku porodice i prijatelja*, izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka i aktivista na lokalnom nivou jedne strane i preduzetnika u turizmu i lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu i lokalno stanovništvo veći značaj pripisuju faktoru koji se tiče *podrške porodice i prijatelja* preduzetniku prilikom započinjanja i vođenja preduzetničkih aktivnosti (tabela 63).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 63. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora podrška porodice i prijatelja u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Podrška porodice i prijatelja	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	-1,064*	,401	,024	-2,01	-,12
		lokalno stanovništvo	-,906*	,303	,009	-1,62	-,19
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	1,064*	,401	,024	,12	2,01
		lokalno stanovništvo	,158	,310	,867	-,58	,89
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	,906*	,303	,009	,19	1,62
		preduzetnici u turizmu	-,158	,310	,867	-,89	,58

Kod faktora koji se odnosi na *predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva ili turizma*, izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka na lokalnom nivou jedne strane i preduzetnika u turizmu sa druge strane. Preduzetnici u turizmu manji značaj pripisuju faktoru koji se tiče *predhodnog radnog iskustva iz oblasti preduzetništva ili turizma* (tabela 64).



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 64. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva ili turizma u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva ili turizma	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	1,132*	,471	,046	,02	2,25
		lokalno stanovništvo	,815	,356	,061	-,03	1,66
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	-1,132*	,471	,046	-2,25	-,02
		lokalno stanovništvo	-,317	,364	,661	-1,18	,55
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,815	,356	,061	-1,66	,03
		preduzetnici u turizmu	,317	,364	,661	-,55	1,18

### 4.5.5. Grupa faktora vezanih za državnu politiku, upravu i procedure

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora iz oblasti državne politike, uprave i procedura pojavljuje se samo kod faktora koji se odnosi na *brzo, lako i jeftino registrovanje firme*. Kod drugih faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na izabrane stratume (tabela 65).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 65. Rangiranje faktora koji se odnose na državnu politiku, upravu i procedure u odnosu na posmatrane stratumne**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Brzo, lako i jeftino registrovanje firme	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,05	1,545	,354	3,448	,034*
	18	preduzetnici u turizmu	2,44	1,381	,326		
	109	lokalno stanovništvo	3,39	1,433	,137		
Manji finansijski nameti i niže komunalne takse u prvim godinama poslovanja	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,00	1,106	,254	2,217	,113
	18	preduzetnici u turizmu	3,11	1,451	,342		
	109	lokalno stanovništvo	3,50	1,295	,124		
Postojanje porodičnog biznisa	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,79	1,512	,347	2,054	,132
	18	preduzetnici u turizmu	3,72	1,274	,300		
	109	lokalno stanovništvo	3,17	1,418	,136		
Spremnost na rizik	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,42	1,121	,257	,187	,830
	18	preduzetnici u turizmu	2,61	1,539	,363		
	109	lokalno stanovništvo	2,40	1,334	,128		

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

		stanovništvo					
Predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva i turizma	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,74	1,368	,314	1,638	,198
	18	preduzetnici u turizmu	3,11	1,231	,290		
	109	lokalno stanovništvo	2,54	1,251	,120		

Kod faktora koji se odnosi na *brzo, lako i jeftino registrovanje firme*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu manji značaj pripisuju faktoru koji se tiče *brzog, lakog i jeftinog registrovanje firme* (tabela 66).

**Tabela 66. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na brzo, lako i jeftino registrovanje firme u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
<b>Brzo, lako i jeftino registrovanje firme</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	,608	,474	,407	-,51	1,73
		lokalno stanovništvo	-,333	,358	,623	-1,18	,52
	<b>preduzetnici u turizmu</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,608	,474	,407	-1,73	,51
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>-,941*</b>	,367	,030	-1,81	-,07
	<b>lokalno stanovništvo</b>	donosioci odluka na lokalnom	,333	,358	,623	-,52	1,18

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

		nivou					
		preduzetnici u turizmu	,941*	,367	,030	,07	1,81

### 4.5.6. Grupa faktora vezana za tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora koji se tiču tržišne strategije i kvaliteta proizvoda pojavljuje se kod dva faktora (tabela 67): faktora koji se odnosi na *poznavanje potreba i želja turista* i faktora koji se odnosi na *postojanje tražnje za proizvodima i uslugama ruralnog turizma*. Kod drugih faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na izabrane stratume.

**Tabela 67. Rangiranje faktora koji se odnose na tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda u odnosu na posmatrane stratume**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Poznavanje potreba i želja turista	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,58	1,305	,299	3,602	<b>,030*</b>
	18	preduzetnici u turizmu	4,11	1,231	,290		
	109	lokalno stanovništvo	3,22	1,377	,132		
Kvalitet turističkog proizvoda	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,32	1,455	,334	1,891	,155
	18	preduzetnici u turizmu	4,06	,802	,189		
	109	lokalno stanovništvo	3,75	1,172	,112		
Postojanje tražnje za proizvodima i uslugama	19	donosioci odluka na lokalnom	2,74	1,661	,381	4,480	<b>,013*</b>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

ruralnog turizma		nivou					
	18	preduzetnici u turizmu	1,56	,856	,202		
	109	lokalno stanovništvo	2,54	1,385	,133		
Kvalifikovana i stručna radna snaga	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,53	1,264	,290	,253	,777
	18	preduzetnici u turizmu	2,67	1,085	,256		
	109	lokalno stanovništvo	2,44	1,322	,127		
Promocija i marketing	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,84	1,259	,289	,857	,427
	18	preduzetnici u turizmu	2,61	1,243	,293		
	109	lokalno stanovništvo	3,05	1,417	,136		

Kod faktora koji se odnosi na *poznavanje potreba i želja turista*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu veći značaj pripisuju faktoru koji se tiče *poznavanja potreba i želja turista* (tabela 68).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 68. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na poznavanje potreba i želja turista u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Poznavanje potreba i želja turista	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	-,532	,444	,457	-1,58	,52
		lokalno stanovništvo	,359	,336	,536	-,44	1,15
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	,532	,444	,457	-,52	1,58
		lokalno stanovništvo	<b>,891*</b>	,344	,028	,08	1,71
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,359	,336	,536	-1,15	,44
		preduzetnici u turizmu	<b>-,891*</b>	,344	,028	-1,71	-,08

Kod faktora koji se odnosi na *postojanje tražnje za proizvode i usluge ruralnog turizma*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i donosioca odluka na lokalnom nivou, odnosno lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu manji značaj pripisuju faktoru koji se tiče *postojanja tražnje za proizvodima i uslugama ruralnog turizma* (tabela 69).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 69. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na postojanja tražnje za proizvodima i uslugama ruralnog turizma u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Postojanje tražnje za proizvode i usluge ruralnog turizma	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	1,181*	,451	,026	,11	2,25
		lokalno stanovništvo	,196	,341	,835	-,61	1,00
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	-1,181*	,451	,026	-2,25	-,11
		lokalno stanovništvo	-,986*	,349	,015	-1,81	-,16
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,196	,341	,835	-1,00	,61
		preduzetnici u turizmu	,986*	,349	,015	,16	1,81

### 4.5.7. Grupa faktora vezana za stavove lokalne zajednice

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora koji se tiču stavova lokalne zajednice pojavljuje se kod dva faktora (tabela 70): faktora koji se odnosi na *polne i starosne barijere* i faktora koji se odnosi na *postojanje i implementaciju planova za razvoj turizma*. Kod drugih faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na izabrane stratume.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 70. Rangiranje faktora koji se odnose na stavove lokalne zajednice u odnosu na posmatrane stratume**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Nedostatak razumevanja za preduzetništvo (sklonost ka državnom poslu i sigurnim prihodima)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,26	1,327	,304	,569	,567
	18	preduzetnici u turizmu	2,83	1,150	,271		
	109	lokalno stanovništvo	3,19	1,450	,139		
Polne i starosne barijere	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,21	1,182	,271	4,046	,020*
	18	preduzetnici u turizmu	2,00	,907	,214		
	109	lokalno stanovništvo	2,73	1,214	,116		
Opasnost od ugrožavanja životne sredine	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,16	1,015	,233	,565	,570
	18	preduzetnici u turizmu	2,61	1,461	,344		
	109	lokalno stanovništvo	2,36	1,316	,126		
Kvalitet života u ruralnim sredinama (stanovništvo bi lakše)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,58	1,216	,279	,083	,920



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

započinjalo samostalni posao ako bi život na selu bio lakši)	18	preduzetnici u turizmu	3,50	1,150	,271		
	109	lokalno stanovništvo	3,63	1,372	,131		
Ne postoje planovi za razvoj turizma ili se ne primenjuju	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,79	1,548	,355	4,852	,009*
	18	preduzetnici u turizmu	4,06	1,514	,357		
	109	lokalno stanovništvo	3,08	1,402	,134		

Kod faktora koji se odnosi na *polne i starosne barijere*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu manji značaj pripisuju faktoru koji se tiče *polnih i starosnih barijera* (tabela 71).

**Tabela 71. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na polne i starosne barijere u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Polne i starosne barijere	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	,211	,387	,850	-,71	1,13
		lokalno stanovništvo	-,523	,293	,178	-1,22	,17
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,211	,387	,850	-1,13	,71

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

		<b>lokalno stanovništvo</b>	-,734*	,300	,041	-1,44	-,02
	<b>lokalno stanovništvo</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	,523	,293	,178	-,17	1,22
		<b>preduzetnici u turizmu</b>	,734*	,300	,041	,02	1,44

Kod faktora koji se odnosi na *nepostojanje ili neprimenjivanje planova za razvoj turizma na lokalnom nivou*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i lokalnog stanovništva sa druge strane. Preduzetnici u turizmu veći značaj pripisuju faktoru koji se tiče *nepostojanja ili neprimenjivanja planova za razvoj turizma na lokalnom nivou* (tabela 72).

**Tabela 72. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na nepostojanje ili neprimenjivanje planova za razvoj turizma na lokalnom nivou u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Nepostojanje ili neprimenjivanje planova za razvoj turizma na lokalnom nivou	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	-,266	,472	,840	-1,38	,85
		lokalno stanovništvo	,707	,357	,120	-,14	1,55
	<b>preduzetnici u turizmu</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	,266	,472	,840	-,85	1,38
		<b>lokalno stanovništvo</b>	,973*	,365	,023	,11	1,84
	<b>lokalno</b>	donosioci odluka na	-,707	,357	,120	-1,55	,14

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	stanovništvo	lokalnom nivou					
		preduzetnici u turizmu	-,973*	,365	,023	-1,84	-,11

### 4.5.8. Grupa faktora vezanih za prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu

Statistički značajna razlika u rangiranju faktora koji se tiču prirodnog bogatstva, kulture i infrastrukture pojavljuje se *kod svih identifikovanih faktora* osim faktora koji se odnosi na turističku suprastrukturu (tabela 73). Jedino kod navedenog faktora nije detektovana statistički značajna razlika.

**Tabela 73. Rangiranje faktora koji se odnose na prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu u odnosu na posmatrane stratume**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Prirodne i kulturne turističke vrednosti	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,95	1,545	,354	6,759	,002*
	18	preduzetnici u turizmu	3,44	,922	,217		
	109	lokalno stanovništvo	3,94	1,113	,107		
Nematerijane turističke vrednosti (tradicija, gostoprimstvo, manifestacije, legende, običaji itd.)	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,42	1,216	,279	7,855	,001*
	18	preduzetnici u turizmu	3,22	1,478	,348		
	109	lokalno stanovništvo	3,57	1,117	,107		

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Infrastruktura	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,11	1,286	,295	21,579	,000*
	18	preduzetnici u turizmu	2,89	1,676	,395		
	109	lokalno stanovništvo	3,34	1,342	,129		
Turistička infrastruktura	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,42	1,071	,246	21,579	,000*
	18	preduzetnici u turizmu	3,33	1,328	,313		
	109	lokalno stanovništvo	1,90	1,178	,113		
Turistička suprastruktura	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,11	1,100	,252	,203	,817
	18	preduzetnici u turizmu	2,11	1,323	,312		
	109	lokalno stanovništvo	2,25	1,132	,108		

Kod faktora koji se odnosi na *prirodne i kulturne turističke vrednosti*, izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva sa druge strane. Donosioci odluka na lokalnom nivou manji značaj pripisuju faktoru koji se tiče *prirodnih i kulturnih turističkih vrednosti* (tabela 74).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 74. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na prirodne i kulturne turističke vrednosti u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Prirodne i kulturne turističke vrednosti	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	-,497	,380	,393	-1,40	,40
		lokalno stanovništvo	-,998*	,287	,002	-1,68	-,32
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	,497	,380	,393	-,40	1,40
		lokalno stanovništvo	-,501	,294	,208	-1,20	,20
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	,998*	,287	,002	,32	1,68
		preduzetnici u turizmu	,501	,294	,208	-,20	1,20

Kod faktora koji se odnosi na *nematerijalne turističke vrednosti*, izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva sa druge strane. Donosioci odluka na lokalnom nivou manji značaj pripisuju faktoru koji se tiče *nematerijalnih turističkih vrednosti* (tabela 75).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 75. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na nematerijalne turističke vrednosti u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Nematerijalne turističke vrednosti	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	preduzetnici u turizmu	-,801	,388	,100	-1,72	,12
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>-1,148*</b>	,293	,000	-1,84	-,45
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	,801	,388	,100	-,12	1,72
		lokalno stanovništvo	-,347	,300	,481	-1,06	,36
	<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>1,148*</b>	,293	,000	,45	1,84
		preduzetnici u turizmu	,347	,300	,481	-,36	1,06

Kod faktora koji se odnosi na *infrastrukturu*, izvor varijabiliteta je identifikovan između donosioca odluka na lokalnom nivou i preduzetnika u turizmu sa druge strane. Donosioci odluka na lokalnom nivou veći značaj pripisuju faktoru koji se tiče *infrastrukture* (tabela 76).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 76. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na infrastrukturu u odnosu na posmatrane stratumne**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
<b>Infrastruktura</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>1,216*</b>	,454	,022	,14	2,29
		lokalno stanovništvo	,766	,343	,069	-,05	1,58
	<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>-1,216*</b>	,454	,022	-2,29	-,14
		lokalno stanovništvo	-,451	,351	,406	-1,28	,38
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,766	,343	,069	-1,58	,05
		preduzetnici u turizmu	,451	,351	,406	-,38	1,28

Kod faktora koji se odnosi na *turističku infrastrukturu*, izvor varijabiliteta je identifikovan između lokalnog stanovništva sa jedne strane i donosioca odluka na lokalnom nivou i preduzetnika u turizmu sa druge strane. Lokalno stanovništvo manji značaj pripisuje faktoru koji se tiče *turističke infrastrukture* (tabela 77).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 77. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na turističku infrastrukturu u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
<b>Turistička infrastruktura</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	preduzetnici u turizmu	,088	,389	,972	-,83	1,01
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>1,522*</b>	,294	,000	,82	2,22
	<b>preduzetnici u turizmu</b>	donosioci odluka na lokalnom nivou	-,088	,389	,972	-1,01	,83
		<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>1,434*</b>	,301	,000	,72	2,15
	<b>lokalno stanovništvo</b>	<b>donosioci odluka na lokalnom nivou</b>	<b>-1,522*</b>	,294	,000	-2,22	-,82
		<b>preduzetnici u turizmu</b>	<b>-1,434*</b>	,301	,000	-2,15	-,72

### **4.6. Rangiranje grupa u okviru stratuma**

Statistički značajna razlika u rangiranju grupa faktora pojavljuje se samo kod grupe faktora koja se tiče *osobina preduzetnika i njegovog internog okruženja* (porodica i prijatelji). Kod drugih grupa faktora nije utvrđena statistički značajna razlika u rangiranju u odnosu na izabrane stratume (tabela 78).



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 78. Rangiranje grupa faktora u odnosu na posmatrane stratume**

	Broj ispitanika	grupa	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.
Finansije	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	6,16	2,035	,467	,433	,649
	18	preduzetnici u turizmu	6,28	2,347	,553		
	109	lokalno stanovništvo	6,57	1,974	,189		
Edukacija	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,89	1,912	,439	1,950	,146
	18	preduzetnici u turizmu	4,28	2,109	,497		
	109	lokalno stanovništvo	5,29	2,114	,202		
Partnerstvo	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,11	2,025	,464	1,661	,194
	18	preduzetnici u turizmu	3,83	1,757	,414		
	109	lokalno stanovništvo	4,00	2,000	,192		
Osobine preduzetnika i interno okruženje	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,00	2,539	,582	5,295	<b>,006*</b>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	18	preduzetnici u turizmu	6,06	1,697	,400		
	109	lokalno stanovništvo	4,35	2,196	,210		
Državna politika i procedure	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,32	2,626	,602	,495	,611
	18	preduzetnici u turizmu	3,89	2,349	,554		
	109	lokalno stanovništvo	3,79	2,000	,192		
Tržišna strategija i procedure	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	4,58	1,742	,400	,489	,614
	18	preduzetnici u turizmu	4,06	2,182	,514		
	109	lokalno stanovništvo	4,55	2,021	,194		
Stavovi lokalne zajednice	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	3,84	2,267	,520	1,513	,224
	18	preduzetnici u turizmu	3,17	1,886	,445		
	109	lokalno stanovništvo	2,99	1,932	,185		
Prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura	19	donosioci odluka na lokalnom nivou	5,05	2,223	,510	,401	,671
	18	preduzetnici	4,44	2,406	,567		

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

		u turizmu					
	109	lokalno stanovništvo	4,58	2,319	,222		

Kod grupe faktora koja se odnosi na *osobine preduzetnika i interno okruženje*, izvor varijabiliteta je identifikovan između preduzetnika u turizmu sa jedne strane i donosioca odluka na lokalnom nivou i lokalnog stanovništva sa jedne strane. Preduzetnici u turizmu veći značaj pripisuju grupi faktora koji se tiče osobina preduzetnika i njegovog internog okruženja (tabela 79).

**Tabela 79. Izvor varijabiliteta u rangiranju grupe faktora koja se odnosi na osobine i interno okruženje preduzetnika u odnosu na posmatrane stratume**

Dependent Variable	(I) grupa ispitanika	(J) grupa ispitanika	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Osobine preduzetnika i interno okruženje	donosioci odluka na lokalnom nivou	preduzetnici u turizmu	-2,056*	,720	,014	-3,76	-,35
		lokalno stanovništvo	-,349	,544	,798	-1,64	,94
	preduzetnici u turizmu	donosioci odluka na lokalnom nivou	2,056*	,720	,014	,35	3,76
		lokalno stanovništvo	1,707*	,557	,007	,39	3,03
	lokalno stanovništvo	donosioci odluka na lokalnom nivou	,349	,544	,798	-,94	1,64
		preduzetnici u turizmu	-1,707*	,557	,007	-3,03	-,39

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

### 4.7. Korelacija

Bivarijantna regresija se koristi prilikom predviđanja vrednosti jedne varijable na osnovu vrednosti druge varijable. U slučaju ovog istraživanja bivarijantna regresija se koristi za ispitivanje (ne)konzistentnosti posmatranja identifikovanih faktora u odnosu na samu grupu faktora kojoj pripadaju. Postojanje korelacije između određenog faktora i grupe faktora kojoj pripada taj faktor ukazuje na to da ispitanici uslovno poistovećuju posmatrani faktor za grupom faktora kojoj taj faktor pripada. Suprotno, nepostojanje korelacije ukazuje na nekonzistentno posmatranje faktora od strane ispitanika, odnosno njihov stav za su svi identifikovani faktori u grupi faktora podjednako važni, tačnije, svi faktori podjednako reprezentuju grupu kojoj pripadaju.

#### 4.7.1. Grupa finansijskih faktora

Tabela 80 pokazuje da ne postoji korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora *finansije* u odnosu na samu grupu.

**Tabela 80. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Finansije u odnosu na samu grupu**

		Bespovratna sredstva za pokretanje preduzetničke aktivnosti	Selektivne finansijske olakšice	Subvencionisani krediti od strane države	Lokalni garantni fondovi	Sredstva iz donacija i inostranih fondova za razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti	Finansije
<b>Finansije</b>	Pearson Correlation	,020	,070	-,019	-,039	-,033	1
	Sig. (2-tailed)	,813	,404	,819	,640	,693	
	N	146	146	146	146	146	146

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

### 4.7.2. Grupa faktora vezanih za edukaciju

Tabela 81 pokazuje da ne postoji korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora *edukacija* u odnosu na samu grupu.

**Tabela 81. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Edukacija u odnosu na samu grupu**

		Izučavanje preduzetništva u formalnom obrazovanju	Neformalno obrazovanje	Postojanje biznis inkubatora	Transfer znanja iz oblasti istraživanja i razvoja	Mogućnost sticanja poslovnog iskustva i prakse	Edukacija
<b>Edukacija</b>	Pearson Correlation	-,066	,058	,053	,098	-,122	1
	Sig. (2-tailed)	,425	,485	,529	,240	,143	
	N	146	146	146	146	146	146

### 4.7.3. Grupa faktora vezanih za partnerstvo

Tabela 82 pokazuje da postoji korelacija između faktora *osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera* i grupe faktora partnerstvo. Ovo ukazuje da ispitanici partnerstvo prvenstveno posmatraju kroz *osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera*.

**Tabela 82. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Partnerstvo u odnosu na samu grupu**

		Dostupnost informacija od udruženja, zadruga, komora itd.	Dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima	Zajednički nastupi na tržištu	Osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera	Saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva i participacija	Partnerstvo
<b>Partnerstvo</b>	Pearson Correlation	,068	,026	-,084	<b>-,165*</b>	,146	1

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	Sig. (2-tailed)	,418	,759	,312	,046	,078	
	N	146	146	146	146	146	146

### 4.7.3. Grupa faktora vezanih za osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje

Tabela 83 pokazuje da postoji korelacija između faktora *podrška porodice i prijatelja* i grupe faktora *osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje*. Ovo ukazuje da ispitanici da grupu faktora *osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje* prvenstveno posmatraju kroz *podršku porodice i prijatelja* (budućem) preduzetniku.

**Tabela 83. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje u odnosu na samu grupu**

		Lične osobine preduzetnika	Podrška porodice i prijatelja	Postojanje porodičnog biznisa	Spremnost da se rizikuje	Predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva ili turizma	Osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje
<b>Osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje</b>	Pearson Correlation	-,043	<b>,197*</b>	,053	-,083	-,106	1
	Sig. (2-tailed)	,603	,017	,529	,318	,204	
	N	146	146	146	146	146	146

### 4.7.4. Grupa faktora vezanih za državnu politiku, upravu i procedure

Tabela 84 pokazuje da ne postoji korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora *državna politika, uprava i procedure* u odnosu na samu grupu.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 84. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Državna politika, uprava i procedure u odnosu na samu grupu**

		Brzo, lako i jeftino registrovanje firme	Manji nameti i niže takse u prvim godinama poslovanja	Eliminacija mita i korupcije	Jasni imovinsko-pravni odnosi	Sankcionisanje sive i crne ekonomije	Državna politika, uprava i procedure
<b>Državna politika, uprava i procedure</b>	Pearson Correlation	-,010	,015	,047	,025	-,082	1
	Sig. (2-tailed)	,901	,861	,575	,765	,328	
	N	146	146	146	146	146	146

### 4.7.4. Grupa faktora vezana za tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda

Tabela 85 pokazuje da ne postoji korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora *tržišna strategija i kvalitet proizvoda* u odnosu na samu grupu.

**Tabela 85. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Tržišna strategija i kvalitet proizvoda u odnosu na samu grupu**

		Poznavanje potreba i želja turista	Kvalitet turističkog proizvoda	Postojanje tražnje za proizvode i usluge ruralnog turizma	Kvalifikovana i stručna radna snaga	Promocija i marketing	Tržišna strategija i kvalitet proizvoda
<b>Tržišna strategija i kvalitet proizvoda</b>	Pearson Correlation	-,038	,042	,064	-,066	-,001	1
	Sig. (2-tailed)	,650	,619	,445	,429	,987	
	N	146	146	146	146	146	146

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

### 4.7.5. Grupa faktora vezana za stavove lokalne zajednice

Tabela 86 pokazuje da ne postoji korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora *stavovi lokalne zajednice* u odnosu na samu grupu.

**Tabela 86. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Stavovi lokalne zajednice u odnosu na samu grupu**

		Nedostatak razumevanja za preduzetništvo	Polne i starosne barijere	Opasnost od ugrožavanja životne sredine	Kvalitet života u ruralnim sredinama	Nepostojanje ili neprimenjivanje planova	Stavovi lokalne zajednice
Stavovi lokalne zajednice	Pearson Correlation	,005	-,137	-,007	,048	,070	1
	Sig. (2-tailed)	,948	,099	,935	,568	,399	
	N	146	146	146	146	146	146

### 4.7.6. Grupa faktora vezanih za prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu

Tabela 87 pokazuje da ne postoji korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora *prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura* u odnosu na samu grupu.

**Tabela 87. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura zajednice u odnosu na samu grupu**

		Prirodne i kulturne turističke vrednosti	Nematerijalne turističke vrednosti	Infrastruktura	Turistička infrastruktura	Turistička suprastruktura	Prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura
Prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura	Pearson Correlation	,091	-,073	,004	-,004	-,016	1
	Sig. (2-tailed)	,276	,379	,957	,959	,843	
	N	146	146	146	146	146	146



# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## 4.8. SWOT analiza

Osnovni cilj SWOT analize jeste identifikacija strateških faktora okruženja, pri čemu se moraju identifikovati i faktori koji se ne mogu kvantitativno iskazati, već su iskazani u obliku kvalifikovane izjave ili uverenja (Božac, 2008). SWOT analiza pokriva dve osnovne perspektive posmatranja ključnih faktora i uticaja. Prva perspektiva podrazumeva organizacionu perspektivu koja je uslovljena sadašnjim i prošlim vremenom i perspektivu okruženja koja treba biti usmerena ka budućem vremenu (IRPEU – Institut za razvoj poduzetništva i europske projekte, 2012).

Informacije dobijene putem polustrukturisanog intervjua sistematizuju faktore razvoja preduzetništva sa aspekta posmatranja lokalnih zajednica. Ove informacije su veoma značajne za konstrukciju modela razvoja preduzetništva u posmatranoj oblasti iz razloga što su proistekle od osoba koje iza sebe imaju značajno preduzetničko iskustvo u oblasti turizma i upoznate su sa realnim stanjem okruženja. Okvirno definisana pitanja obezbeđuju širinu obuhvata potencijalnih faktora, bez ograničavanja ispitanika u smislu pravca, dužine i načina njihovih odgovora. Dobijene informacije su analizirane putem SWOT analite (tabela 88).

Tabela 88. SWOT analiza

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ snažno individualno zalaganje, rad i trud</li><li>➤ postojanje minimalnih infrastrukturnih uslova</li><li>➤ domaći i ekološki proizvodi</li><li>➤ tradicionalno gostoprimstvo</li><li>➤ sklonost prema preduzetništvu u turizmu</li><li>➤ razvijen porodični biznis</li><li>➤ dopunska radna/proizvodna/uslužna aktivnost</li><li>➤ oslanjanje na lokalne resurse, proizvode i usluge</li><li>➤ oslanjanje na lokalnu radnu snagu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ nepostojanje saradnje na relaciji lokalna zajednica – preduzetnici</li><li>➤ nezainteresovanost lokalne zajednice za probleme nelegalne eksploatacije šljunka iz korita reke Drine</li><li>➤ nezainteresovanost lokalne zajednice za probleme nelegalnog izlova ribe (mreže, struja, izlov mladice, nepoštovanje lovostaja itd.)</li><li>➤ problemi vodosnabdevanja</li><li>➤ nedostatak pešačkih staza i ulične rasvete</li><li>➤ opština ne pomaže u saniranju šteta od poplava</li><li>➤ nepostojanje volje i želje za razvoj turizma na nivou opštine</li></ul>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ heterogenost turističkog smeštaja u smislu tipa i kategorije smeštaja</li> <li>➤ sukcesivno investiciono ulaganje</li> <li>➤ kreativnost i inovativnost</li> <li>➤ samoinicijativno interesno udruživanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ protekcionizam pojedinih privrednih subjekata</li> <li>➤ prisustvo mita i korupcije</li> <li>➤ loša kadrovska politika na nivou lokalne samouprave i nedostatak znanja i iskustva ljudi koji su zaduženi za upravljenje razvojem privrede i turizma</li> <li>➤ nepostojanje vizije i plana razvoja i razvojnih dokumenata</li> <li>➤ neprepoznavanje razlike između resursa u turizmu i turističkog proizvoda</li> <li>➤ nedostatak saradnje između drugih ponuđača na turističkom tržištu</li> <li>➤ nedakevatna promocija u oblasti turizma</li> </ul>
<b>ŠANSE</b>	<b>OPASNOSTI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bogati prirodni resursi (reka Drina, planina Gučevo i Boranja, flora i fauna)</li> <li>➤ bogati kulturno-istorijski resursi</li> <li>➤ blizina Republike Srpske kao tržišta tražnje koje je usmereno ka posmatranim opštinama</li> <li>➤ dobra popunjenost kapaciteta Specijalne bolnice <i>Banja Koviljača</i> – uslov za vanpansionsku potrošnju</li> <li>➤ različiti inostrani fondovi čiji je opseg delovanja preduzetništvo i turizam</li> <li>➤ porast interesovanja za više kraćih odmora</li> <li>➤ blizina većih gradova, Beograda i Novog Sada i dobra saobraćajna povezanost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ loš životni standard građana u regionu</li> <li>➤ nepostojanje saradnje na relaciji lokalna zajednica – država u cilju podrške preduzetnicima</li> <li>➤ magistrani put Loznica- Ljubovija u velikim delom je u lošem stanju</li> <li>➤ turistički razvijeni centri (Tara, Bajina Bašta, Perućac, Stanišić itd.)</li> <li>➤ opasnost od poplava i klizišta uz nemogućnost osiguranja</li> <li>➤ komplikovane i nekompatibilne procedure poslovanja u oblasti turizma</li> <li>➤ poslovanje u sivim ili crnim zonama</li> </ul>

**Snage** predstavljaju interne pozitivne faktore nastale u dosadašnjem poslovanju posmatranih subekata, odnosno aktivnostima iniciranim od strane opštinske uprave. U

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

daljem razvoju preduzetništva u turizmu ovi faktori predstavljaju osnov napretka, odnosno oslonac budućeg razvoja. To svakako ne znači da u budućnosti nije potrebno dalje ulagati u jačanje i razvoj identifikovanih snaga, već naprotiv, dalje osnaživanje internih pozitivnih faktora razvoja ubrzava razvoj preduzetništva i unapređuje njegov kvalitet i diverzifikaciju aktivnosti. Intervjuisani preduzetnici su kao snage identifikovali:

- **Snažno individualno zalaganje, rad i trud.** Osam ispitanika je identifikovalo ovaj faktor kao osnovni faktor njihovog uspeha. Od kupno devet ispitanika, njih osmoro je samoinicijativno započelo poslovanje u oblasti preduzetništva u turizmu. Njihovo angažovanje u ranim poslovnim fazama se uglavnom svodilo na sekundarne i neformalne oblike poslovanja (hobi, dodatni posao, sezonski posao itd.), dok dalji razvoj poslovanja uslovljava i nastanak čvršće poslovne i organizacione strukture;
- **Postojanje minimalnih infrastrukturnih uslova.** Zadovoljavajuća saobraćajna povezanost na lokalnu, postojanje elektrodistributivne i vodovodne mreže, telefonska i internet povezanost pružaju nužne uslove za dalji razvoj preduzetništva u turizmu;
- **Domaći i ekološki proizvodi.** Domaći i ekološki proizvodi pravljeni od lokalnih sirovina i po tradicionalnoj recepturi se nalaze u turističkoj ponudi ovog kraja. Ovi proizvodi su turistima dostupni kako kroz gastrnomsku ponudu, tako i kroz ponudu „jestivih“ suvenira poput soka, meda, rakije, džema, slatkog itd.;
- **Tradicionalno gostoprimstvo.** Podrinjski kraj je poznat po nadaleko čuvenom gostoprimstvu. Doček gostiju sa rakijom, pogačom i solju, kao i ispraćaj gostiju sa obaveznom „spremicom“ (hrana koja se pakuje gostima i daje prilikom odlaska, da im se nađe „za usput“) predstavlja jedinstven doživljaj koji turisti pamte;
- **Sklonost prema preduzetništvu u turizmu.** Svi ispitanici su naglasili da ono što ih motiviše da istraju u preduzetničkim vodama u oblasti turizma nije novac, već ljubav prema ovoj vrsti delatnosti. Ispitanici naglašavaju veću vrednost nematerijalne satisfakcije koja se svodi na kontakt sa ljudima, učenje, izazove i

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

unapređenje sebe i promociju i prezentaciju lokalnih vrednosti od materijalne satisfakcije koja podrazumeva profit iz poslovanja. Ovde je bitno napomenuti i da se dvoje ispitanika nalaze u starosnoj penziji i materijalno su u potpunosti obezbeđeni;

- **Razvijen porodični biznis.** Od devet ispitanika, samo jedan ispitanik u svom poslovanju nema aktivno prisutne članove uže ili šire porodice. Učešće porodice u preduzetničkim aktivnosti u velikoj meri doprinosi uspešnom razvoju poslovanja po mišljenju ispitanika;
- **Dopunska radna/proizvodna/uslužna aktivnost.** Petoro ispitanika je navelo da preduzetničko angažovanje u oblasti turizma predstavlja paralelnu/komplementarnu/dopunsku preduzetničku/poslovnu aktivnost. Ispitanici izvore prihoda ostvaruju i u drugim oblastima poslovanja, što im obezbeđuje određen nivo sigurnosti i uslovljava disperziju rizika poslovanja;
- **Oslanjanje na lokalne resurse, proizvode i usluge.** Svi ispitanici su naglasili značaj oslanjanja na lokalne resurse. Oslanjanje na lokalne resurse obezbeđuje kontrolisan kvalitet, niže distributivne troškove, ali i otvara mogućnost radnog angažovanja lokalnog stanovništva. Izuzetno je značajno što ispitanici prepoznaju važnost uključivanja lokalnog stanovništva u lanac vrednosti prilikom kreiranja turističkog proizvoda;
- **Oslanjanje na lokalnu radnu snagu.** Ispitanici koji imaju potrebu za angažovanjem dodatne radne snage pri zapošljavanju i selekciji kandidata daju prednost lokalnim stanovnicima. Većim delom su u pitanju povremeni i privremeni poslovi, kao i poslovi koji su karakteristični za osobe ženskog pola;
- **Heterogenost turističkog smeštaja u smislu tipa i kategorije smeštaja.** Razvoj preduzetništva u turizmu i samog turističkog proizvoda podrazumeva postojanje adekvatnih smeštajnih kapaciteta. U skladu sa potrebama savremenih turista, posmatrane opštine nude smeštajne kapacitete različitih tipova (hoteli, pansioni, apartmani, sobe, smeštaj u seoskom domaćinstvu itd.) i različitih kategorija (od visikategorisanih do nekategorisanih smeštajnih jedinica). Različiti smeštajni kapaciteti zadovoljavaju potrebe različitih tržišnih segmenata tražnje i omogućavaju diferencirani turistički proizvod i uslugu u zavisnosti od potreba i očekivanja turista;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- **Sukcesivno investiciono ulaganje.** Svi, osim jednog ispitanika sukcesivno investiciono ulažu, proširuju i poboljšavaju kapacitete i uslugu u skladu sa sopstvenim mogućnostima. Svest o neophodnosti daljeg ulaganja i širenja preduzetničkih aktivnosti kao uslova za tržišni opstanak je implementirana u dalje razvojne planove;
- **Kreativnost i inovativnost.** Prepoznavanje turizma i turističkih potreba kao promenljive i dinamične kategorije uslovljava implementaciju kreativnosti i inovativnosti pri kreiranju sopstvene ponude. To podrazumeva spoj turizma sa različitim komplementarim oblastima poput sporta, edukacije, kulture, umetnosti itd.;
- **Samoinicijativno interesno udruživanje.** Svest o značaju partnerstva i saradnje je tek u začetku na teritoriji posmatranih opština. Postoji samo jedno udruženje domaćina u ruralnom turizmu nastalo kao produkt interesnog okupljanja malih ponuđača usluga ovog tipa. Značaj ovog udruženja još uvek ne leži u njegovoj uticajnoj snazi, već u samoj potrebi i ideji koja je prerasla u konkretnu aktivnost, pa se u tok kontekstu ovde i evidentira.

**Slabosti** predstavljaju identifikovane interne faktore posmatranih opština, odnosno elemente na koje sami ispitanici, odnosno lokalna uprava može da utiče. Identifikacija ovih faktora predstavlja važan korak u daljem strateškom planiranju, jer upravo ovde leže problemi koji ometaju dalji razvoj preduzetništva, a koji se odgovarajućim internim aktivnostima mogu otkloniti, rešiti ili bar ublažiti njihov negativni uticaj. Ispitanici su identifikovali sledeće slabosti:

- **Nepostojanje saradnje na relaciji lokalna zajednica – preduzetnici.** Lokalna zajednica ne prepoznaje preduzetnike i preduzetništvo kao faktor lokalnog razvoja, što uzrokuje nezadovoljstvo kod lokalnih preduzetnika. Materijalni i nematerijalni vidovi podrške od strane lokalne samouprave neophodni su, po oceni ispitanika, ukoliko se želi unaprediti preduzetništvo u oblasti turizma u posmatranim opštinama;
- **Nezainteresovanost lokalne zajednice za probleme nelegalne eksploatacije šljunka iz korita reke Drine.** Ovaj problem u najvećoj meri opterećuje preduzetnike koji pružaju usluge smeštaja i ishrane, a locirani u su u samom

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

priobalju reke Drine. Nelegalna i nekontrolisana eksploatacija šljunka iz korita Drine (od strane lica iz Republike Srpske i Republike Srbije) ograničava dalji razvoj turističke ponude. Neplanska eksploatacija dovodi do promene toka same reke, nastajanja i nestajanja rečnih ostrva, nastajanja dubokih rupa na rečnom dnu koja uzrokuju virove i opasnosti za kupaće i posetioce, ali i pokušaje uzurpacije površina koje su u privatnom vlasništvu. Eksploatacija šljunka uzrokuje i celodnevnu buku koju bageri, buldožeri i kamioni stvaraju svojim radom od ranih jutarnjih do kasnih večernjih sati, svakim danom u toku leta, bez izuzetka;

- **Nezainteresovanost lokalne zajednice za probleme nelegalnog izlova ribe (mreže, struja, izlov mladice i nepoštovanje lovostaja itd.).** Ugrožavanje ribljeg fonda nekontrolisanim izlovom ribe dovodi do smanjenja broja, pa čak i nestajanja određenih vrsta ribe koje su karakteristične za ovo područje. Ukoliko se nastavi ovaj proces, ribolovni turizam (u formi sportskog ribolova) neće biti moguć na reci Drini. Ovde se trebaju pridodati i problemi kupovine ribolovačkih dozvola za turiste, odnosno nedostatak informacija po kojoj ceni, na kom mestu i pod kojim uslovima se ove dozvole mogu nabaviti;
- **Problemi vodosnabdevanja.** Pojedina sela u ove tri opštine imaju problema sa pijaćom vodom. Ovaj problem je još više došao do izražaja nakon poslednjih poplava koje su pogodile ovaj kraj. Tako pojedina naselja i posle godinu i po dana od poplava još uvek nemaju ispravnu pijaću vodu, već samo tehničku vodu koja se ne sme koristiti za piće i kuvanje;
- **Nedostatak pešačkih staza i ulične rasvete.** Potrebe savremenog turista odavno prevazilaze samo krevet i obrok. Turista želi da se kreće, upozna lokalnu sredinu i pri tome najčešće ne koristi motorno vozilo. Nedostatak pešačkih i šetnih staza skoro u svim naseljima u posmatranim opštinama retke turiste primorava da se biciklom ili peške kreću putem (često magistralnim) kojim saobraćaju automobili i kamioni, divljom stazom pored pruge gde često saobraćaju teretni vozovi ili eventualno uz rečno korito stazom koja je divlja, često zarasla i na pojedinim mestima i neprohodna. Ako se uz sve navedeno doda činjenica da u velikom broju naseljenih mesta ne postoji ulična rasveta, problem kretanja turista postaje još značajniji;

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- **Opština ne pomaže u saniranju šteta od poplava.** Ispitanici smatraju da se lokalna uprava nije u dovoljnoj meri angažovala u saniranju šteta koje su nastale prilikom poplava 2010. i 2014. godine. Troškovi saniranja nastalih šteta u velikoj meri usporavaju dalja ulaganja u preduzetništvo u turizmu u ovoj oblasti. Isto tako, činjenica da su se u svega četiri godine dva puta ponovile „stogodišnje poplave“ (poplave koje se prema statistici javljaju jednom u 100 godina) nameću sumnju da je ljudski faktor bio presudan uzrok poplava, što svakako povećava rizik daljeg investicionog ulaganja;
- **Nepostojanje volje i želje za razvoj turizma na nivou opštine.** Ispitanici (pogotovo ispitanici koji pripadaju teritoriji opštine Mali Zvornik) smatraju da odgovorni ljudi u opštini nemaju istinsku želju da pokrenu razvoj turizma na nivou opštine. Kao primer navode nedomaćinski odnos prema pojedinim turističkim resursima koje opština ima na raspolaganju;
- **Protekcijonizam pojedinih privrednih subjekata.** Ispitanici navode da je u velikoj meri prisutan protekcijonizam prema određenim privrednim subjektima, da se i pre raspisivanja konkursa (koji se najčešće odnose na finansijsku podršku preduzetnicima) zna ko će sredstva i dobiti, da se dobijena sredstva nenamenski troše. Iz tog razloga ispitanici se u najvećoj meri oslanjaju na sopstve izvore finansiranja, dok su u minimalnoj meri prisutni i krediti komercijalnih banaka;
- **Prisustvo mita i korupcije** negativno utiče na zdravu konkurenciju i tržišnu utakmicu. Određeni poslovni subjekti pored izvora finansiranja (sa povoljnijim uslovima), lakše dolaze i do potrebnih dozvola i odobrenja, inspekcije ne kontrolišu njihove objekte ili i pored očiglednih dokaza kršenja zakona ne dolazi do sankcionisanja pojedinih organizacija. Često se dešava da pojedine (po zakonu javno dostupne) informacije od značaja za razvoj budućeg poslovanja (npr. zakup javnog prostora itd.) budu postupne samo odabranim pojedincima;
- **Loša kadrovska politika na nivou lokalne samouprave i nedostatak znanja i iskustva ljudi koji su zaduženi za upravljenje razvojem privrede i turizma.** Ljudi koji su odgovorni za razvoj turizma i preduzetništva u turizmu u velikom broju slučajeva ne poseduju odgovarajuć nivo obrazovanja (često su to osobe samo sa srednjom stručnom spremom) niti adekvatno polje obrazovanja (polje obrazovanja nije iz oblasti turizmologije ili menadžmenta i bizisa u turizmu).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Česte političke promene uslovljavaju i čestu promenu zaposlenih na ovim pozicijama, što onemogućava i doedukaciju, usavršavanje i sticanje neophodnog iskustva kod donosioca odluka na lokalnom nivou;

- **Nepostojanje vizije i plana razvoja i razvojnih dokumenata.** Uslov za razvoj turizma na lokalnom nivou jeste postojanje smislenih planskih dokumenata koja će usmeravati dalji lokalni razvoj posmatranih opština. Planska dokumenta trebaju pokrivati sve relevantne oblasti razvoja i biti sistemski povezana i uslovljena. Ispitanici ne znaju za postojanje planskih dokumenata u posmatranim opštinama, a iskazuju bojazan da se ta dokumenta ne bi ni primenjivala ukoliko bi i egzistirala;
- **Nedostatak saradnje između drugih ponuđača na turističkom tržištu.** Nedostatak saradnje između ponuđača turističkih proizvoda i usluga ograničava dalji razvoj turizma i preduzetništva u turizmu u posmatranim opštinama. Niti jedan od ispitanika nije ostvario značajniju saradnju sa drugim ponuđačima proizvoda i usluga. Konkurentska borba ograničava mogućnost nastanka integralnog turističkog proizvoda posmatrane regije, iako deklarativno, svi ispitanici smatraju da se na tržište treba izaći sa zajedničkom ponudom;
- **Neprepoznavanje razlike između resursa u turizmu i turističkog proizvoda.** Poistovećivanje resursa u turizmu sa turističkom ponudom ne otvara mogućnost daljeg razvoja, jer je u savremenoj turističkoj indistriji put od resursa u turizmu do sofisticiranog turističkog proizvoda višefazan i složen. Prelepa reka Drina i Zvorničko jezero ostavlja turiste bez daha, ali im u isti mah još uvek ne pruža puno mogućnosti za upražnjavanje rekreacije, sporta, ribolova, smeštaja, opuštanja itd. Drugim rečima, turista još uvek ne vidi razlog da na ovom području provede više od nekoliko sati, a samim tim, ni turistička potrošnja ne može biti visoka;
- **Nedakevatna promocija u oblasti turizma.** Promotivne aktivnosti se u najvećoj meri vrše stihijski, bez jasno određenog plana i cilja. Turisti često ne mogu dobiti potrebne ažurne i svrsishodne informacije.

**Šanse** predstavljaju eksterne faktore u obliku prilika koje posmatrane lokalne zajednice zajedno sa preduzetnicima mogu (i trebaju) iskoristiti. Identifikacija šansi i brzo



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

reagovanje predstavlja preduslov daljeg razvoja. Ispitanici su kao najznačajnije identifikovali sledeće faktore:

- **Bogati prirodni resursi (reke, planine, jezera, kanjoni, pećine, flora i fauna).** Svi ispitanici su upravo prirodne resurse i njihovu ekološku očuvanost naveli kao prvu i najveću šansu za razvoj turizma, a samim tim i preduzetništva u ovom kraju;
- **Bogati kulturno-istorijski resursi.** Odmah nakon prirodnih resursa, svi ispitanici su naveli i značajne kulturno-istorijske resurse poput značajnih mesta i spomenika, verskih mesta i utvrđenja;
- **Blizina Republike Srpske kao tržišta tražnje koje je usmereno ka posmatranim opštinama.** Tokom reke Drine kroz posmatrane opštine prolazi i državna granica između Republike Srpske i Republike Srbije. Stanovništvo Republike Srpske je tradicionalno više naklonjeno teritoriji Republike Srbije od teritorije Federacije Bosne i Hercegovine i republike Hrvatske, te ono generiše značajnu turističku tražnju, na koju se treba adekvatno i odgovoriti. Brojni granični i malogranični prelazi olakšavaju tranzit stanovništva iz jedne zemlje u drugu. Prelasci granice u oba smera kod lokalnog stanovništva su svakodnevni i često uzrokovani egzistencijalnim aktivnostima, te se može reći da se stanovništvo obe zemlje sa obe strane Drine oseća „kao kod kuće“, što je velika šansa za razvoj turizma ove oblasti;
- **Dobra popunjenost kapaciteta *Specijalne bolnice za rehabilitaciju Banja Koviljača*.** Dobro poslovanja i visoka popunjenost kapaciteta *Specijalne bolnice Banja Koviljača* generisala je pojavu preduzetništva u oblasti pružanja smeštaja i drugih turističkih usluga u neposrednoj okolini Banje. Specifičnost banjskog turizma u smislu dužih boravaka (preko 10 dana) i slobodnog vremena pacijenta/turiste (terapije se obično odvijaju u toku prepodneva radnim danima i subotom) otvara široke mogućnosti u oblasti ponude širokog spektra turističkih proizvoda i usluga koje pacijenti/turisti traže da bi popunili slobodno vreme;
- **Različiti inostrani fondovi čiji je opseg interesovanja preduzetništvo i turizam.** Ispitanici navode različite inostrane fondove koji podržavaju ruralni razvoj, razvoj preduzetništva i razvoj turizma, ali ni jedan od ispitanika nije

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

konkretno naveo ni jedan program. Po njihovim rečima, znaju da takvi fondovi postoje, ali nisu upoznati sa konkretnim detaljima i uslovima i smatraju da nemaju dovoljno kvalifikacija da bi samostalno, kao pojedinačni preduzetnici, uspešno konkurisali;

- **Porast interesovanja za više kraćih odmora.** Trend da turisti u toku godine upražnjavaju više kraćih odmora preduzetnici prepoznaju kao šansu daljeg razvoja. Njihovo je mišljenje da se uz malo truda može pružiti kvalitetan turististički proizvod u smislu „vikend odmora“ za različite ciljne segmente prvenstveno iz Republike Srbije i Republike Srpske;
- **Blizina većih gradova, Beograda i Novog Sada i dobra saobraćajna povezanost.** Dobra saobraćajna povezanost predstavlja šansu za razvoj turizma posmatranih opština. Udaljenost od oko 140 – 200 km od Beograda i Novog Sada do posmatranih opština ne predstavlja prepreku za preduzimanje kraćih turističkih putovanja.

**Opasnosti** predstavljaju eksterne barijere i smetnje koje mogu ugroziti, ograničiti ili zaustaviti dalji turistički razvoj posmatranog kraja. Lokalna zajednica i preduzetnici nemaju značajniji uticaj na nastanak ovih faktora, ali je proaktivnost u smislu pravovremene identifikacije ovih faktora i ocene njihovog intenziteta neophodna u cilju smanjivanja i/ili izbegavanja negativnog dejstva na razvoj turizma. Ispitanici kao najveće pretnje vide:

- **Loš životni standard građana u regionu.** Smanjenje realne vrednosti ličnih dohodaka i drugih primanja građana u regionu dovodi do preraspodele potrošnje. Siromaštvo i nezaposlenost po mišljenju ispitanika dovode i do smanjenja turističke potrošnje, što se svakako negativno odražava i na razvoj preduzetničkih aktivnosti u oblasti turizma;
- **Nepostojanje saradnje na relaciji lokalna zajednica – država u cilju podrške preduzetnicima.** Ispitanici smatraju da sama država preduzetništvo podržava samo deklarativno, ali da i dalje u dovoljnoj meri ne preduzima konkretne aktivnosti podrške lokalnim zajednicama u cilju podizanja kapaciteta za razvoj preduzetništva. Nekoliko ispitanika je napomenulo da ima utisak da je država njihove opštine (Mali Zvornik i Ljubovija) neopravdano i nepravedno

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

zanemarila u smislu investicionog i infrastrukturnog razvoja. Takođe, ispitanici smatraju da država ne prepoznaje turizam kao faktor revitalizacije ekonomije, te da su ulaganja u turizam usmerena uglavnom na već razvijene turističke destinacije (Beograd, Kopaonik, Zlatibor itd.) ili destinacije u kojima imaju pretežni interes strani investitori (Stara planina);

- **Magistrani put Loznica- Ljubovija- Bajina Bašta velikim delom je u lošem stanju.** Udarne rupe na pojedinim delovima uslovljavaju vožnju od maksimum 30 km/h. Česta je pojava zadržavanja veće količine atmosferskih voda na samom kolovozu koje u potpunosti parališu saobraćaj, a pojavljuju se i odroni i klizišta. Loše stanje ove deonice odvraća putnike od ovog pravca, te se putovanja odvijaju alternativnim putnim pravcima preko Valjeva, Ibarskom magistralom ili kroz Republiku Srpsku;
- **Turistički razvijeni centri (Tara, Bajina Bašta, Perućac, Stanišić itd.)** kao turistički razvijenije i poznatije destinacije koje se nalaze u neposrednoj blizini predstavljaju direktnu konkurenciju;
- **Opasnost od poplava i klizišta uz nemogućnost osiguranja.** Katostofalne poplave i klizišta su se u poslednjih pet godina dva puta dogodili na posmatranoj teritoriji. Kako je dobar deo turističke infrastrukture i suprastrukture lociran u samom priobalju reke Drine, rizik je velik. Nemogućnost osiguranja priobalja od poplava dodatno otežava razvoj preduzetništva u ovom segmentu;
- **Komplikovane i nekompatibilne procedure poslovanja u oblasti turizma.** Zakon o turizmu do sada nije imao razumevanja za razvoj seoskog turizma, naročito sa aspekta propisanih normi i standarda, koje je često veoma teško–gotovo nemoguće ispuniti;
- **Poslovanje u sivim ili crnim zonama.** Pokušaj smanjivanja troškova poslovanja i prodajne cene, odnosno povećanja zarade često dovodi do nelegalnog poslovanja. Nelegalno poslovanje dovodi do nelojalne konkurencije, gde se obično poslovni subjekti koji posluju u legalnim tokovima nalaze u nepovoljnijem položaju. Zbog toga su česti prikriveni ili otvoreni konflikti između poslovnih subjekata u posmatranim oblastima.

## 5. DISKUSIJA

---

Imajući u vidu rezultate kvantitativnih i kvalitativnih analiza realizovanih za potrebe ovog istraživanja, kao i dosadašnja istraživanja sprovedena na teritoriji Republike Srbije i posmatranih opština (koja su dostupna u formi naučnih radova, izveštaja i baza podataka), može se izvršiti analiza dobijenih rezultata i na osnovu izvedenih zaključaka prihvatiti ili odbaciti postavljene hipoteze ovog rada.

Osnovna hipoteza ovog rada ( $H_0$ ) glasi: **postoji određen broj faktora na bazi kojih se može definisati model razvoja preduzetništva u okvirima pro-poor turizma u ruralnim sredinama**. Ova hipoteza je proveravana putem niza posebnih i pojedinačnih hipoteza:

- $H_1$ : Dosadašnja istraživanja identifikuju određen broj pozitivnih (podstičućih) ili negativnih (ograničavajućih) faktora koji utiču na **razvoj preduzetništva**;

Hipoteza  $H_1$  se **prihvata**, jer je analiza dosadašnjih istraživanja identifikovala više različitih faktora koji svojim delovanjem utiču na razvoj preduzetništva (više o ovome nalazi se u poglavlju *Razvoj preduzetništva – Kompleksnost faktora razvoja preduzetništva*).

- $H_2$ : Dosadašnja istraživanja identifikuju određen broj pozitivnih (podstičućih) ili negativnih (ograničavajućih) faktora koji utiču na **razvoj preduzetništva u ruralnom turizmu**;

Hipoteza  $H_2$  se **prihvata**, jer je analiza dosadašnjih istraživanja identifikovala više različitih faktora koji svojim delovanjem utiču na razvoj preduzetništva u ruralnom turizmu (više o ovome nalazi se u poglavlju *Ruralne sredine i ruralni turizam – Specifičnosti faktora razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu*).

- $H_3$ : Dosadašnje iskustvo i praksa dostupni kroz studije slučaja i izveštaje eminentnih organizacija identifikuje određen broj pozitivnih (podstičućih) ili negativnih (ograničavajućih) faktora koji utiču na uspeh **implementacije pro-poor strategija** razvoja turizma u ruralnim oblastima;

Hipoteza  $H_3$  se **prihvata**, jer je analiza dosadašnjih istraživanja, studija slučaja i izveštaja eminentnih organizacija identifikovala određen broj faktora koji na pozitivan

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

(podstičući) ili negativan (ograničavajući) način utiču na implementaciju *pro-poor* strategija razvoja turizma u ruralnim oblastima (poglavlje *Pro-poor turizam kao princip razvoja – Faktori (ne)uspešnosti implementacije strategija razvoja u okviru pro-poor turizma* i *Faktori implemetacije strategija pro-poor turizma – analiza empirijskih iskustava*).

- H<sub>4</sub>: **Specifičnosti ruralnih zajednica utiču** na vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma;

Posebna hipoteza H<sub>4</sub> se dokazuje putem dokazivanja sledećih pojedinačnih hipoteza:

- H<sub>4a</sub>: Moguće je rangirati i **kvantifikovati nivo značajnosti** faktora razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu u opštinama Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik posmatrano sa aspekta lokalnog stanovništva;

Hipoteza H<sub>4a</sub> se **prihvata**, jer su putem terenskog istraživanja i analize podataka kvantifikovani i rangirani nivoi značajnosti faktora razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu u opštinama Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik posmatrano sa aspekta lokalnog stanovništva (tabele 44, 45, 46).

- H<sub>4b</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **polnu strukturu** ispitanika;

Hipoteza H<sub>4b</sub> se **delimično prihvata**, jer je utvrđena statistički značajna razlika u vrednovanju nivoa značajnosti u odnosu na pol ispitanika kod osam od 40 identifikovanih faktora. Takođe, statistički značajna razlika u vrednovanju grupa faktora utvrđena je kod jedne grupe faktora od ukupno osam grupa (tabele 47, 48).

- H<sub>4c</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **obrazovnu strukturu** ispitanika;

Hipoteza H<sub>4c</sub> se **delimično prihvata**, jer je utvrđena statistički značajna razlika u vrednovanju nivoa značajnosti u odnosu na obrazovanje ispitanika kod devet od 40 identifikovanih faktora (tabela 49).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- H<sub>4d</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **preduzetničko iskustvo** ispitanika;

Hipoteza H<sub>4c</sub> se **delimično prihvata**, jer je utvrđena statistički značajna razlika u vrednovanju nivoa značajnosti u odnosu na preduzetničko iskustvo ispitanika kod jednog od 40 identifikovanih faktora, kao i kod jedne od osam grupa faktora (tabele 50, 51, 52).

- H<sub>4e</sub>: Vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u turizmu od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik se statistički značajno razlikuju u odnosu na **ulogu ispitanika** (posmatrane stratum: donosiocice odluka na lokalnom nivou, lokalne preduzetnike u turizmu i lokalno stanovništvo) u lokalnoj zajednici;

Hipoteza H<sub>4e</sub> se **delimično prihvata**, jer je utvrđena statistički značajna razlika u vrednovanju nivoa značajnosti u odnosu na preduzetničko iskustvo ispitanika kod 19 od 40 identifikovanih faktora, kao i kod jedne od osam grupa faktora (tabele 53-79).

Imajući u vidu da se pojedinačne hipoteze H<sub>4a</sub>, H<sub>4b</sub>, H<sub>4c</sub>, H<sub>4d</sub> i H<sub>4e</sub> delimično prihvataju, možemo zaključiti i da se posebna hipoteza H<sub>4</sub> **delimično prihvata**. Specifičnosti lokalnih zajednica utiču na vrednovanje faktora razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma, te se moraju uzeti u obzir prilikom kreiranja modela razvoja preduzetništva u okviru principa *pro-poor* turizma. Određen broj faktora razvoja preduzetništva po principima *pro-poor* turizma predstavlja univerzalne faktore, ali se jačina njihovog uticaja i važnosti razlikuje u različitim lokalnim zajednicama. Projektovanje modela razvoja pretpostavlja eksternu i internu analizu karakteristika lokalne zajednice i na osnovu dobijenih rezultata fino podešavanje elementa sistema podsticaja (faktora razvoja) u odnosu na konkretne potrebe, zahteve i specifičnosti posmatranog prostora. Zbog toga ne postoji jedinstveni model univerzalno primenljiv na sve siromašne ruralne zajednice, već samo preporuka određenog seta instrumenata koji se zatim prilagođava lokalnim uslovima i lokalnom kontekstu. U tom cilju zaključujemo da se osnovna hipoteza istraživanja H<sub>0</sub> koja glasi: **postoji određen broj faktora na**

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

**bazi kojih se može definisati model razvoja preduzetništva u okvirima *pro-poor* turizma u ruralnim sredinama prihvata i da se navedeni faktori nužno moraju prilagoditi lokalnom kontekstu ruralne sredine.**

U slučaju ovog istraživanja, prilagođavanje faktora podsticaja u cilju predloga mogućeg modela, bazira se na rezultatima vrednovanja faktora razvoja preduzetništva od strane lokalnog stanovništva opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik, kao i na rezultatima i zaključcima postojećih studija koje sagledavaju relevantne karakteristike posmatranog prostora. Zarad veće sistematičnosti i bolje preglednosti, dalja diskusija dobijenih rezultata će se vršiti po grupama faktora uz napomenu da se razvrstavanje faktora po grupama mora veoma fleksibilno i uslovno posmatrati, jer pojedni faktori logički mogu pripadati različitim grupama. Na primer, faktor koji obuhvata edukaciju u oblasti finansijskog menadžmenta može biti svrstan u grupu finansijskih faktora, ali i u grupu faktora koja se odnosi na edukaciju. Ako pri tom pretpostavimo da ovu edukaciju realizuje Nacionalna služba za zapošljavanje, ovaj faktor može pripadati i grupi faktora koja obuhvata različite aspekte saradnje, ali i grupi faktora koja se bavi državnim politikom, upravom i procedurama. Upravo ova višeslojnost posmatranih faktora ukazuje na složenost sistema podsticaja lokalnog razvoja i razvoja preduzetništva i uslovljava postojanje složenog mehanizma koordinacije aktivnosti i proaktivne saradnje na svim nivoima posmatranja, kao i učešće širokog spektra stejkholdera.

### **5.1. Grupa finansijskih faktora**

Po oceni svih ispitanika, najznačajni faktor u razvoju preduzetništva predstavljaju **bespovratna finansijska sredstva**. Ovaj nalaz se poklapa i sa drugim istraživanjima rađenim na teritoriji Republike Srbije (Bogdanov, 2011; Čomić, 2002; Bošković, Andrić, & Tomić, 2011; Todorović & Ivanović, 2011; Petrović & Grujović, 2015), koja su takođe pokazala da su naproblematičniji faktor za započinjanje sopstvenog biznisa u ruralnim sredinama upravo finansije, odnosno nedostatak finansijskih sredstava. U odnosu na prosečnu ekonomsku vrednost poljoprivrednog gazdinstva u Srbiji, ekonomski siromašnija gazdinstva locirana su u regionu Šumadije i zapadne Srbije (Paraušić & Cvijanović, 2014). Međutim, analizirajući studije gore navedenih autora, može se zaključiti da ni izbliza nisu iscrpljene sve mogućnosti za pribavljanje

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

finansijskih sredstava koje stoje na raspolaganju lokalnoj zajednici i preduzetnicima (Bošković, Andrić, & Tomić, 2011). Ovde se pre svega misli na različite izvore iz namenskih fondova Republike Srbije i različitih inostranih fondova, koji odobravaju određena sredstva u cilju ruralnog razvoja i razvoja preduzetništva, ali lokalno stanovništvo često nije motivisano, nema volje i želje, znanja i iskustva da se upusti u proces konkurisanja (Bogdanov, 2011). Takođe, ovako dobijena sredstva su strogo namenska i podrazumevaju pravdanje trošenja po strogo utvrđenim procedurama, gde se ne tolerišu greške i odstupanja od podnete konkursne dokumentacije.

Rešavanje ovog problema podrazumeva podršku lokalnom stanovništvu prvenstveno iz oblasti edukacije i konsaltinga prilikom konkurisanja i realizacije dobijenih sredstava. Ono što je interesantno, jeste činjenica da su ispitanici sa višim nivoom obrazovanja (više i visoko obrazovanje) veći značaj dali faktoru koji se odnosi na bespovratna finansijska sredstva u odnosu na niže obrazovane ispitanike, iako bi po logici stvari visoko obrazovni ispitanici trebali biti ti kojima su finansijska sredstva iz domaćih i inostranih fondova lakše dostupna. Sve ovo ukazuje da nedovoljno i/ili neadekvatno obrazovanje iz oblasti poslovanja i preduzetništva čini jednu od osnovnih kočnica daljeg razvoja preduzetništva u ruralnim sredinama. Međutim, ne smemo zanemariti i nalaze koji ukazuju na dugoročne prednosti sredstava koja se pribavljaju po povlašćenim kamatnim stopama u odnosu na sredstva koja se dobijaju bespovratno (Vukmirović, 2005). Ovde se ne sme zaboraviti i činjenica da je lokalno stanovništvo sa aspekta statističke analize značajno većom ocenom ocenilo faktor selektivnih finansijskih olakšica (u okviru grupe finansijskih faktora) u odnosu na preduzetnike i donosiocima odluka na lokalnom nivou, dok se faktor koji se tiče lokalnih garantnih fondova nalazi na poslednjem mestu po značajnosti (za sve grupe ispitanika), iako on predstavlja dobar instrument kako za dobijanje finansijskih sredstava, tako i za evaluaciju same preduzetničke ideje pre procesa konkurisanja i implementacije. Ako u vezu dovedemo i rodnu (ne)ravnopravnost i podatak da je samo 20% žena u ulozi vlasnica preduzeća, jedan od glavnih uzroka otežanog započinjanja preduzetničkog poduhvata leži i u činjenici kod žena dolazi do izostajanja vlasništva nad imovinom, odnosno, žene su samo u 30% slučajeva i nosioci vlasništva nad nekretninama (Kolin & Čičkarić, 2010), što u mnogome otežava obezbeđivanje sredstava za započinjanje preduzetničkih aktivnosti.



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Ako posmatramo privredne i finansijske performanse opštine Loznica, Mali Zvornik i Ljubovija, lako možemo videti zbog čega se ispitanicima finansijska podrška čini primarnom. Loznica i Ljubovija spadaju u III grupu razvijenosti (ostvaruju od 60-80% republičkog proseka), dok Mali Zvornik pripada donjoj polovini IV grupe, odnosno devastiranim opštinama. U tabeli 89 vidimo da je prosečna neto zarada u posmatranim opštinama ispod republičkog proseka. Upoređujući prosečnu zaradu i vrednost prosečne potrošačke korpe (Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije, 2016) možemo steći okvirnu sliku o (ne)sposobnosti lokalnog stanovništva u posmatranim opštinama da deo finansijskih sredstava iz redovnog zaposlenja usmeravaju ka investicijama.

**Tabela 89. Odnos prosečne zarade i prosečne potrošačke korpe, adaptirano prema (Agencija za privredne registre, 2016).**

<b>Prosečna neto zarada (u RSD)</b>	<b>2012.</b>	<b>2013.</b>	<b>2014.</b>	<b>2015.</b>
<b>Republika Srbija</b>	41.377	43.932	44.530	44.432
<b>Loznica</b>	31.505	32.216	33.207	32.663
<b>Ljubovija</b>	35.088	41.738	37.949	37.809
<b>Mali Zvornik</b>	31.939	34.877	35.982	36.375
<b>Prosečna potrošačka korpa u Republici Srbiji</b>	59.593,67	64.895,88	66.013,29	66.903,21

Još veći problem nalazimo u odnosu zaposlenog i nezaposlenog stanovništva, kao i zaposlenog stanovništva u odnosu na ukupno stanovništvo (tabela 90).

U opštini Mali Zvornik je najekstremniji slučaj, gde na jednog zaposlenog dolaze 1,3 nezaposlene osobe i 4,5 izdržavanih lica i penzionera. Zato, ako posmatramo sa aspekta siromašnog lokalnog stanovništva, svi prihodi koji se ostvare kroz redovno zaposlenje

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

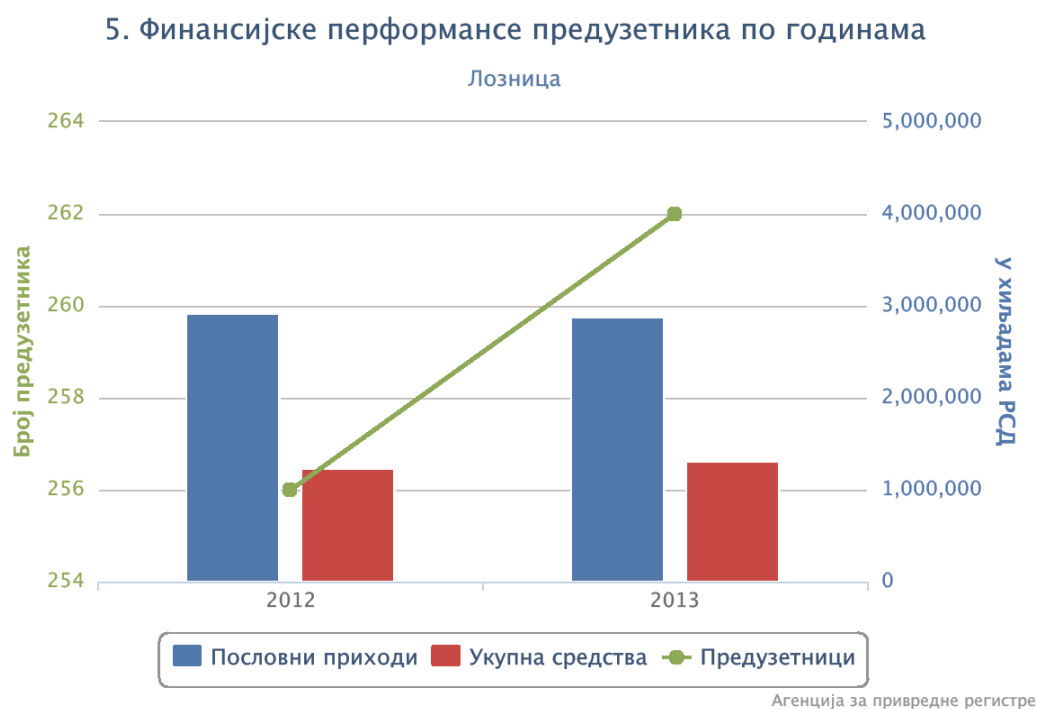
troše se prevashodno na zadovoljavanje osnovnih egzistencijalnih potreba porodice, dok za ulaganja i investicije ne ostaje gotovo ništa.

**Tabela 90. Odnos zaposleni i nezaposlenih stanovnika (Agencija za privredne registre, 2016)**

Broj zaposlenih/ broj nezaposlenih	2012	2013	2014	2015	Procena broja stanovnika u 2014.
<b>Loznica</b>	14.843/ 11.735	15.064/ 12.055	14.825/ 11.832	15.595/ 11.936	77.543
<b>Ljubovija</b>	2.621/ 2.133	2.515/ 2.237	2.572/ 2.156	2.993/ 2.133	13.753
<b>Mali Zvornik</b>	1.682/ 2.390	1.694/ 2.362	1.693/ 2.429	1.754/ 2.227	12.005

Ako analiziramo dostupne podatke *Agencije za privredne registre Republike Srbije* koji se odnose na finansijske performanse (poslovne prihode, ukupna sredstva i broj preduzetnika) preduzetnika opštine Loznica (slika 21) koji se nalaze u sistemu poreza na dodatnu vrednost (PDV), videćemo da prva dva indikatora (poslovni prihodi i ukupna sredstva) stagniraju posmatrano na nivou opština, dok broj preduzetnika blago raste. Ovo nas navodi na zaključak da prosečna vrednost poslovnih prihoda i prosečna ukupna sredstva po preduzetniku opadaju, što svakako nije znak razvoja preduzetništva. Za opštine Ljubovija i Mali Zvornik dostupan je isti tip podataka, ali kako je broj preduzetnika koji su u sistemu PDV-a svega osam (Ljubovija) odnosno četiri (Mali Zvornik), analiza kretanja ovih pokazatelja nije opravdana.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama



**Slika 21. Finansijske performanse preduzetnika za opštinu Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016).**

Interesantno je i analizirati ukupne finansijske podsticaje za posmatrane opštine u periodu od 2012.-2015. godine. Očita je tendencija pada ukupnih ulaganja u posmatrane opštine. U 2015. godini skoro i da nije bilo finansijskih posticaja, pogotovo za opštinu Mali Zvornik. Opština Loznica (slika 22) 2012. i 2013. godine dobija okvirno isti iznos koje se kreće nešto iznad 300 miliona dinara. 2014. godine podsticaji padaju na nešto iznad 200 miliona, dok je u 2015. godini opština Loznica dobila ispod 100 miliona dinara na ime podsticaja.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

### 13.2 Укупни подстицаји регионалног развоја према нивоу територијалног усмеравања



Slika 22. Ukupni podsticaju regionalog razvoja za opštinu Loznica (Agencija za privredne registre, 2016).

Opština Ljubovija u toku 2012. i 2013. godine ostvaruje nešto više od 150 miliona dinara, dok se 2014. godina suma uvećava na skoro 200 miliona. Međutim, 2015. godine sledi drastično smanjenje na oko 25 miliona dinara (slika 23).

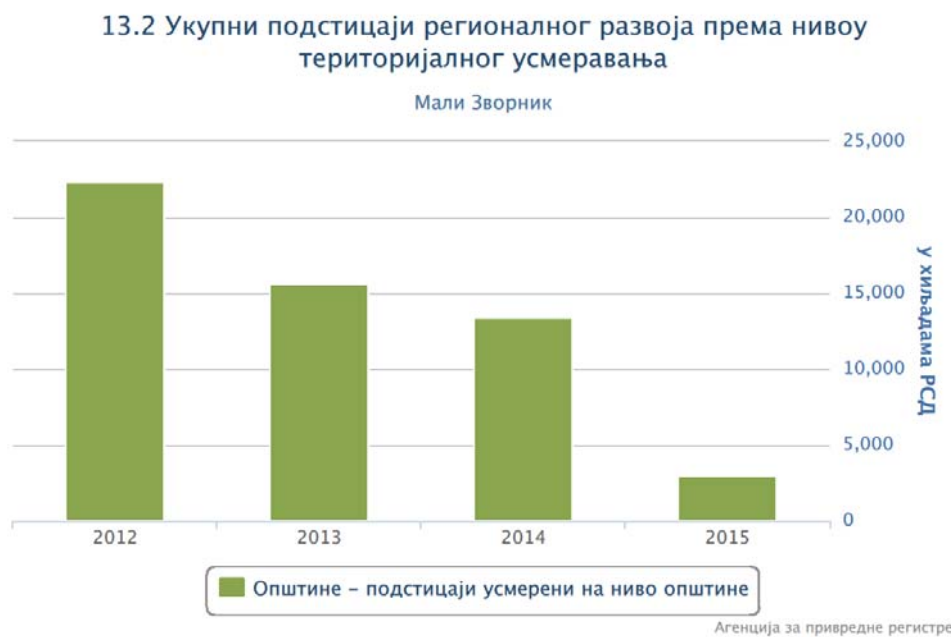
### 13.2 Укупни подстицаји регионалног развоја према нивоу територијалног усмеравања



Slika 23. Ukupni podsticaju regionalog razvoja za opštinu Ljubovija (Agencija za privredne registre, 2016).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Opština Mali Zvornik je na ime podsticaja ostvarila najmanje novčanih sredstava sa tendencijom opadanja ukupne sume iz godine u godinu (slika 24). Od 2012. kada su podsticaj iznosili negde oko 20 miliona dinara, do svega oko 3 miliona za 2015. godinu po podacima *Agencije za privredne registre* od 3. aprila 2016.



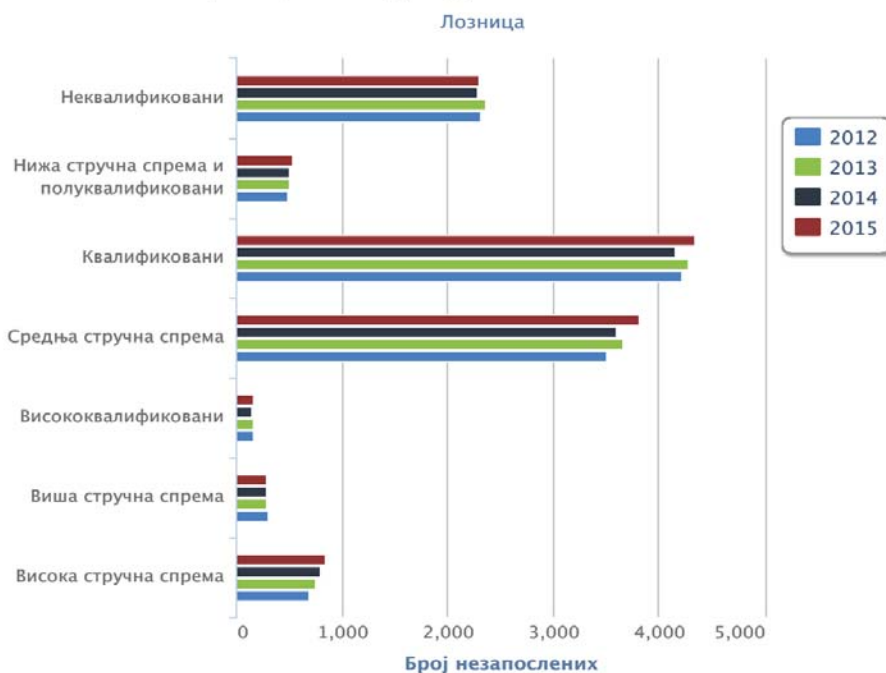
Slika 24. Ukupni podsticaju regionalog razvoja za opštinu Ljubovija (Agencija za privredne registre, 2016).

### 5.2. Grupa faktora vezanih za edukaciju

Prvi faktor iz oblasti **edukacije** nalazi se tek na 7. mestu (od 40 mesta) po važnosti posmatranih faktora, dok se edukacija (kao grupa faktora) nalazi na drugom mestu po važnosti za sve ispitanike. Važno je imati u vidu da je neformalno obrazovanje mnogo značajnije lokalnom stanovništvu u odnosu na donosiocce odluka i preduzetnike u turizmu. Sa ovim rezultatom je kompatibilan i rezultat da ispitanici sa nižim nivoima obrazovanja (ispitanici koji imaju završenu samo osnovnu ili srednju školu) statistički značajno više vrednuju faktore koji se odnose na neformalno obrazovanje. Ovo se u potpunosti slaže sa činjenicom da naveći broj nezaposlenih u posmatranim opštinama predstavljaju osobe sa obrazovanjem do IV stepena stručne spreme (slike 25, 26, 27), te da ta kategorija stanovništva predstavlja primarnu ciljnu grupu ka kojoj trebaju biti usmereni programi neformalnog obrazovanja.

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

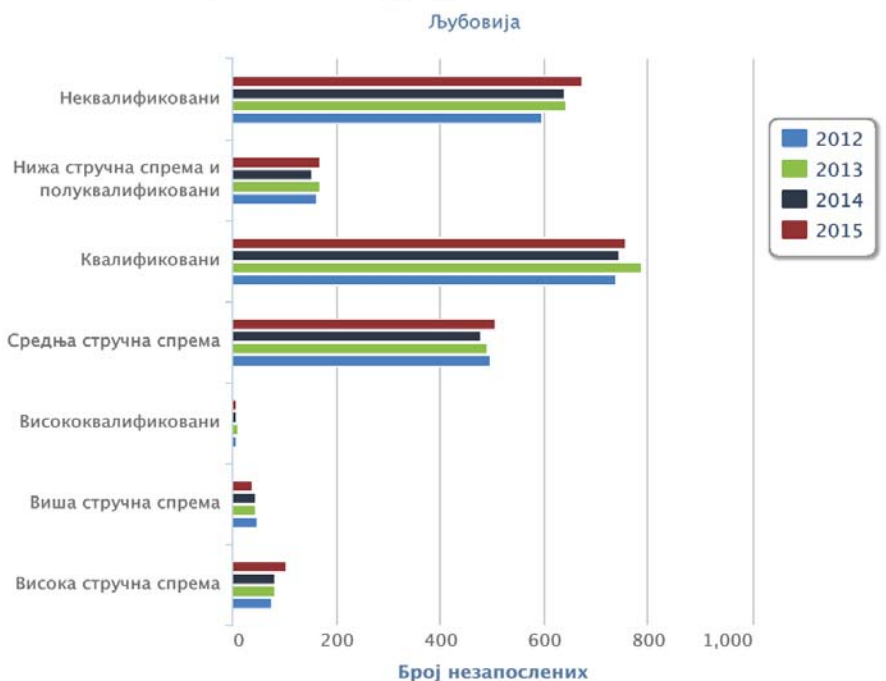
## 1. Квалификациона структура незапосленог становништва



Агенција за привредне регистре

Slika 25. Kvalifikaciona struktura nezaposlenog stanovništva u opštini Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016).

## 1. Квалификациона структура незапосленог становништва

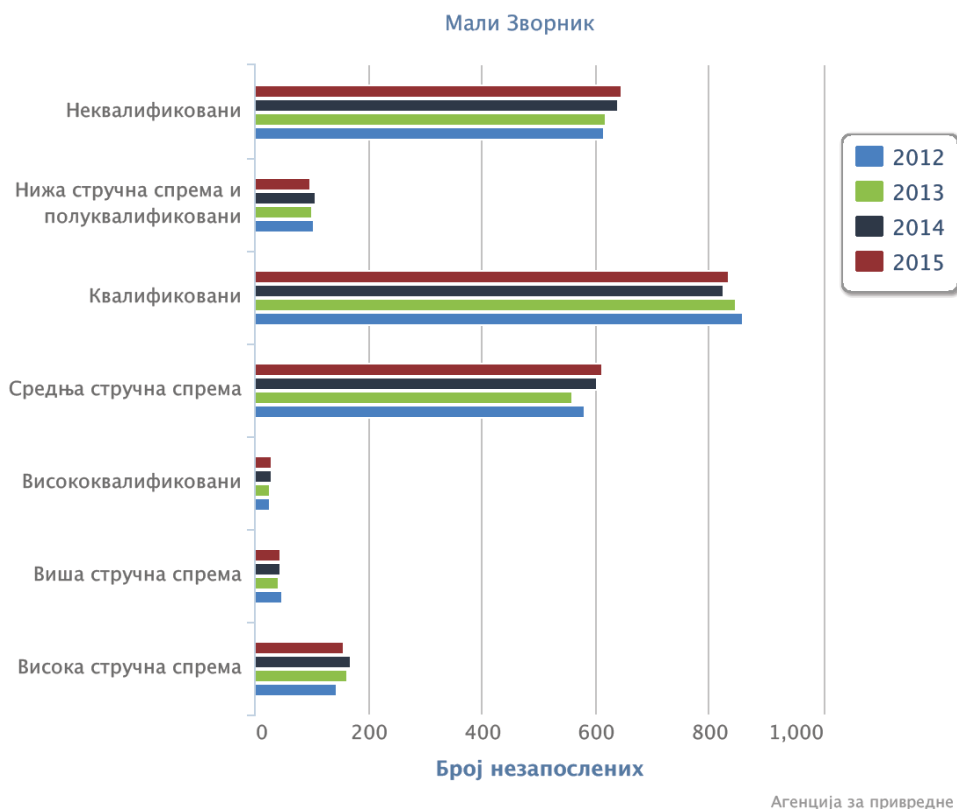


Агенција за привредне регистре

Slika 26. Kvalifikaciona struktura nezaposlenog stanovništva u opštini Ljubovija, (Agencija za privredne registre, 2016).

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## 1. Квалификациона структура незапосленог становништва



**Slika 27. Kvalifikaciona struktura nezaposlenog stanovništva u opštini Mali Zvornik, (Agencija za privredne registre, 2016).**

Lokalno stanovništvo značajnije niže ocenjuje faktor *sticanje poslovnog iskustva kroz praksu i volontiranje* u odnosu na donosiocе odluka na lokalnom nivou i preduzetnike. Ovaj rezultat se može objasniti činjenicom da lokalno stanovništvo nije bilo u prilici da se sretne sa realnim tržišnim poslovanjem, zahtevima i tokovima tržišta, pa samim tim ne može ni biti svesno značaja i važnosti ovog faktora. Ako posmatramo žene kao posebno osetljivu grupu stanovništva u ruralnim sredinama, zaključujemo da se zaposlenost žena u Srbiji povećava se sa stepenom školske spreme. Niže i srednje obrazovanje žena uslovljava nisku stopu zaposlenosti, dok su više i visoko obrazovane žene u većem procentu zaposlene u odnosu na muškarace (Kolin & Čičkarić, 2010). Imajući u vidu da se nivo obrazovanja nalazi u direktnoj korelaciji sa rizikom od siromaštva (Mijatović, 2015), edukacija u svim raspoloživim oblicima predstavlja značajno sredstvo razvoja lokalnih zajednica. Pri tome treba imati u vidu da formalno obrazovanje predstavlja dugoročno investiciono ulaganje koje se treba kombinovati sa različitim vidovima neformalne edukacije koja može dati brža instant rešenja problema

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

za usko ciljno određene grupe. Formalno obrazovanje u posmatranim opštinama ima sledeću pokrivanost i strukturu (Komisija za akreditaciju i proveru kvaliteta, 2016; www.edukacija.rs, 2016):

**Tabela 91. Struktura formalnog obrazovanja u posmatranim opštinama, adaptirano prema (Komisija za akreditaciju i proveru kvaliteta, 2016; www.edukacija.rs, 2016)**

	Osnovne škole	Srednje škole	Visoke škole i fakulteti (odeljenja van sedišta fakulteta)
<b>Loznica</b>	<p>-<i>Anta Bogićević</i>, Loznica</p> <p>-<i>Jovan Cvijić</i>, Loznica, sa izdvojenim odeljenjem u Voćnjaku</p> <p>-<i>Kadinjača</i>, Loznica</p> <p>-<i>Vuk Karadžić</i>, Loznica, sa izdvojenim odeljenjima u Zajači, Paskovcu i Gornjoj Borini</p> <p>-<i>14. oktobar</i>, Draginac, sa izdvojenim odeljenjima u Cikotama, Jarebici, Velikom Selu i Stupnici.</p> <p>-<i>Dositej Obradović</i>, Klupci, sa sa izdvojenim odeljenjem u Runjanima.</p> <p>-<i>Mika Mitrović</i>, Brezjak, sa izdvojenim odeljenjima u mestima Donje Nedeljice i Korenita.</p> <p>-<i>Petar Tasić</i>, Lešnica, sa izdvojenim</p>	<p>-Srednja škola <i>Sveti Sava</i> (hemija, nemetali i grafičarstvo, zdravstvo i socijalna zaštita i delatnost ličnih usluga – frizer)</p> <p>-Tehnička škola</p> <p>-Gimnazija <i>Vuk Karadžić</i></p> <p>-Srednja ekonomska škola</p>	<p>-Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo (poslovna ekonomija i preduzetništvo)</p> <p>-Fakultet tehničkih nauka (softversko inženjerstvo i informacione tehnologije)</p>



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<p>odeljenjima u Čokešini, Donjem Dobriću, Straia i Novom Selu</p> <p><i>-Stepa Stepanović Tekeriš, Tekeriš</i></p> <p><i>-Sveti Sava, Lipnički Šor, sa zdvojenim odeljenjima u mestu Kozjak i Jelav</i></p> <p><i>-Vera Blagojević, Banja Koviljača, sa izdvojenim odeljenjima u Trbušnici i Koviljači</i></p> <p><i>-Vuk Karadžić, Lipnica</i></p> <p><i>-Vukova spomen škola, Tršić</i></p> <p><i>-Kralj Aleksandar I Karađorđević, Jadranska Lešnica, sa izdvojenim odeljenjima u Joševi, Gornjem Dobriću i Milini</i></p>		
<b>Ljubovija</b>	<p><i>-Petar Vragolić, sa pet izdvojenih odeljenja (Uzovnica, Vrhpolje, Donja Ljuboviđa, Donja Orovnica, Gornja Trešnjica)</i></p>	<p><i>-Srednja škola Vuk Karadžić (Gimnazija, Trgovina, ugostiteljstvo i turizam i Ekonomija, pravo i administracija)</i></p>	-nema
<b>Mali Zvornik</b>	<p><i>-Branko Radičević, Mali Zvornik</i></p> <p><i>-Braća Ribar u Borini sa izdvojenim odeljenjem u Brasini</i></p> <p><i>-Miloš Gajić u Amajiću sa izdvojenim odeljenjima u Donjoj Trešnjici i Culinama</i></p> <p><i>-Nikola Tesla u Velikoj</i></p>	<p><i>-Srednja škola– Mali Zvornik (Gimnazija, Ekonomija, pravo i administracija, delatnost ličnih usluga – frizer)</i></p>	-nema

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	Reći sa izdvojenim odeljenjem u Voljevcima  -Osnovna škola <i>Stevan Filipović</i> , Radalj, sa izdvojenim odeljenjem u Malom Radlju		
--	--	--	--

Analiza institucija formalnog obrazovanja pokazuje znatnu pokrivenost osnovnog i srednjeg obrazovanja, dok u segmentu visokog obrazovanja ne postoji veliki izbor. Najbliži visokoškolski centri su Beograd i Novi Sad, ali odlazak na studije izvan posmatranih opština uzrokuje visoke dodatne troškove koje u velikom broju slučajeva ruralna domaćinstva u posmatranim opštinama teško mogu podneti.

Dosadašnja istraživanja su identifikovala tri vrste preduzetničkog obrazovanja: razumevanje preduzetništva kao akademske discipline, zatim učenje u cilju delovanja na preduzetnički način i učenje da bi se postao preduzetnik (Farashah, 2013). Sve tri vrste obrazovanja su podjednako bitne, ali imaju različite ciljeve, instrumente i metode i vremensku određenost.

Takođe se mora naglasiti da je primarna grupa korisnika edukacije lokalno stanovništvo koje je poželjno uključiti u preduzetničke tokove u oblasti turizma, ali specifična ciljna grupa kojoj je neophodna dodatna edukacija su i nosioci lokalne vlasti koji često nemaju dovoljno znanja i iskustva iz oblasti koje se nalaze u njihovom resoru delovanja, što se negativno odražava na razvoj preduzetništva i lokalni razvoj i što su i sami preduzetnici u turizmu i naveli kao veliki problem.

Dosadašnja istraživanja u Republici Srbiji prepoznaju edukaciju kao jedan od primarnih faktora razvoja ruralnih sredina i preduzetništva u funkciji započinjanja komplementarnih aktivnosti u ruralnim sredinama (Bogdanov, 2011), pre svega u aktivnostima ruralnog turizma (Bošković, Andrić, & Tomić, 2011). Edukacija primarno treba pokriti oblasti menadžmenta, marketinga i savremenih komunikacija (Ristić, 2013), kao i finansijskog menadžmenta i menadžemnta i biznisa u turizmu. Jedan od zaključaka do sada sprovedenih istraživanja jeste da osnovnu prepreku u obučavanju i

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

edukaciji u turizmu predstavlja nedostatak vremena i motivacije od strane lokalnog stanovništva, pa su preporuke da se edukacije realizuju u skladu sa načinom života ruralnog stanovništva (Bošković, Andrić, & Tomić, 2011), odnosno da edukacije budu u periodu kada nema intenzivnih poljoprivrednih radova. Ovde se mora napomenuti i činjenica da su preduzetnici na našim prostorima često „prezasićeni“ za njih nekorisnim edukacijama koje se fokusiraju na naučne i teorijske postavke, a ne na pružanje konkretnih instrumenata, alata i veština koje će (potencijalnim) preduzetnicima zaista olakšati svakodnevno poslovanje. Zbog toga je bitno staviti fokus ne na kvantitet, već na kvalitet realizovanih edukacija, odnosno na stvarne potrebe ciljne grupe kojoj je edukacija i namenjena. Korak napred bi predstavljalo i permanentno održavanje kontakta između predavača/mentora/edukatora i polaznika edukacije (lokalnog stanovništva), koje bi na taj način imalo konsalting podršku i šansu za učenje i napredovanje putem mentorskog rada u određenom vremenskom periodu.

### **5.3. Grupa faktora vezanih za partnerstvo**

**Partnerstvo** u različitim oblicima i na različitim nivoima predstavlja faktor koji se u teorijskim razmatranjima razvoja preduzetništva visoko vrednuje. Upravljanje lokalnim resursima podrazumeva međusektorska partnerstava svih subjekata u lancu vrednosti turističkog proizvoda destinacije (Jegdić, Cvijanović, & Sajfert, 2010), odnosno posmatranih opština. Razvoj ruralnog turizma podrazumeva ruralnu integraciju, participaciju i jačanje lokalne zajednice kroz multipartnerstva različitih subjekata okrenutih ruralnom razvoju i veću participaciju lokalnog stanovništva u svim fazama kreiranja i realizacije strategije integralnog ruralnog razvoja (Malešević, 2004). Međutim, rezultati istraživanja pokazuju da lokalno stanovništvo ne prepoznaje partnerstvo kao ključan faktor. Tek se na 11. mestu nalazi najbolje rangirani faktor iz grupe faktora koji reprezentuju partnerstvo, dok se sama grupa faktora *partnerstvo* nalazi na kraju rang liste (od partnerstva su jedino manje bitni *stavovi lokalne zajednice*). Slični rezultati su dobijeni i 2011. godine u istraživanju *Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija* gde je utvrđeno da je partnerstvo nerazvijeno i da se ostvaruje veoma spor napredak u oblasti uspostavljanja proizvođačkih grupa i asocijacija (Bogdanov, 2011).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Interesantno je napomenuti da ispitanici pod partnerstvom u najvećoj meri podrazumevaju osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera, te da je ovaj faktor bitniji donosiocima odluka i preduzetnicima, dok ga lokalno stanovništvo vrednuje niskim ocenama, što je i za očekivati, jer lokalno stanovništvo ne nastupa u ulozu aktivnih tržišnih subjekata. Interesantno je napomenuti i da preduzetnici u turizmu niže rangiraju faktor *dostupnosti informacija od udruženja, zadruga i komora* u odnosu na druge dve grupe ispitanika. Razlog ovome leži možda upravo u činjenici da u Republici Srbiji proizvođačke grupe i asocijacije nisu adekvatno zaživele, pa preduzetnici i ne prepoznaju njihov moguć realni potencijal.

Posmatrano iz perspektive lokalnih preduzetnika, najbitniji su faktori koji se tiču partnerstva u obliku *zajedničkih nastupa na tržištu*. Prednost ovom faktoru daju i ispitanici sa višim nivoom obrazovanja. Dok muškarci više vrednuju faktore koji se odnose na saradnju sa dobavljačima i kupcima, žene smatraju da je značajnija saradnja sa državnim institucijama i javno-privatna partnerstva. Ovu razliku možda treba tražiti u činjenici koja se zasniva na nasleđenim stereotipima po kojima žene nisu u poziciji da se bave poslovima tehničke struke, već se više nego muškarci usmeravaju na društvene nauke (Kolin & Čičkarić, 2010), a pa su u skladu sa tim više zastupljene u državnoj administraciji i mogu lakše uočiti nužnost saradnje privatnog i državnog sektora. Ovome u prilog ide i podatak da su žene iznad proseka zastupljene u administraciji opštine Loznica (RTS, 2011).

Na lokalnom i državnom nivou saradnja se pokušala uspostaviti kroz više različitih projekata. Jedan od problema koji je identifikovan na teritoriji čitave Republike Srbije jeste da ne postoje uslovi za stvaranje partnerskih odnosa centralnih i lokalnih vlasti (Maksimović, 2011). Projekti iz oblasti turizma i privrede do danas nisu dali značajnije rezultate.

Još 2007. godine potpisan je *Protokol o saradnji* u cilju u cilju dugoročnog međusobnog povezivanja i predstavljanja objedinjene turističke ponude. Potpisnice su bile turističke organizacije opština Loznica, Šabac, Krupanj, Ljubovija, Mali Zvornik i Osečina (www.ekapija.com, 2007). Na žalost, većih pozitivnih efekata ovog protokola nije bilo.

2011. godine se potpisuje *Memorandum o međuopštinskom partnerstvu* opština Mali Zvornik, Ljubovija, Krupanj, Osečina i Loznica na pripremi projekta *Istražite blago*

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

*Podrinja*. Ideja ovog projekta jeste bila identifikacija i valorizacija postojećeg stanja u oblasti turizma i na osnovu dobijenih rezultata trebao se napraviti nacrt daljih aktivnosti u funkciji unapređenja turizma u regiji Podrinja. Na žalost, i ovaj projekat nije još uvek realizovan usled problema finansiranja i drugih organizacionih problema.

2012. godine startovao je međudržavni projekat *Podrinje* čiji su nosioci bili *Ministarstvo za ekonomske odnose i regionalnu saradnju* Republike Srpske i *Ministarstvo privrede* Republike Srbije, a učesnici 15 opština iz Republike Srpske i 16 opština iz Republike Srbije, uključujući i opštine Loznica, Mali Zvornik i Ljubovija, kao i pet privrednih komora iz obe zemlje. Osnovni cilj projekta je bilo preduzimanje zajedničkih aktivnosti za unapređenje privrednog i društvenog života u Podrinju, pre svega u oblasti poljoprivrede, prirodnih resursa, proizvodno-prerađivačke delatnosti i turizma, kroz uspostavljanje i razvijanje saradnje i partnerstva na lokalnom, regionalnom i međudržavnom nivou. Realizacija ovog programa treba početi u toku 2016. godine (Tanjug, 2015).

Na međuopštinskom nivou, u oblasti zaštite životne sredine uspostavljena je 2014. godine saradnja na projektu *Dijalog za prevenciju prirodnog hazarda*. Ovaj projekat se realizuje na području opština Mali Zvornik i Ljubovija. Projekat sprovodi Unija ekologa *Uneco* iz Beograda u saradnji sa Udruženjem građana *Eko Drina* iz Malog Zvornika i Omladinsko-ekološkim udruženjem *Naša Ljubovija* iz Ljubovije preko *SENSE* programa podrške organizacijama civilnog društva u oblasti životne sredine u Srbiji, koji realizuje *Regionalni centar za životnu sredinu* (REC). Program finansira *Švedska agencija za međunarodni razvojni saradnju* (SIDA).

Na teritoriji opštine Loznica funkcionišu dva udruženja preduzetnika (*Opšte udruženje preduzetnika Loznica* i *SMELO- Udruženje preduzetnika malih i srednjih preduzeća Loznica*). Na teritoriji Malog Zvornika postoji jedno udruženje (*Opšte udruženje preduzetnika Mali Zvornik*), kao i na teritoriji Ljubovije (*Udruženje preduzetnika Ljubovija*). Pored ovih udruženja, postoji i određeni broj udruženja iz oblasti turizma i komplementarnih delatnosti poput *Udruženja preduzetnika seoskog turizma Azbukovice- Ljubovija*, *Donja Bukovica*, zatim *Udruženja poslovnih žena Kreativna vizija- Loznica*, *Udruženja žena Nezaborav- Mali Zvornik* ili *Udruženja Vila- Ljubovija*.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Mreža partnerstava na osnovu iskustva ruralno razvijenih zemalja treba da se sastoji od širokog segmenta svih zainteresovanih stejkholdera koji mogu biti institucionalno ili vaninstitucionalno organizovani na sva tri nivoa (lokalni, regionalni i nacionalni nivo) (Malešević, 2004). Ovde se ne sme zaboraviti ni lokalno stanovništvo i značaj njihove participacije u procesu donošenja odluka i realizaciji aktivnosti, jer upravo njihova uloga često predstavlja presudan faktor u (ne)uspešnom lokalnom razvoju. Međutim, iniciranje aktivnog učešća lokalnog stanovništva često predstavlja problem, jer lokalne zajednice uglavnom imaju tradicionalno pasivno-posmatračko-kritičarsku ulogu. Aktiviranje lokalnog stanovništva zahteva trud, upornost i energiju, ali je njihovo aktiviranje neophodno ukoliko želimo uspešan lokalni razvoj u svim segmentima.

Možda bi jedno od rešenja za podizanje kvaliteta partnerstava, mreža i saradnje u ruralnim zajednicama bilo i uvođenje tzv. ruralnih animatora čiji su osnovni zadaci (Mreža za ruralni razvoj u Bosni i Hercegovini, 2016):

- Izgradnja i održavanje uzajamnog poverenja u zajednici;
- Podržavanje stvaranja razvojnih planova ruralnih zajednica;
- Liderstvo u realizaciji razvojnih planova ruralnih zajednica u saradnji sa stanovništvom;
- Preduzimanje koordinacije u ispunjavanju funkcije posrednika između različitih zainteresovanih strana u ruralnim zajednicama;
- Uspostavljanje veze između donosilaca odluka u lokalnim zajednicama i stanovništva u ruralnim zajednicama.

### **5.4. Grupa faktora vezanih za osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje**

Za početak preduzetničkog poslovanja obrazovanje, iskustvo i veština (budućeg) preduzetnika predstavljaju jedan od najbitnijih resursa (Bobera, Marić, & Leković, 2015), kao i sklonost ka riziku, samopouzdanje i želja za dokazivanjem (Dinis, Paco, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013). Zbog toga ne čudi što ispitanici generalno visoko vrednuju lične osobine preduzetnika koje podrazumevaju upornost, usmerenost ka cilju i spremnost na težak rad. Ove osobine se po oceni ispitanika nalaze na drugom mestu po značajnosti i njihovom uticaju na razvoj preduzetništva. Interesantno je napomenuti da

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

ispitanici koje se bave preduzetništvom u turizmu ovom faktoru dodeljuju veću vrednost od ostalih ispitanika. Takođe, muškarcima je ovaj faktor bitniji nego ženama. Samopouzdanje, optimističnost i hrabrost su osobine koje utiču na uspeh preduzetnika (Lajović, 2004). Ako osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje (u smislu porodice i bliskih prijatelja) posmatramo kao **grupu** faktora, ispitanici su uticaj ove grupe ocenili kao umeren (grupa se nalazi na sredini lestvice rangiranja). Takođe, korelacija između faktora *podrška porodice i prijatelja* i grupe faktora *osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje*, ukazuje da ispitanici ovu grupu faktora primarno posmatraju kroz podršku porodice i prijatelja (budućem) preduzetniku.

Preduzetnici u turizmu i lokalno stanovništvo veći značaj pripisuju faktoru koji se tiče podrške porodice i prijatelja prilikom započinjanja i vođenja preduzetničkih aktivnosti. Značaj ovog faktora potvrđuju i druga istraživanja (Ožegović, 2006). Takođe, ispitanici sa nižim nivoima obrazovanja statistički značajno više vrednuju faktor podrške porodice i prijatelja. Ovo se možda može objasniti činjenicom da niže obrazovanje uslovljava i manju sigurnost i veću potrebu oslanjanja na ljude iz okruženja u svakodnevnom preduzetničkim aktivnostima i procesima odlučivanja. Ova činjenica se može povezati i sa istraživanjem koje je analiziralo unutrašnje motive za započinjanje preduzetništva, pa osobe koji su postali preduzetnici iz „nužde“ (primorani da se samozaposle) najčešće imaju slabije poslovne rezultate i raspolažu manjim ljudskim i finansijskim kapitalom. Ovi preduzetnici su u proseku stariji, manje obrazovani, sa nedostatkom poslovnih veština, kao i slabijim prepoznavanjem poslovnih mogućnosti u budućnosti (Bobera, Marić, & Leković, 2015), ali sa jakom potrebom da obezbede sebi i svojoj porodici egzistencijalne uslove, ali i potrebom da se oslone na ljude iz svog najbližeg okruženja.

Postojanje **porodičnog biznisa** značajniji je faktor za muškarce nego za žene. Interesantno je da su gotovo svi ispitanici muškog pola (uspešni preduzetnici) koji su pristali da putem intervjua učestvuju u ovom istraživanju vlasnici porodičnog biznisa. Jedan od razloga zbog čega je za žene podrška porodice i prijatelja manje uticajna može da leži i u činjenici da, tradicionalno, ženama izostaje podrška u krugu kuće i porodice i da se žene suočavaju sa problemom održavanja ravnoteže između posla i tradicionalne uloge u privatnom životu (Kolin & Čičkarić, 2010). Za žene, ulazak u preduzetništvo pored poslovnog rizika često nosi i rizik urušavanja porodičnih odnosa, pa u tom svetlu

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

možda možemo tumačiti i činjenicu da je za žene bitniji faktor spremnost prihvatanja rizika, kao i predhodno radno iskustvo. Rezultati jednog ranijeg istraživanja potkrepljuju činjenicu da je za žene veoma značajno predhodno radno iskustvo. Po tim rezultatima, čak 80% preduzetnica ima predhodno radno iskustvo iz oblasti u kojoj su započele preduzetničku aktivnost (Avlijaš, Babović, Vladislavljević, & Popović-Pantić, 2012). Važnost faktora porodičnog biznisa možemo posmatrati i sa aspekta stvaranja modela budućeg ponašanja kod mlađih generacija u okviru porodice. Dosadašnja istraživanja pokazuju da roditelji ili druge bliske osobe iz okruženja koji su preduzetnici, značajno utiču na razvoj preduzetničkih osobina kod dece i povećavaju šanse da i deca u budućnosti budu preduzetnici (Rakićević, J., & Ljamić-Ivanović, 2015). Ovo potvrđuju i dobijeni rezultati koji pokazuju da su ispitanici koji imaju preduzetničko iskustvo statistički značajno više ocenili uticaj osobina preduzetnika i internog okruženja na razvoj preduzetništva u odnosu na grupu ispitanika bez preduzetničkog iskustva.

### **5.5. Grupa faktora vezanih za državnu politiku, upravu i procedure**

**Država** na svim svojim nivoima različitim instrumentima i merama treba da podstiče, ohrabruje i olakšava lokalni razvoj uopšte, a pogotovo lokalni razvoj siromašnih ruralnih zajednica. Lokalni razvoj može biti iniciran podsticanjem razvoja preduzetništva, naročito u formi mikro, malih i porodičnih organizacija. Čest problem ruralnih zajednica je hronični nedostatak kapitala, tehnologije, znanja i finansijskih sredstava usmerenih ka investicijama, te uspešan razvoj preduzetništva u prvom momentu može izgledati kao nemoguć. Međutim, finansijski siromašne ruralne zajednice u mnogim slučajevima raspolažu sa bogatim prirodnim i antropogenim turističkim resursima koji se uz dobru strategiju i plan mogu uz minimalna ulaganja aktivirati u funkciji preduzetništva u turizmu. Dobra razvojna strategija može pružiti održivi razvoj lokalne zajednice putem ostvarivanja materijalnih i nematerijalnih koristi za lokalno stanovništvo. Realizacija ovakvog scenarija zahteva adekvatan zakonski okvir, mere i instrumente koji će omogućiti lakše započinjanje preduzetničkih aktivnosti. Ovo podrazumeva proaktivan, usklađen i planski pristup državnih struktura na svim nivoima (državni, regionalni, okružni i opštinski/lokalni).



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Ranija istraživanja ukazuju na to da Republika Srbija u procesu tranzicije nije mnogo uradila na polju jačanja preduzetništva, a kako jedan od problema u razvoju preduzetništva navodi se nepostojanje zakonskih okvira čiji je zadatak jačanje uloge i autonomije lokalnih samouprava (Maksimović, 2011), kao jednog od najvažnijih aktera lokalnog razvoja. Lokalna administrativna struktura u Srbiji nema dovoljno razvijene ljudske i tehničke kapacitete kojima bi mogla da podnese teret odgovornosti za lokalni privredni razvoj (Bogdanov, 2011). Analizirajući dosadašnja istraživanja i izveštaje koji se tiču lokalnog razvoja, faktori koji se najčešće navode kao ključni su postupak i troškovi registrovanja firme, finansijski nameti u prvim godinama poslovanja, jasni imovinsko-pravni odnosi i sankcionisanje nelegalnog poslovanja u najširem smislu.

Mora se napomenuti da ovde nije navedeno postojanje i kvalitet strateških razvojnih dokumenata na državnom nivou. Bitan dokument u oblasti turizma jeste *Strategija razvoja turizma Republike Srbije*. Ovaj dokument umnogome uslovljava dalji razvoj i pravce razvoja turizma na regionalnom i lokalnom nivou. Razlog zbog čega se ovaj dokument ne navodi prilikom analize grupe faktora koja se tiče državnih politika, uprave i procedura verovatno leži u tome što *Strategija razvoja turizma Republike Srbije* predstavlja krovni dokument razvoja koji se donosi centralno-planski, na nivou države. Na njega se trebaju nadovezivati regionalne i opštinske/lokalne strategije i planovi razvoja turizma, čije donošenje zavisi od interesa regionalnih i lokalnih državnih institucija koje pokrivaju oblast turizma, te se (ne)postojanje planskih dokumenata sagledava kroz grupu faktora koji se tiču stavova i aktivnosti lokalne zajednice.

Prema mišljenju ispitanika, iz ove grupe faktora najznačajni faktor jeste faktor koji se odnosi na manje namete i niže takse u prvim godinama poslovanja i ovaj faktor zauzima šesto mesto po redu od ukupno 40 mesta. Interesantno je da se faktor koji se tiče jasnih imovinsko-pravnih odnosa nalazi na začelju liste, odnosno na 36. mestu. Kao grupa faktora, državna politika, uprava i procedure se nalaze na šestom mestu po redu od ukupno osam na listi značajnosti grupa faktora. Interesantno je da lokalno stanovništvo veći značaj pridaje faktoru koji se odnosi na brzo, lako i jeftino registrovanje firme u odnosu na značaj koji su ovom faktoru dodelili preduzetnici u turizmu. Ovo se može tumačiti činjenicom da su preduzetnici već prošli kroz proceduru registrovanja firme i

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

da su se tokom poslovanja upoznali za većinom pravila, procedura i administrativnih prepreka, te da iz njihove perspektive čitav proces komunikacije sa administracijom i državnim institucijama više ne izgleda u tolikoj meri komplikovan, kao što se to čini onima koji tek trebaju da prođu kroz čitavu proceduru registracije firme. Sa aspekta započinjanja preduzetničkih aktivnosti, administracije lokalnih samouprava u Srbiji predstavljaju izuzetni ograničavajući faktor podsticanja lokalnog ekonomskog razvoja (Maksimović, 2011).

Podsticaji države koji se sprovode na najnižem opštinskom nivou mogu biti izrazito heterogeni, ali najveći broj mera ima za cilj da smanji troškove poslovanja u prvim, najkritičnim, godinama poslovanja. Podaci *Razvojne agencije Srbije* ([www.ras.gov.rs](http://www.ras.gov.rs), 2016) u sektoru *Baza opština* mogu poslužiti kao osnova za analizu podsticaja razvoja preduzetništva državnih struktura na lokalnom nivou (tabela 92). Međutim, za opštinu Mali Zvornik ne postoje podaci. Podaci za opštinu Mali Zvornik preuzeti su iz *Strategije razvoja opštine Mali Zvornik* (Opština Mali Zvornik, 2012), koja obuhvata period od 2012.-2017. godine. Podaci su dopunjeni i sa podacima iz *Strategije održivog lokalnog razvoja grada Loznice od 2012.-2021.* (Opština Loznica, 2012), kao i iz *Strategije lokalnog održivog razvoja opštine Ljubovija od 2013.- 2022.* (Opština Ljubovija, 2013.).

**Tabela 92. Faktori podsticaja državnih struktura na lokalnom nivou**

	<b>Stopa nezaposlenosti</b>	<b>Najzastupljenije privredne delatnosti</b>	<b>Lokalni podsticaji za ulaganje</b>
<b>Loznica</b>	42.89%	tekstilna industrija, industrija hrane i pića, poljoprivreda, industrija ambalaže, nameštaj i drvna industrija, metalurgija i obrada metala, građevinska industrija	-pravo na umanjenje iznosa zakupnine za 1.690 eura po svakom novozaposlenom radniku, s tim da visina zakupnine ne može biti manja od 1 eura po m <sup>2</sup> ;  -olakšice za uređenje građevinskog zemljišta koje daje lokalna uprava- 0,3% za svakog novozaposlenog radnika, a najviše do 60% od ukupne

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

			<p>cene;</p> <p>-grejs period u trajanju od 3 godine od dana izdavanja lokacijske, odnosno građevinske dozvole za plaćanje naknade za uređenje građevinskog zemljišta;</p> <p>-popust od 20% za gotovinsko jednokratno plaćanje;</p> <p>-razvoj industrijske zone Šepak;</p> <p>- <i>One Stop shop</i> šalter za pružanje informacija i usluga privrednicima;</p>
<b>Ljubovija</b>	36.75%	<p>industrija hrane i pića, poljoprivreda, metalurgija i obrada metala, poslovne usluge, nameštaj i drvna industrija</p>	<p>-smanjenje naknade za komunalno opremanje građevinskog zemljišta;</p> <p>-smanjenje visine poreza na imovinu;</p> <p>-smanjenje visine komunalne takse na isticanje firme;</p> <p>-nefinansijska podrška u vidu edukacije;</p>
<b>Mali Zvornik</b>	56.40%	<p>Prizvodnja električne energije, prerada kamena i drveta, poljoprivreda, trgovina, turizam</p>	<p>Širok spektar podrške u planu</p>

Ako želimo da analiziramo podsticajna sredstva po namenama, prevashodno podsticanje zapošljavanja i podsticanje razvoja turizma, možemo videti da podsticanje turizma iz državnih izvora nije bilo zastupljeno u većoj meri (ukoliko se eventualno i pojavilo uvršteno je u zbirnu kategoriju *druge namene*), podsticanje zapošljavanja je umereno

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

zastupljeno u posmatranim opštinama sa tendencijom pada ukupnih opredeljenih sredstava iz godine u godinu (tabele 93, 94, 95).

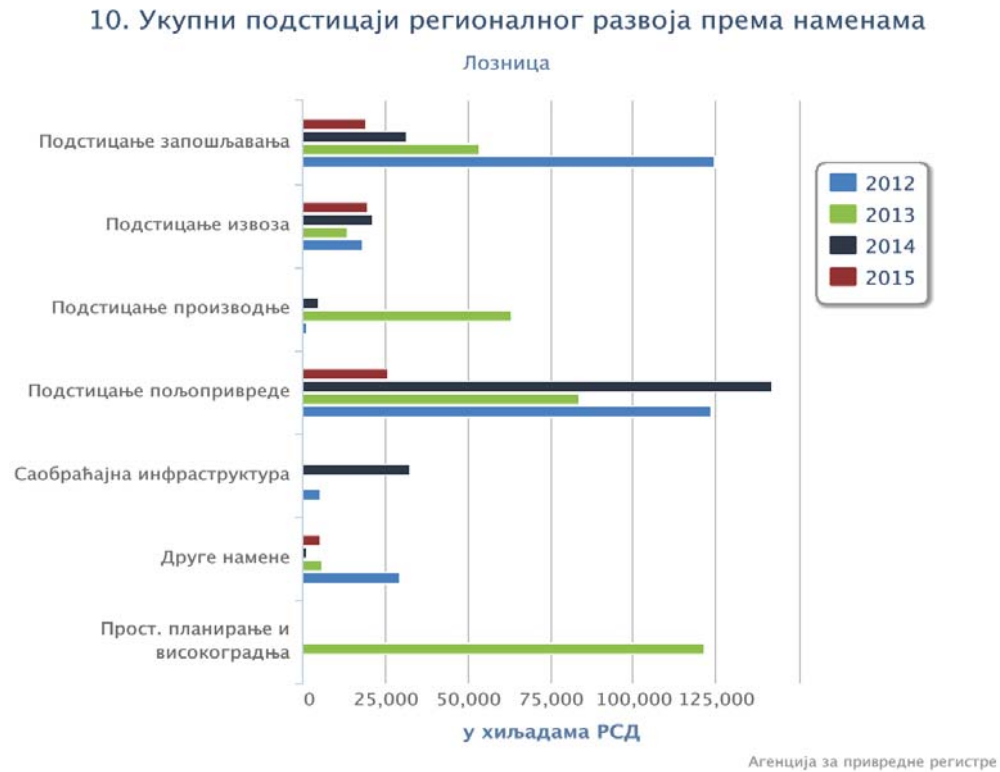


Tabela 93. Ukupni podsticaji prema namenama za opštinu Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

### 10. Укупни подстицаји регионалног развоја према наменама

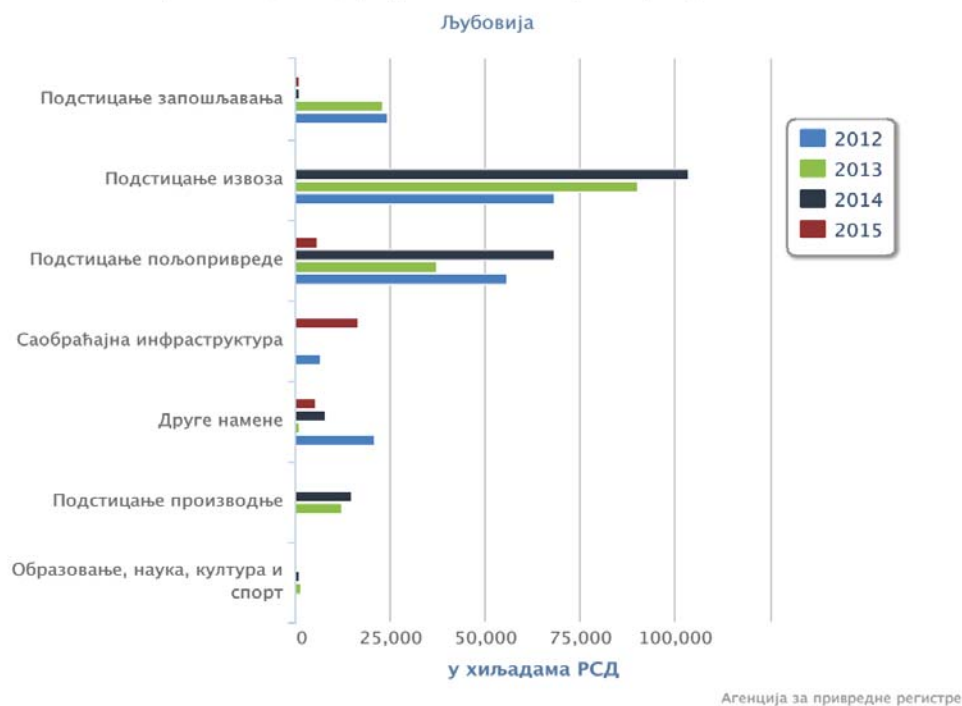


Tabela 94. Ukupni podsticaji prema namenama za opštinu Ljubovija, (Agencija za privredne registre, 2016).

### 10. Укупни подстицаји регионалног развоја према наменама

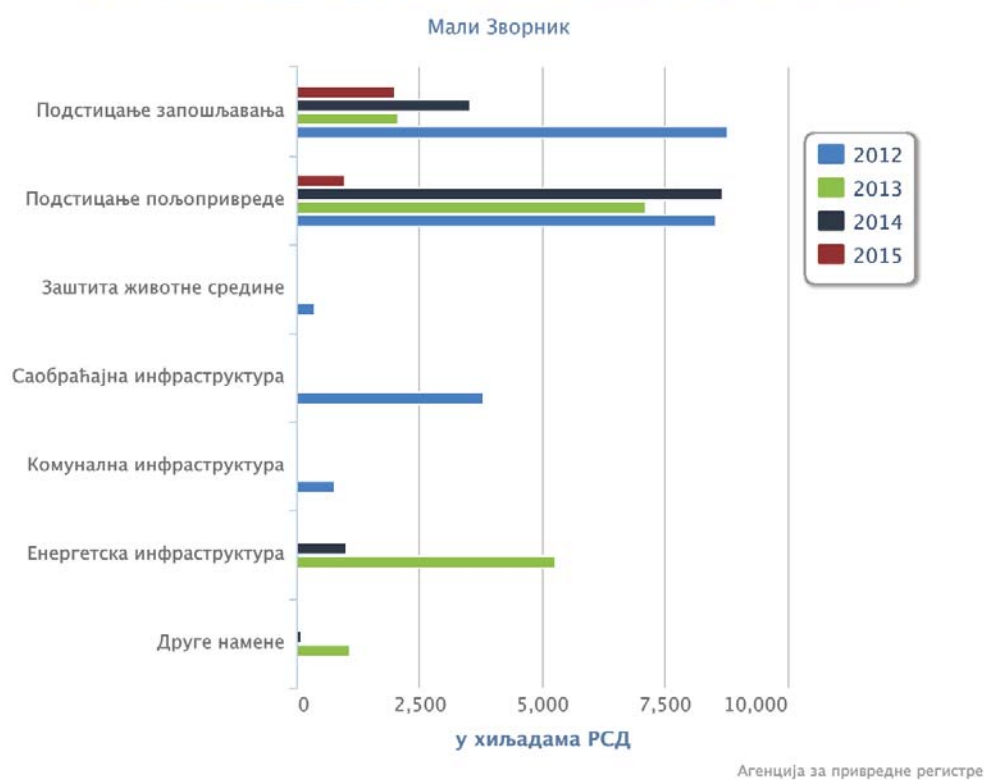


Tabela 95. Ukupni podsticaji prema namenama za opštinu Mali Zvornik, (Agencija za privredne registre, 2016).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Ukoliko posmatramo ukupna sredstva po realizatorima, vidimo da je udeo *Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija* zanemarljiv, osim za opštinu Loznica u 2013. godini (slike 96, 97, 98). Međutim, ni tada se sa sigurnošću ne može tvrditi da li je i koliki procenat sredstava otišao konkretno za oblast turističkog razvoja.

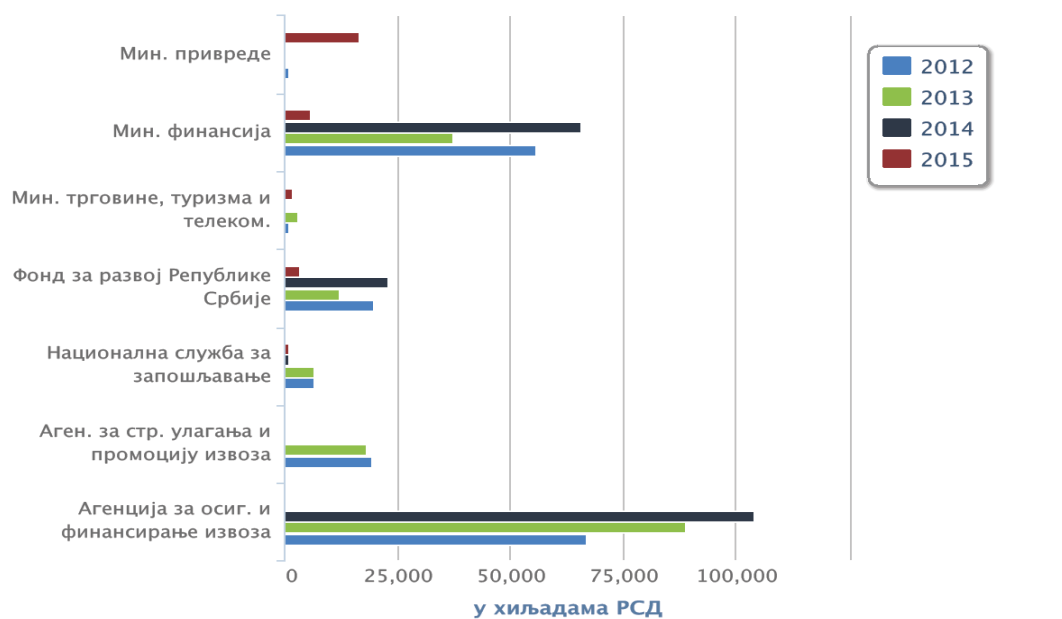


Tabela 96. Ukupni podsticaju prema realizatorima ua opštinu Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

### 12. Укупни подстицаји регионалног развоја према реализаторима

Љубовија

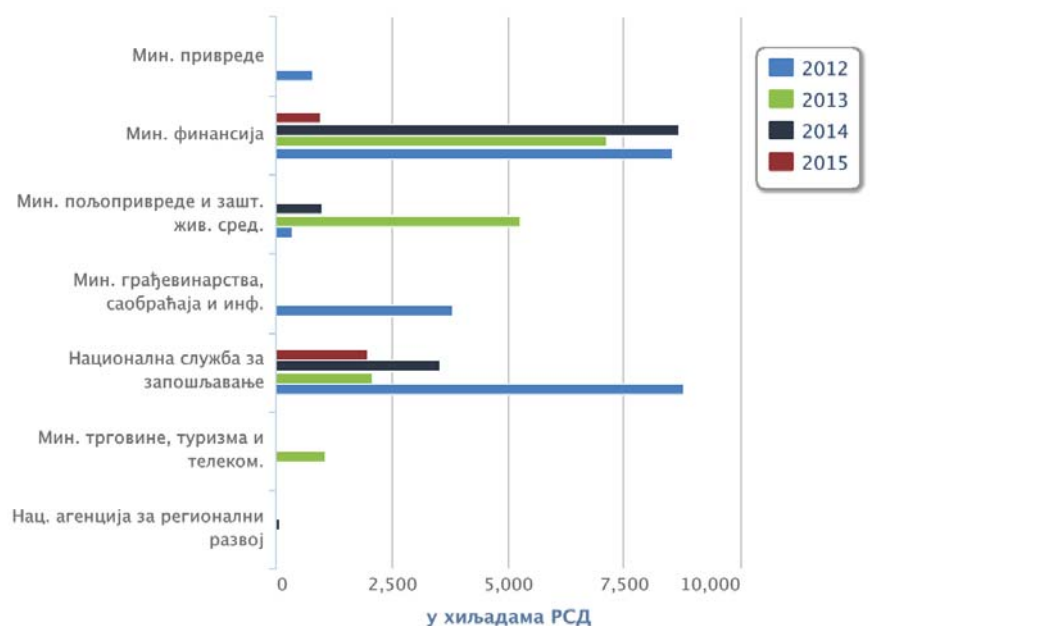


Агенција за привредне регистре

Tabela 97. Укупни подстицају према реализаторима у општини Љубовија, (Агенција за привредне регистре, 2016).

### 12. Укупни подстицаји регионалног развоја према реализаторима

Мали Зворник



Агенција за привредне регистре

Tabela 98. Укупни подстицају према реализаторима у општини Мали Зворник, (Агенција за привредне регистре, 2016).

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Problem nelegalnog poslovanja koje uslovljava neadekvatne konkurentske odnose na tržištu, kao i mito i korupcija predstavlja od ranije poznat kamen spoticanja u razvoju preduzetništva. I ranija istraživanja na prostoru Republike Srbije ukazuju na problem sive i crne ekonomije i korupcije. Utvrđeno je da su u nekim oblastima neregistrovane privredne aktivnosti učestalije od registrovanih (Maksimović, 2011). Drugo istraživanje ukazuje da građani Srbije smatraju da su vlasnici privatnih preduzeća i administrativni službenici kategorije koje su visoko sklone korupciji (EVROPA Plus, 2000). Izveštaj *Siva ekonomija u Srbiji: novi nalazi i preporuke za reforme* (Fond za razvoj ekonomske nauke, 2013) navodi da su jedni od osnovnih uzroka sive ekonomije visoko fiskalno opterećenje rada, komplikovane i skupe poreske procedure, komplikovan i netransparentan poreski sistem, nedovoljno obučena i opremljena poreska administracija, nizak kvalitet usluga javnog sektora, kao i prisustvo korupcije.

Na teritoriji posmatranih opština situacija nije ništa bolja. Studija rađena 2010. godine *„Izgradnja partnerstva za smanjenje neformalne ekonomije u Srbiji“* (Progetto Sviluppo CGIL, 2010) koja je obuhvatila i opštinu Loznica i analizirala rasprostranjenost neformalne ekonomije, pokazala je da je naveća zastupljenost neformalne ekonomije u oblasti građevinarstva, trgovine i turizma i ugostiteljstva. Zaključci studije navode moguće načine suzbijanja ovog problema kroz adekvatne administrativne mere, odgovarajuća zakonska rešenja i stabilizaciju ekonomije (www.economy.rs, 2011). Od 2011. pa do 2015. godine, kada je vršeno terensko istraživanje za ovaj rad, situacija se nije bitnije popravila. I dalje velik broj ponuđača proizvoda i usluga u oblasti turizma predstavlja „fantomske“ ponuđače koji posluju na crno ili u sivim zonama ekonomije i na taj način umanjuju troškove poslovanja i uvećavaju dobit. Tržišna utakmica protiv takvih igrača ukoliko se nalazite u ulozi preduzetnika u legalnim tokovima poslovanja predstavlja velik problem. Ugroženi preduzetnici i dalje vide rešenje u zainteresovanosti i efikasnijem delovanju države i državnih institucija (različite vrste inspekcija), koje će podjednako tretirati i kontrolisati sve poslovne subjekte bez izuzetka, što do sada, po njihovom mišljenju, nije bio slučaj.

Jasni imovinsko-pravni odnosi nisu ocenjeni visokom ocenom od strane ispitanika kada je u pitanju uticaj ovog faktora na razvoj preduzetništva, ali u posmatranim opštinama postoje objekti i lokacije koje mogu biti veoma značajan resurs u izgradnji turističke



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

ponude ovog kraja uz angažovanje velikog broja malih preduzetnika. Ovo se pre svega odnosi na *Kur salon* u Banji Koviljači, zatim auto – kamp u Gornjoj Koviljači i *Tajni kraljev grad* u Malom Zvorniku.

### **5.6. Grupa faktora vezana za tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda**

Turizam predstavlja specifičnu i izrazito heterogenu privrednu aktivnost koja zahteva **kvalitetan i kompetitivan turistički proizvod sa dobrom tržišnom strategijom**. Integralni turistički proizvod predstavlja skup pojediničnih turističkih usluga i proizvoda koji u potpunosti zadovoljavaju želje, potrebe i zahteve turista uz odgovarajuću satisfakciju svih ponuđača koji grade posmatrani integralni turistički proizvod. Integralni turistički proizvod stoga obuhvata kako primarne turističke elemente ponude poput smeštaja i ishrane, tako i sekundarne i komplementarne elemente poput transporta (koji ne mora biti isključivo prevoz turista u cilju prelaženja od tačke A do tačke B, već i u cilju uživanja i doživljaja samog putovanja kao što je vožnja fijakerom, plovidba čamcem, vožnja prugom uskog koloseka itd.), edukativnih i kreativnih aktivnosti, trgovine i širokog spektra elemenata ponude koja turistima može biti interesantna. Upravo širina i obuhvat turističke ponude uslovljava i dužinu turističkog boravka, a samim tim i turističku potrošnju. Generalno, problem se javlja u nepoznavanju turističkog proizvoda i njegovih elementa, odnosno u neprepoznavanju razlike između turističkog resursa i turističkog proizvoda.

Veoma često se turistički resursi predstavljaju kao turistički proizvodi pojedinih destinacija, ali turisti ne kupuju, niti mogu kupiti turistički resurs, već isključivo turistički proizvod. Ako kao primer posmatramo opštine Loznica, Mali Zvornik i Ljubovija, navedene opštine primarno pominju reku Drinu kao turističku ponudu. Međutim, postavlja se pitanje šta turisti na toj reci mogu videti/uraditi/doživeti/osećiti, na koji način im se pruža doživljaj te reke, ko i kada im pruža taj doživljaj i neizbežno, koliko to košta? Kreiranje turističkog proizvoda zahteva istovetne faze kao i proizvodnja bilo kog drugog proizvoda u privredi. Ukoliko se želi ostvariti zarada u oblasti turizma, morate imati potrebne turističke resurse čija optimalna kombinacija kroz proizvodni ili uslužni proces dovodi do gotovog proizvoda ili usluge koja se putem

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

marketinških instrumenata predstavlja tržištu turističke tražnje i ima svoju cenu. Tako reka Drina predstavlja turistički resurs čijom aktivacijom možemo kreirati dvodnevno splavarenje Drinom koje se može kupiti na definisanom mestu po definisanoj ceni. Istraživanje sprovedeno 2011. (Bogdanov, 2011) pokazuje da većina predstavnika lokalnih donosioca odluka u ruralnim krajevima Srbije smatra da je poljoprivreda najznačajnija delatnost u njihovoj lokalnoj zajednici i to je sasvim očekivano, dok je turizam bolje pozicioniran od ostalih industrijskih grana. Kako statistički pokazatelji pokazuju da je učešće turizma u privrednoj strukturi ovih oblasti skromno, dolazi se do zaključka da je turistička resursna osnova koja postoji prepoznata kao turistička ponuda, iako ona predstavlja samo polazište za građenje turističkog proizvoda, a ne sam turistički proizvod. Ovo jasno ukazuje na problem poznavanja turističke industrije, odnosno ukazuje na nedostatak znanja i edukacije iz oblasti turističkog poslovanja, planiranja, kreiranja i razvoja proizvoda zaposlenih na pozicijama donosioca odluka na lokalnom nivou.

Zbog svega gore navedenog, može se pretpostaviti da faktor *kvaliteta turističkog proizvoda* koji je ocenjen kao visoko uticajan faktor (nalazi se na četvrtom mestu po značajnosti od ukupno 40 mesta) ustvari predstavlja ocenu kvaliteta turističkog resursa gledano iz perspektive ispitanika. Sledeći faktor iz ove grupe nalazi se na desetom mestu i odnosi se na poznavanje potreba i želja turista. Ovaj faktor je od strane preduzetnika ocenjen kao značajniji u odnosu na njegovu ocenu od strane lokalnog stanovništva. Ovo potvrđuje i činjenica da se samo kod određenog broja lokalnih preduzetnika u turizmu mogu naći u ponudi turistički proizvodi u formi različitih paketa koji obuhvataju još neke dodatne proizvode i usluge pored osnovne delatnosti posmatranog preduzetnika. Kreiranje ovakve vrste ponude uslovljeno je prepoznavanjem potreba i želja turista, ali i prepoznavanjem tržišne prilike. Interesantna je činjenica je je uticaj faktora koji se odnosi na *postojanje tražnje za proizvodima i uslugama ruralnog turizma* ocenjen kao slabo uticajan (nalazi se na 35. mestu od ukupno 40), uz napomenu da preduzetnici u turizmu manji značaj pridaju ovom faktoru u odnosu na druga dva stratuma ispitanika. Ovo nas navodi na činjenicu da kreiranje turističke ponude posmatranih opština ne polazi od analize tržišta turističke tražnje.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

Na sajtu *Nacionalne agencije za regionalni razvoj*- RAS ([www.ras.gov.rs](http://www.ras.gov.rs), 2016) mogu se pronaći podaci o broju soba, ležaja, noćenja stranih i domaćih turista i podaci o prosečnoj dužini boravka stranih i domaćih turista. Međutim, poslednja godina za koju su ovi podaci dostupni jeste 2010. godina. Takođe, za opštinu Ljubovija za poslednje četiri kategorije koje su navedene u tabeli 99 stoji identičan broj- 327, te je očigledno da su podaci pogrešno uneti. Zog toga je za ovu opštinu uzet podatak iz drugog izvora (Agencija Beta, 2011) kada je u pitanju podatak o broju noćenja, dok za prosečnu dužinu noćenja podaci nisu pronađeni. Sama činjenica da su dostupni podaci zastareli, netačni i nepotpuni ukazuje na odnos lokalnih i viših državnih struktura prema oblasti turizma i njihovoj proceni doprinosa koji turistička industrija može pružiti razvoju lokalnih (ruralnih) sredina. Ono što je bitno istaći kod analize tabele 99 jeste prosečna dužina noćenja. Za opštinu Loznica ona iznosi zavidnih sedam/osam dana. Međutim, *Specijalna bolnica za rehabilitaciju Banja Koviljača* pripada opštini Loznica, te uslovljava porast broja dana zadržavanja turista (pacijenata) u ovoj opštini. Opština Mali Zvornik trenutno predstavlja tranzitnu destinaciju, te je i prosečna dužina zadržavanja od jednog/dva dana u skladu sa tom činjenicom. Ukoliko se želi povećati turistička potrošnja u posmatranim opštinama, mora se kreirati kvalitetan i atraktivan turistički proizvod koji će povećati prosečnu dužinu boravka turista, a samim tim i turističku potrošnju.

Tabela 99. Indikatori turističke aktivnosti u posmatranim opštinama

	Broj soba u 2010	Broj ležaja u 2010	Broj noćenja domaćih turista u 2010.	Broj noćenja stranih turista u 2010.	Prosečan broj noćenja domaćih turista u 2010	Prosečan broj noćenja stranih turista u 2010
<b>Loznica</b>	744	2.070	180.112	19.942	8	7
<b>Ljubovija</b>	42	89	1.492	210	podaci nedostupni	podaci nedostupni
<b>Mali Zvornik</b>	56	115	1.028	242	1	2

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

2007. godine je realizovan projekat *Jačanje kapaciteta u nivou usluga seoskog turizma zapadne Srbije* koji je finansiralo *Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede*. U sklopu projekta je realizovana edukacija lokalnog stanovništva i izrađen *Priručnik za seoski turizam* koji pokriva najbitnije teme koje se odnose na proces započinjanja usluga u oblasti seoskog turizma. Međutim, efekti projekta su po mišljenju pojedinih učesnika koji su prošli kroz edukativne radionice bili kratkotrajni i nisu doveli do značajnijeg razvoja ponude seoskog turizma.

Analizom dostupnih informacija koje se tiču turističke ponude u posmatranim opštinama, može se zaključiti da posmatrane opštine nemaju ponudu turističkih proizvoda (osim u segmentu periodičnih manifestacija). Sve informacije se najvećim delom tiču isključivo turističkih resursa, smeštajnih kapaciteta i restorana, što savremenog turistu teško može motivisani na putovanje i turističku potrošnju. U svetu tržišne konkurencije, gde turista ima ograničena novčana sredstva i ograničeno vreme koje može izdvojiti za odmor i putovanje, jedina šansa za turistički nedovoljno razvijene male opštine jeste građenje zajedničkog integralnog turističkog proizvoda koji treba biti baziran na lokalnim resursima i u skladu sa lokalnim običajima, tradicijom i načinom života. Put razvoja mora se tražiti kroz partnersva, saradnju i zajedništvo, jer je samo na taj način moguće izgraditi kometitivan turistički proizvod koji ima šansu na turističkom tržištu.

### **5.7. Grupa faktora vezana za stavove lokalne zajednice**

**Lokalna zajednica** predstavlja geografski, ekonomski, kulturološki, tehnološki i sociološki okvir i prostor lokalnog razvoja. Uloga lokalne zajednice treba i mora biti proaktivna ukoliko želimo uspešan lokalni razvoj koji će odgovoriti na sve izazove koje razvoj turizma stavlja pred lokalnu zajednicu. *Pro-poor* princip razvoja lokalne zajednice stavlja u fokus neto-koristi koje treba da ostvari siromašna lokalna zajednica uz uvažavanje činjenice da distribucija koristi nikada ne može biti u potpunosti pravična i idealna. Međutim, aktivna participacija lokalne zajednice u svim fazama predviđanja, planiranja, kreiranja, realizacije i evaluacije razvojnih aktivnosti u velikoj meri povećava šansu za uspešno ostvarenje postavljenih ciljeva. Lokalna zajednica se u ovom

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

procesu mora posmatrati kako sa formalnog aspekta (kroz formiranje određenih tela i institucija, npr. mesnih odbora itd.), tako i sa neformalnog aspekta u obliku stavova, uverenja, običaja, tradicije, želja itd. najvećeg dela članova posmatrane lokalne zajednice. Veoma često, određeni segmenti satanovništva (niže obrazovano, starije, žene itd.) nisu upoznati i uključeni u procese planiranja, odlučivanja i realizacije određenih aktivnosti i kao posledica toga se javlja nerazumevanje, strah i otpor prema promenama u okruženju. Dosadašnja saznanja ukazuju i na to da se preduzetništvo češće javlja u urbanim nego u ruralnim i siromašnim sredinama (Penezić, 2009).

Veliki broj aktivnosti koje su u domenu lokalne zajednice mogu u značajnoj meri unaprediti preduzetničko okruženje i povećati razvojne šanse lokalnih zajednica. Po mišljenju ispitanika kvalitet života u ruralnim sredinama visoko utiče na započinjanje preduzetničkih aktivnosti (uticaj ovog faktora ocenjen je kao peti po važnosti od ukupno 40). Loši životni uslovi u ruralnim sredinama utiču na povećane migracije ka urbanim zonama. Po zvaničnim podacima *Nacionalne agencije za regionalni razvoj*- RAS ([www.ras.gov.rs](http://www.ras.gov.rs), 2016) broj odseljenih lica se na prvi pogled ne čini zabrinjavajuće velik (tabela 100).

**Tabela 100. Broj odseljenih lica u posmatranim opštinama, ([www.ras.gov.rs](http://www.ras.gov.rs), 2016)**

Odseljeni	Popis iz 2002.
Loznica	1.366
Ljubovija	341
Mali Zvornik	252

Problem je u tome što ovaj broj obuhvata samo lica koja su zvanično, administrativnim putem, odjavila svoj boravak u lokalnim institucijama posmatranih opština. Veliki broj radno sposobnih stanovnika posmatranih opština i dalje se vode kao stanovnici ovih opština, iako žive u drugim gradovima (najčešće Beograd i Novi Sad), gde su uglavnom angažovani na privremenim, povremenim i honorarnim poslovima, najčešće u sivim zonama poslovanja. Takođe, određen broj osoba je na privremenom radu u inostranstvu (najčešće su u pitanju Nemačka, Rusija, kao i manji broj osoba koje rade u pojedinim afričkim i arapskim zemljama). I ranija istraživanja u Republici Srbiji potvrđuju

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

problem niskog kvaliteta života u ruralnim sredinama, a nezadovoljstvo se prevashodno odnosi na zdravstvenu zaštitu i kulturni život ruralnog stanovništva (Bogdanov, 2011).

Po mišljenju ispitanika, faktor koji se odnosi na polne i starosne barijere nije ocenjen visokom značajnošću (nalazi se na 32. od 40 mesta), ali je važno napomenuti da rezultati pokazuju da je ovaj faktor značajnije ocenjen od strane lokalnog stanovništva, nego od preduzetnika. Takođe žene u odnosu na muškarce značajnije vrednuju faktor koji se odnosi na sklonost lokalnog stanovništva ka državnom poslu i sigurnim prihodima. Ovaj rezultat je kompatibilan i sa istraživanjem koje je utvrdilo da su žene sklonije delatnostima koje im ostavljaju dovoljno vremena za porodične obaveze i najčešće su to prosvetne, medicinske ili socijalne delatnosti, koje su u Republici Srbiji još uvek najvećim delom pripadaju segmentu državnog posla (Kolin & Čičkarić, 2010).

Faktor koji se odnosi na (ne)postojanje ili (ne)primenjivanje planova za razvoj turizma na lokalnom nivou ocenjen je kao značajan i nalazi se na 12. mestu. Preduzetnici u turizmu su ovaj faktor značajnije ocenili od lokalnog stanovništva, što je i logično, jer planska dokumenta ovog tipa direktno utiču na dalji razvoj i poslovanje preduzetnika u turizmu. Dokument koji se bavi planskim razvojem turizma ne postoji ni u jednoj od posmatranih opština. Oblast turizma se pominje u nekim drugim planskim dokumentima, od kojih su najznačajniji:

1. *Strategija održivog lokalnog razvoja grada Loznice od 2012.-2021.* Dokument navodi osnovne turističke resurse i u okviru prioriteta 1. Ekonomski razvoj, se nalazi strateški cilj Stvaranje uslova za razvoj turizma (kulturnog, zdravstvenog i sportsko-rekreativnog). Ovaj cilj se treba ostvariti kroz programe: Podizanje kapaciteta glavnih turističkih odredišta Tršić i Banja Koviljača (izgradnja centra za rekreativnu nastavu i izgradnja suvenirnice i info centra), Podrška razvoju turizma i povećanje sportsko-rekreativnih i izletničkih kapaciteta (turistička signalizacija, izrada lokalnog plana razvoja turizma, uređenje botaničke bašte i unapređenje šetnih staza) (Opština Loznica, 2012);
2. *Strategija lokalnog održivog razvoja opštine Ljubovija od 2013.- 2022.* Dokument sadrži detaljan opis turističkih resursa, kao i smernice daljeg razvoja turizma u pravcu ruralnog, izletničkog, rekreativnog,

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

edukativnog, lovnog i ribolovnog, kulturnog i manifestacionog, cikloturizma i nautičkog turizma. Izuzetno značajno je pravljenje razlike između turističkog resursa i turističkog proizvoda, te se u samom dokumentu pominju i određeni turistički proizvodi sa konkretnim sadržajem i trajanjem (Opština Ljubovija, 2013.);

3. *Strategija održivog razvoja opštine Mali Zvornik od 2012.-2017. godine.* Dokument navodi opis turističkih resursa bez dubljeg zalaženja u dalje pravce razvoj turizma (Opština Mali Zvornik, 2012);
4. *Program razvoja Podrinja.* Dokument navodi osnovne resurse i karakteristike 31 opštine koje se nalaze u Republici Srbiji i Republici Srpskoj uz određene smernice mogućeg razvoja i građenja zajedničke turističke ponude (Ministarstvo privrede: sektor RR-SAP i Ekonomski institut Banja Luka, 2015).

Faktor koji se odnosi na opasnost od ugrožavanja životne sredine kao posledicu razvoja preduzetništva u turizmu ispitanici su veoma nisko ocenili – faktor je ocenjen kao 37. od ukupno 40. Uzrok ovome ne mora biti isključivo nebriga o životnoj sredini i ekologiji, već i stav da trenutni turistički razvoj koji se nalaži na niskom nivou ne može značajnije ugroziti životnu sredinu. Kada se ovome doda i često prisutan skepticizam koji se odnosi na budući uspeh turističkog razvoja, straha za životnu sredinu nema, jer je intenzivni razvoj turizma za stanovnike posmatranih opština trenutno malo verovatan.

### **5.8. Grupa faktora vezanih za prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu**

Ova grupa faktora podrazumeva turističke resurse, ali i opštu infrastrukturu kao prvi i osnovni uslov turističkog razvoja. Iskustva zemalja koje su ruralno razvijene pokazuju da je uslov ruralnog razvoja postojanje opšte i komunalne infrastrukture (Malešević, 2004). I ranije analize uslova i perspektiva ruralnog razvoja u Republici Srbiji ukazuju na to da je jedan od problema i slaba izgrađenost infrastrukture, kao i nedostatak receptivnih kapaciteta (Čomić, 2002). Zbog toga ne čudi što su ispitanici ocenili značaj infrastrukture visokim ocenama, uz napomenu da su donosioci odluka na lokalnom nivou ovaj faktor ocenili kao značajniji u odnosu na preduzetnike u turizmu. Ovo se

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

može objasniti činjenicom da je upravljanje razvojem infrastrukture povereno državnim institucijama, koje iz tog razloga imaju i bolji uvid u važnost infrastrukture za sveukupan lokalni razvoj, a samim tim i razvoj turizma u posmatranim opštinama. Takođe je važno pomenuti da visoko obrazovani ispitanici više vrednuju faktor infrastrukture i turističke infrastrukture u odnosu na ispitanike sa nižim obrazovanjem. Razlika u vrednovanju ovog faktora verovatno leži u činjenici da visoko obrazovani ispitanici prepoznaju infrastrukturnu opremljenost kao nužan uslov i bazu za turistički razvoj koja uzročno-posledičnim vezama utiče na efikasnu aktivaciju turističkih resursa. U skladu sa tim, niže obrazovani ispitanici značajnije ocenjuju faktore koji se odnose na prirodne i kulturne turističke vrednosti i nematerijalne turističke vrednosti, jer nedovoljno poznavanje funkcionisanja industrije turizma dovodi do zablude da turističke atrakcije i turistički resursi predstavljaju turistički proizvod koji se može uspešno tržišno valorizovati. I pored neosporno bogatih prirodnih i antropogenih turističkih resursa posmatranih opština, turistički proizvod skoro da i ne postoji.

Stanje osnovne infrastrukture prikazano je u tabeli 101 prema izabranim indikatorima (www.ras.gov.rs, 2016). Velik broj domaćinstava još uvek nema obezbeđene osnovne egzistencijalne uslove poput priključka na vodovodnu i kanalizacionu mrežu. Saobraćajna infrastruktura se tokom 2015. i 2016. godine rekonstruiše u značajnoj meri, što će imati pozitivan uticaj na lokalni razvoj posmatranih opština.

**Tabela 101. Indikatori razvijenosti infrastrukture, (www.ras.gov.rs, 2016)**

	Ukupna dužina puteva u kilometrima u 2010.	Ukupna dužina savremenih puteva u kilometrima u 2010.	Ukupna dužina savremenih magistralnih puteva u kilometrima u 2010.	Broj telefonskih pretplatnika fiksne mreže na 100 stanovnika u 2010.godini	Broj domaćinstava priključenih na vodovodnu mrežu u 2010.	Broj domaćinstava priključenih na kanalizacionu mrežu u 2010.	Broj domaćinstava u 2002.
<b>Loznica</b>	500	338	60	36	23.412	9.734	27.272
<b>Ljubovija</b>	178	82	38	29	3.250	2.280	5.413
<b>Mali Zvornik</b>	181	89	35	29	2.915	2.015	4.588



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Po oceni ispitanika, prirodne i kulturne turističke vrednosti su visoko značajan faktor (nalazi se na trećem mestu po značajnosti od ukupno 40). Interesantno je pomenuti da donosioci odluka na lokalnom nivou ovu grupu faktora niže vrednuju od lokalnog stanovništva. Ovaj nalaz nije u skladu sa rezultatima analize sadržaja postojećih planskih dokumenata, kao ni dostupnih informacija o turističkoj ponudi posmatranih opština čiji su autori državne institucije, jer se najveći deo informacija upravo odnosi na inventarizaciju i deskripciju turističkih resursa. Nematerijane turističke vrednosti su takođe visoko ocenjene. I ovaj faktor lokalno stanovništvo više vrednuje od donosioca odluka na lokalnom nivou. Nematerijane turističke vrednosti u formi tradicionalnog gostoprimstva nisu prepoznate u odgovarajućoj meri kao element turističke ponude, iako postoji turistička tražnja za uslugama tog tipa u regionu Podrinja (Kostjerčević, 2015).

Turistička infrastruktura i turistička suprastruktura ocenjeni su kao faktori sa izrazito malim uticajem na razvoj preduzetništva u oblasti turizma (nalaze se na 37. i 38. mestu po značajnosti, od ukupno 40). Kako turistička infrastruktura i suprastruktura predstavljaju nužnu bazu potrebnu za dalji razvoj, neophodno je o važnosti ovih faktora edukovati pre svega donosiocima odluka na lokalnom nivou, ali i preduzetnike u turizmu, kojima je i najviše u interesu kvalitetna turistička infra i suprastruktura. Strategije lokalnog razvoja posmatranih opština među prioritetima navode unapređenje velikog broja segmenata infrastrukture, ali i turističke infra i suprastrukture, te ako dođe do realizacije ovih planskih dokumenata, posmatrane opštine će do 2023. godine imati dobru osnovu za dalji razvoj turizma u funkciji lokalnog razvoja.

---

**6. MODEL RAZVOJA PREDUZETNIŠTVA U OKVIRU  
PRO-POOR PRINCIPA U RURALNIM SREDINAMA  
OPŠTINA LOZNICA, LJUBOVIJA I MALI ZVORNIK**

---

Uzimajući u obzir gore identifikovane faktore razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma u opštinama Ljubovija, Mali Zvornik i ruralnim oblastima opštine Loznica i njihove specifične vrednosti u navedenim opštinama, može se dati predlog modela razvoja preduzetništva za posmatrani prostor po principima *pro-poor* turizma. Navedene opštine je opravdano posmatrati iz perspektive budućeg zajedničkog turističkog proizvoda, jer je poveznost i kompatibilnost prisutna po osnovu više različitih dimenzija. Sve tri opštine pripadaju III, odnosno IV grupi razvijenosti opština, što indukuje potrebu za podsticanjem proizvodnih i uslužnih delatnosti i zapošljavanja. Posmatrane opštine su saobraćajno dobro povezane i poseduju minimum infrastrukturnih uslova potrebnih za rane faze građenja zajedničkog turističkog proizvoda. Turistički resursi koje poseduju posmatrane opštine su heterogeni i pružaju bazu za kreiranje turističke ponude u različitim segmentima tematskog turizma čije se aktivnosti mogu realizovati u ruralnim prostorima. Predloženi model (tabela 102) predstavlja miks mera i instrumenata koji bi trebali podstaknuti preduzetničku aktivnost na lokalnom nivou u oblasti turizma, ali i komplementarnim oblastima. Model podrazumeva proaktivan pristup svih relevantnih stejkholdera kako na lokalnom nivou, tako i na višim nivoima.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

**Tabela 102. Predlog modela razvoja preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma u ruralnim oblastima opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik**

grupa faktora	faktori	cilj
<b>Finansije Edukacija Državna politika, uprava i procedure</b>	Subvencionisani krediti od strane države uz uslov obavezne edukacije podnosilaca kreditnih zahteva, kao i konsaltinga i monitoringa aktivnosti u početnim fazama poslovanja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. obezbeđivanje finansijskih sredstava za početak poslovanja</li> <li>2. ciljno usmerena neformalna edukacija uz monitoring poslovanja</li> <li>3. podrška za započinjanje preduzetničke aktivnosti</li> </ol>
<b>Edukacija, finansije, partnerstva</b>	Edukacija u funkciji podrške prilikom konkurisanja za dobijanje sredstva iz donacija i inostranih fondova namenjenih razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti. Pored segmenta edukacije koji pokriva segment konkursne dokumentacije i procedura, pažnja se treba usmeriti i ka akcentovanju nužnosti partnerstva i pokrivanju većeg broja segmenata u lancu vrednosti prizvoda /ideje sa kojom se konkuriše	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. obezbeđivanje finansijskih sredstava</li> <li>2. podrška partnerstvu u cilju formiranja zajedničkog turističkog proizvoda</li> <li>3. jačanje kapaciteta za privlačenje sredstava in međunarodnih izvora</li> <li>4. povećanje zaposlenosti i privredne aktivnosti</li> </ol>
<b>Finansije, lokalna zajednica</b>	Manji finansijski nameti i niže komunalne takse u prvim godinama poslovanja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. podrška prilikom započinjanja preduzetničke aktivnosti</li> <li>2. smanjenje troškova i rizika u prvim godinama poslovanja</li> </ol>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<b>Edukacija, partnerstvo</b>	Intenzivno neformalno obrazovanje u cilju sticanja znanja i veština koje pokrivaju osnovne oblasti poslovnog menadžmenta (za osobe koje započinju preduzetničku aktivnost). Intenzivno neformalno obrazovanje u cilju sticanja znanja i veština koje pokrivaju specifične oblasti menadžmenta i biznisa u turizmu (za osobe koje žele da unaprede poslovanje i/ili ga usmere ka oblasti turizma). Mogućnost sticanja radnog iskustva putem volontiranja ili (delimično)plaćenog rada kod već postojećih tržišnih subjekata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. edukacija u cilju započinjanja preduzetničkog poduhvata</li> <li>2. edukacija u cilju unapređenja postojećeg poslovanja</li> <li>3. kontakti sa praksom i tržišnim subjektima</li> <li>4. razvijanje partnerske mreže na lokalnom nivou</li> </ol>
<b>Edukacija, partnerstvo, lokalna zajednica</b>	Aktiviranje biznis inkubatora u cilju edukacije, konsaltinga, inicijalne izgradnje partnerskih mreža i kontakata, obezbeđivanje radnog prostora. Osnivanje i povećavanje broja članova interesnih udruženja, zadruga i klastera kao podrške daljeg razvoja poslovanja specifičnih oblasti (delatnosti)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. povećavanje šanse za uspešan opstanak novoosnovanih preduzetničkih poduhvata</li> <li>2. smanjenje troškova u prvim godinama poslovanja</li> <li>3. kreiranje partnerstava i poslovne mreže</li> <li>4. jačanje uticaja i kapaciteta malih preduzetnika putem udruživanja</li> </ol>
<b>Državna politika, uprava i procedure,</b>	Izgradnja većeg stepena senzitivnosti državnih institucija za potrebe i probleme preduzetnika i lokalnog stanovništva. Pojednostavljenje i skraćene administrativnih procedura koje prate poslovni proces.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pojednostavljenje birokratskih procedura uz smanjenje troškova</li> </ol>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<b>Državna politika, uprava i procedure,</b>	<p>Jačanje javno-privatnih partnerstva putem zajedničkih ulaganja. Intenzivnije informisanje i participacija lokalnog stanovništva prilikom odlučivanja i planiranja na lokalnom nivou. Kreiranje planske dokumentacije uz učešće relevantnih stakeholdera svih nivoa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. jačanje investicionog potencijala lokalne zajednice</li> <li>2. veća podrška razvojnim projektima od strane lokalnog stanovništva</li> <li>3. veća zaštita interesa lokalnog stanovništva</li> <li>4. strategijsko planiranje razvoja</li> </ol>
<b>Državna politika, uprava i procedure, lokalna zajednica</b>	<p>Eliminacija mita i korupcije, sankcionisanje nelegalnog poslovanja</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. podsticanje fer konkurencije</li> <li>2. podsticanje tržišnog poslovanja</li> <li>3. povećavanje prihoda lokalnih zajednica</li> <li>4. obezbeđivanje zdravog poslovnog okruženja i klime</li> <li>5. razvoj preduzetničkog duha</li> </ol>
<b>Tržišna strategija i kometitivnost, edukacija, partnerstvo</b>	<p>Edukacija preduzetnika i zainteresovanog lokalnog stanovništva u sledećim oblastima: motivi, potrebe i želja turista, programiranje turističkih usluga i proizvoda, standardizacija, poslovne komunikacije, kreiranja integralnog turističkog proizvoda. Građenje integralnog turističkog proizvoda baziranog na lokalnim resursima, partnerstvu i diverzifikaciji aktivnosti. Podrška treba da obuhvati i teorijske i praktične aspekte, kao i konsalting u ranim fazama tržišne implementacije Zajedničke aktivnosti promocije i marketinga i distribucije.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. razumevanje karakteristika turističke tražnje</li> <li>2. kreiranje kvalitetnog turističkog proizvoda/usluge</li> <li>3. partnerstvo u cilju kreiranja integralnog turističkog proizvoda</li> <li>4. diverzifikacija poslovanja i asortimana</li> <li>5. zajedničke marketing i distributivne aktivnosti</li> <li>6. aktiviranje lokalnih resursa</li> <li>7. povećanje zaposlenosti</li> </ol>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

<p><b>Prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura, državna politika, uprava i procedure, lokalna zajednica</b></p>	<p>Podizanje kvaliteta života u ruralnim sredinama putem obezbeđivanja pristupačnosti zdravstvenoi socijalne zaštite, kao i unapređenja kulturnog i društvenog života u ruralnim sredinama. Poboljšanje infrastrukturnih uslova neophodnih za svakodnevni život i poslovanje ruralnog stanovništva (vodovodna i kanalizaciona mreža i sigurnost, telekomunikacione mreže, saobraćajna povezanost i infrastruktura, dečiji vrtić itd.)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. smanje migracije ka urbanim centrima</li> <li>2. poboljšanje uslova života u ruralnim sredinama</li> <li>3. stvaranje infrastrukturne baze neophodne za poslovanje</li> <li>4. podsticaj ženskog preduzetništva</li> </ol>
<p><b>Prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura, državna politika, uprava i procedure, lokalna zajednica</b></p>	<p>Izgradnja turističke infra i suprastrukture kao neophodnog uslova za razvoj turističke ponude.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. podsticanje zapošljavanja</li> <li>2. razvoj preduzetništva u turizmu</li> <li>3. razvoj preduzetništva u komplementarnim oblastima</li> <li>4. podizanje kvaliteta života u ruralnim zajednicama</li> </ol>

## 7. ZAKLJUČAK

---

Problem siromaštva u ruralnim sredinama predstavlja gorući problem velikog broja zemalja. Postoje brojni metodi, pristupi i instrumenti za rešavanje ovog problema. U okviru velikog broja manje ili više uspešnih predloga i pristupa, razvijanje preduzetništva u oblasti turizma u posmatranim oblastima ima sve više zagovornika. Komparativna prednost ovog rešenja u odnosu na ostala rešenja leži u činjenici da se turistički razvoj u velikoj meri može bazirati na lokalnim resursima i da preduzetništvo u oblasti turizma može inicirati porast kvaliteta života za lokalno stanovništvo. Fokusiranje na fer i pravičnu raspodelu materijalnih i nematerijalnih koristi na području lokalne zajednice podrazumeva usvajanje razvoja turizma i preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma. Zbog toga razvijanje i implementacija modela razvoja preduzetništva mora poštovati utvrđene principe razvoja kroz tri različita segmenta. Prvi segment predstavljaju načela koja se odnose na razvoj preduzetništva, odnosno razvoj poslovanja u formi mikro, malih i porodičnih organizacija. Drugi segment pretpostavlja pravila i načela razvoja preduzetništva i turističkog poslovanja kroz ponudu ruralnog turizma. Specifičnosti ovog segmenta podrazumevaju diverzifikaciju proizvoda i aktivnosti koje su tradicionalne za domaćinstva u ruralnim sredinama. Diverzifikacija aktivnosti od tradicionalno poljoprivrednih ka nepoljoprivrednim aktivnostima predstavlja jednu od prelomnih tačaka u daljem ruralnom razvoju, koji ovim putem ide u smeru smanjivanja rizika kroz obezbeđivanje dodatnih prihoda, ali i drugih nematerijalnih koristi za lokalno stanovništvo. Treći i najosetljiviji segment podrazumeva uključivanje *pro-poor* principa razvoja koji u fokus treba staviti interese najsiromašnijih pripadnika lokalne zajednice. Ravnomerna i pravična raspodela troškova i dobiti usled razvoja turizma predstavlja imperativ *pro-poor* turizma. Zbog toga oslanjanje na lokalne resurse uz unapređenje lokalnih kapaciteta i povećanje nivoa participacije lokalnog stanovništva u procesima planiranja, odlučivanja i realizacije razvojnih aktivnosti jeste ključ uspeha *pro-poor* strategija. Ipak, univerzalan model razvoja koji se bez adaptacije može primeniti u bilo kojoj lokalnoj zajednici nije moguć. Svaka lokalna zajednica se odlikuje specifičnim karakteristikama ekonomskog, prirodnog, kulturnog, socijalnog, tehnološkog i infrastrukturnog okruženja. Karakteristike okruženja uslovljavaju

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

specifičnosti posmatranog modela za konkretnu zajednicu. Zbog toga se prilikom razvoja modela preduzetništva u okviru *pro-poor* turizma za određeni prostor polazi od identifikovanih faktora koji zahtevaju usklađivanje u odnosu na specifičnosti okruženja. Model koji je više i uspešnije adaptiran prema specifičnostima lokalne zajednice poseduje i veći razvojni potencijal.

Analiza dosadašnjih naučnih i stručnih istraživanja, kao i iskustvo iz prakse ukazuju na određen broj faktora koji imaju veliki uticaj na razvoj preduzetništva u ruralnom turizmu u skladu sa *pro-poor* principima. Identifikovani faktori se u skladu sa određenim kriterijumima mogu uslovno razvrstati u nekoliko grupa faktora, uz napomenu da se razvrstavanje faktora posmatra veoma fleksibilno i uslovno. Za zemlje za koje možemo reći da su kao i Republika Srbija prevashodno ruralne, u razvoju i u procesu tranzicije, identifikovani su relativno slični faktori. Identifikovano je četrdeset faktora svrstanih u osam grupa.

Identifikovani faktori imaju različite nivoe značajnosti za stejkholdere koji su relevantni za razvoj preduzetništva u ruralnom turizmu u cilju lokalnog razvoja na *pro-poor* principima. Ukoliko stejkholdere podelimo u tri grupe (donosiocice odluka na lokalnom nivou, lokalne preduzetnike u turizmu i lokalno stanovništvo kao vlasnike lokalnih resursa), od velike je važnosti utvrđivanje nivoa značajnosti, odnosno uticaja i važnosti pojedinih faktora za svaku od posmatranih grupa stejkholdera. Tek nakon ove analize se može pristupiti izgradnji modela razvoja preduzetništva u ruralnom turizmu na način da se sistematski uklupe najrelevantniji faktori, vodeći računa da kreirani model mora postići kako kratkoročne, tako i dugoročno postavljene ciljeve u smislu poboljšanja položaja siromašnog lokalnog stanovništva uz uslov dugoročne samoodrživosti kreiranog modela.

Kompleksnost posmatranih faktora i njihovih odnosa i uslovljenosti utiče na složenost sistema podsticaja lokalnog razvoja i razvoja preduzetništva i uslovljava postojanje složenog mehanizma koordinacije aktivnosti i proaktivne saradnje na svim nivoima posmatranja, kao i učešće širokog spektra stejkholdera.



## 8. OGRANIČENJA I NAUČNI DOPRINOS STUDIJE

---

Ograničenja ove naučne studije uslovljena su od strane više različitih faktora. Identifikacija ograničenja kao elemenata koji mogu uticati na objektivnost i tačnost rezultata, a samim tim i izvedenih zaključaka, jeste neophodan korak koji doprinosi daljem naučnom i istraživačkom radu, kroz kritičko posmatranje rezultata studije, ali i dizajniranje nekih budućih istraživanja sličnog tipa. Identifikovana ograničenja su sledeća:

- Prilikom analize empirijske primene različitih strategija *pro-poor* turizma u svetu (kroz materijale koji su dostupni u obliku naučnih radova, studija slučaja, izveštaja i preporuka), pojavio se problem sistematizacije podataka i informacija usled različitih pristupa predmetu istraživanja. Oslanjajući se na dostupnu teoriju, izgrađen je okvirni koncept sistematizacije različitih faktora po definisanim grupama. Međutim, ovaj koncept sistematizacije faktora po grupama nije bio u mogućnosti da obuhvati apsolutno sve faktore koji su identifikovani u analiziranim materijalima, jer bi broj faktora bio izuzetno velik, što bi onemogućilo obradu podataka i donošenje zaključaka. Takođe, nivo posmatranja u različitim studijama je bio različit (od mikro nivoa, pa sve do regionalnog nivoa). Iz tog razloga su pojedini uticaju morali biti identifikovani kroz proces sinteze na viši nivo (npr. seča šuma zarad izgradnje golf terena je identifikovana kao faktor ugrožavanja životne sredine usled razvoja turizma);
- U istraživačkom postupku prilikom pisanja ovog rada korištene su dostupne baze podataka *Agencije za privredne registre Republike Srbije*. Tokom rada na istraživanju, primećeno je da se pojedine informacije koje se tiču određenih indikatora za 2015. drastično izmenjene, bez navođenja uzroka promena. Neadekvatan kvalitet javno dostupnih informacija u znatnoj meri može da dovede pogrešnog izvođenja istraživačkih zaključaka;
- Veliki broj zvanično dostupnih podataka i indikatora potrebnih za valjano zaključivanje predstavljaju u velikoj meri zastarele podatke. Ovo se u najvećoj meri odnosi na podatke *Nacionalne agencije za regionalni razvoj*, gde se veliki broj podataka odnosi na 2010. godinu, a jedan deo podataka čak i na 2002.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

godinu, iako je reč o veoma dinamičnim indikatorima, čije promene imaju značajan uticaj na kvalitet donetih zaključaka;

- Veliki broj identifikovanih ispitanika koji pripadaju subuzorku preduzetnika u turizmu, a koji posluju delimično ili u potpunosti van zakonskih okvira nisu želeli da učestvuju u istraživanju, plašeći se da će učešće u istraživanju dovesti do identifikacije nelegalnih ekonomskih aktivnosti, a samim tim i do sankcionisanja od strane nadležnih organa. Veća zastupljenost ovog segmenta ispitanika doprinela bi i realnijim rezultatima;
- Određen broj ispitanika koji pripadaju subuzorku lokalnog stanovništva nije želeo da popuni upitnik iz više različitih razloga (nedostatak vremena, neprepoznavanje direktnog interesa od ovakvog tipa istraživanja, strah od nepoznatog usled posmatranja upitnika kao testa znanja itd.). Veći uzorak bi svakako doprineo i pouzdanijim informacijama koje su dobijene anketiranjem;
- Prilikom realizacije intervjua određen broj ispitanika je zahtevao potpunu anonimnost, što može indikovati i određenu dozu sumnje u odgovore ispitanika koji nisu zahtevali anonimnost.

Identifikovana ograničenja studije trebaju se posmatrati kao putokazi prilikom planiranja istraživanja sličnog tipa koja će se realizovati u budućnosti. I pored identifikovanih ograničenja, ova studija može pružiti doprinos kako na stručnom i aplikativnom, tako i na naučnom nivou. Identifikacija osnovnih faktora razvoja preduzetništva i naučna potvrda da specifičnosti lokalne sredine u značajnoj meri utiču na optimalno formiranje i pozicioniranje modela razvoja preduzetništva u ruralnim sredinama u okviru principa *pro-poor* turizma predstavlja osnovni naučni doprinos.

Stručni i aplikativni doprinos se može posmatrati kroz konkretno kreiran predlog modela razvoja preduzetništva u oblasti ruralnog turizma za opštine Loznica, Mali Zvornik i Ljubovija. Specifičnosti ovih lokalnih zajednica uslovljavaju i kreiran model, koji se može aplikovati na teritoriji ovih opština.

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

## Literatura

---

Abdullah, F. et al., 2008. Factors Contributing to the Success or Failure of Bumiputera Entrepreneurs. In *The 3rd International Conference on Business and Management Research (ICBMR), The 14th Euro-Asia Conference*. Sanur Paradise, Bali, 2008. Universitas Indonesia.

Acs, Z. & Armington, C., 2004. The impact of geographic differences in human capital on service firm formation rates. *Journal of Urban Economies*, pp.244-78.

Acs, Z.J. & Maleck, E.J., 2003. Entrepreneurship in Rural America: The Big Picture. In *Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Entrepreneurs conference proceedings*. Kansas City, 2003. Center for the Study of Rural America, Federal Reserve of Kansas City.

Agencija Beta, 2011. *Povećan broj turista u Ljuboviji*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://www.capital.ba/povecan-broj-turista-u-ljuboviji/>" <http://www.capital.ba/povecan-broj-turista-u-ljuboviji/> [Accessed 07 May 2016].

Agencija za privredne registre, 2016. *Registar mera i podsticaja regionalnog razvoja*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://pretraga2.apr.gov.rs/APRMapePodsticaja/>" <http://pretraga2.apr.gov.rs/APRMapePodsticaja/> [Accessed 03 April 2016].

Agupusi, P., 2007. *Small Business Development and Poverty Alleviation in Alexandra South Africa*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://ssrn.com/abstract=2151712>" <http://ssrn.com/abstract=2151712> [Accessed 2013 March 3].

Ahmad, S.Z. & Xavier, S.R., 2012. Entrepreneurial environments and growth: evidence from Malaysia GEM data. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(1), pp.50 - 69.

Allen, K.R., 2003. *Launching New Ventures: An Entrepreneurial Approach (3rd ed)*. NY: Houghton Mifflin.

Amorós, J.E. & Bosma, N., 2013. *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report Fifteen Years of Assessing Entrepreneurship Across the Globe*. Desarrollo: Global Entrepreneurship Research Association.

Andric, N., Tomic, D. & Tomic, G., 2010. Status and Perspectives of Development of Rural Tourism in the Autonomous Province of Vojvodina. In *118th EAAE Seminar-Rural development: governance, policy design and delivery*. Ljubljana, 2010. European Association of Agricultural Economists.

Aruwa, S., 2008. *Entrepreneurial Factors and the Development of Entrepreneurship in Africa*. [Online] Available at: HYPERLINK "[http://www.academia.edu/260381/Entrepreneurial\\_Factors\\_and\\_the\\_Development\\_of\\_](http://www.academia.edu/260381/Entrepreneurial_Factors_and_the_Development_of_)

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Entrepreneurship\_In\_Africa"

[http://www.academia.edu/260381/Entrepreneurial Factors and the Development of Entrepreneurship\\_In\\_Africa](http://www.academia.edu/260381/Entrepreneurial_Factors_and_the_Development_of_Entrepreneurship_In_Africa) [Accessed 3 May 2013].

Ashley, C., 2000. *The Impacts of Tourism on Rural Livelihoods: Namibia's Experience*. London: Overseas Development Institute.

Ashley, C., 2002. *Methodology for Pro-Poor Tourism Case Studies, PPT Working Paper No. 10*. UK: Economic and Social Research Unit, UK Department for International Development.

Ashley, C., 2006. *How Can Governments Boost the Local Economic Impacts of Tourism?* Kenya: SNV East & Southern Africa.

Ashley, C., 2006. *How Can Governments Boost the Local Economic Impacts of Tourism? Options and Tools*. Hague, London: SNV & ODI.

Ashley, C., Boyd, C. & Goodwin, H., 2000. *Pro-Poor Tourism: Putting Poverty at The Heart of the Tourism Agenda*. London: Overseas Development Institute.

Ashley, C. et al., 2006. *Making Tourism Count or the Local Economy in the Caribbean-Guidelines for Good Practice*. Caribbean: Pro-Poor Tourism Partnership and the Caribbean Tourism Organisation.

Ashley, C., Roe, D. & Goodwin, H., 2001. *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor, A review of experience, Pro-Poor Tourism Report No. 1*. London: Overseas Development Institute.

Autorski tim Instituta za ekonomska i socijalna istraživanja, 2006. *Ograničenja u poslovnom okruženju za otvranje novih radnih mesta i porast zaposlenosti*. Beograd: Institut za ekonomska i socijalna istraživanja.

Avlijaš, R., 2011. Model preduzetničkog procesa pokretanja novog poslovnog poduhvata. *Singidunum revija*, pp.152-56.

Avlijaš, S., Babović, M., Vladislavljević, M. & Popović-Pantić, S., 2012. *Najvažniji nalazi i preporuke iz studije o preduzetništvu žena u Srbiji i rodne analize odabranih državnih mera za podršku preduzetništvu*. Beograd: Program UN za razvoj.

Babić, V., 1995. *Strategijsko odlučivanje*. Beograd: Institut za ekonomiku i finansije.

Bachev, H., 2012. *Farm diversification and market inclusion in East Europe and Central Asia*. Munich: Munich Personal RePEc Archive.

Beall, G., 1996. *Down on the (Vacation) Farm, Small Farm Center News. Cooperative Extension- UC Davis*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/printer.html%2007.03.2008"](http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/printer.html%2007.03.2008)  
[http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/printer.html\\_07.03.2008](http://www.sfc.ucdavis.edu/agritourism/printer.html_07.03.2008) [Accessed 7 March 2008].

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Bennett, O., Roe, D. & Ashley, C., 1999. *Studija održivog turizma i eliminacije siromaštva, Izveštaj Sektoru za međunarodni razvoj*. Podgorica: Program za Razvoj Ujedinjenih Nacija, kancelarija u Podgorici.

Bernardo, D., Valentin, L. & Leatherman, J., 2004. Agritourism: If We Build It, Will They Come? In *Paper presented at the 2004 Risk and Profit Conference, August 19-20*, Manhattan, 2004. Kansas State University.

Bešić, C. & Đorđević, D., 2009. Razvoj korporativnog preduzetništva kao preduslova za unapređenje konkurentnosti preduzeća. *Transion, Vol.10 No.21-22*, pp.101-10.

Bhattacharya, D., 2003. *Research Methodology*. New Delhi: Excel Books.

Bićanić, I. & Franičević, V., 2005. Izazovi stvarnoga i subjektivnog siromaštva i porasta nejednakosti u ekonomijama jugoistočne Europe u tranziciji. *Financijska teorija i praksa*, 29(1), pp.13-36.

Bizri, R.M. et al., 2012. Barriers to Entrepreneurial Endeavors in a Developing Economy. *World Journal Of Social Sciences*, 2(6), pp.79-100.

Blake, A., Arbache, J., Sinclair, M. & Teles, V., 2006. *Tourism and Poverty Relief*. Nottingham: University of Nottingham Press.

Bobera, D., Leković, B. & Berber, N., 2014. Comparative analysis of entrepreneurship obstacles: findings from Serbia and Montenegro. *Engineering Economics*, 25(2), pp.167-76.

Bobera, D., Marić, S. & Leković, B., 2015. Preduzetništvo kao posledica eksternih podsticaja i/ili internih pobuda. *Ekonomске teme*, 53(1), pp.85-103.

Bogdanov, N., 2011. Koncept javno-privatnog partnerstva i njegova primena u razvoju ruralnih oblasti. In Đurđević Lukić, S. *Javno privatno partnerstvo u ruralnom turizmu*. UNDP. pp.13-32.

Bogdanov, N., 2011. *Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija*. Beograd: UNDP.

Bogdanov, N. & Zečević, B., 2011. Javno privatno partnerstvo u razvoju ruralnog turizma. In Đurđević Lukić, S. *Javno privatno partnerstvo u ruralnom turizmu*. UNDP. pp.33-42.

Bošković, T., Andrić, N. & Tomić, D., 2011. Humani i finansijski resursi - činioci razvoja ruralnog turizma u AP Vojvodini. *Škola biznisa*, 2, pp.113-22.

Božac, M.G., 2008. SWOT analiza i TOWS matrica- sličnosti i razlike. *Ekonomска istraživanja*, 21(1), pp.19-34.

Branković, N., 2010. *Modeli i modelovanje*. [Online] Available at: [HYPERLINK "https://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwi16taTvNjIAhXGEywkHVSuAb0&url=http%3A%2F"](https://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwi16taTvNjIAhXGEywkHVSuAb0&url=http%3A%2F)

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

[http://www.pef.uns.ac.rs/index.php/2015-03-31-06-44-10/predavanja/category/73-organizacija-i-sistem-obrazovanja-](http://www.pef.uns.ac.rs/index.php/2015-03-31-06-44-10/predavanja/category/73-organizacija-i-sistem-obrazovanja)  
<https://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwi16taTvNjIAhXGEywKHVSuAb0&url=http%3A%2F%2Fwww.pef.uns.ac.rs%2Findex.php%2F2015-03-31-06-44-10%2Fpredavanja%2Fcategory%2F73-organizacija-i-sistem-obrazovanja-> [Accessed 23 May 2014].

Branković, I., Lalović, M., Lakić, A. & Tilger, S., 2007. *Studija mikro-finansijska podrška preduzetnicima početnicima u Srbiji*. Beograd: Centar za razvoj preduzetničkog društva.

Brčić-Stipčević, V., Petljak, K. & Renko, S., 2010. *Ekoagroturizam - pokretač održivog razvoja turizma*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://web.efzg.hr/dok/TRG/Brcic-Stipcevic,%20Petljak,%20Renko\\_poglavlje%20u%20knjizi\\_fin.pdf"](http://web.efzg.hr/dok/TRG/Brcic-Stipcevic,%20Petljak,%20Renko_poglavlje%20u%20knjizi_fin.pdf)  
[http://web.efzg.hr/dok/TRG/Brcic-Stipcevic,%20Petljak,%20Renko\\_poglavlje%20u%20knjizi\\_fin.pdf](http://web.efzg.hr/dok/TRG/Brcic-Stipcevic,%20Petljak,%20Renko_poglavlje%20u%20knjizi_fin.pdf) [Accessed 30 April 2014].

Brnjas, Z., 1999. *Od male privrede do velikog biznisa*. Beograd: Omega.

Bršić, K., 2005. *Marketinške pretpostavke uspjehnosti subjekata agroturističkog gospodarstva u Istarskoj Županiji. Doktorska disertacija*. Osijek: Ekonomski fakultet.

Buhalis, D., Costa, C., 2006. *Tourism Management Dynamics*. Butterworth Heinemann: Elsevier.

Bygrave, W.D. & Zacharakis, A., 2004. The entrepreneurial process. In Bygrave W.D., Z.A.. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. p.3.

Chaisawat, M., 2006. Policy and planning of Tourism Product Development in Thailand: A proposed model. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(1), pp.1-16.

Chiappe, M.B. & Butler Flora, C., 1998. Gendered Elements of the Alternative Agriculture Paradigm. *Rural Sociology*, 63(3), pp.372–93.

Chiutsi, S. & Mudzengi, B.K., 2012. Community Tourism Entrepreneurship for Sustainable Tourism Management in Southern Africa: Lessons from Zimbabwe. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(8), pp.127-34.

Chowdhury, M., 2007. Overcoming entrepreneurship development constraints: the case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(3), pp.240 – 251.

Chuang, S.-T., 2013. Residents' Attitudes Toward Rural Tourism in Taiwan: a Comparative Viewpoint. *International Journal of Tourism Research*, pp.152–70.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Comen, T. & Foster, D., 2009. *Agricultural Diversification and Agritourism: Critical Success Factors*. The Institute For Integrated Rural Tourism.

Community Policy Analysis Center, n.d. *Community Policy Analysis Center (CPAC) out of the University of Missouri-Columbia*. [Online] Available at: HYPERLINK "http://cpac.missouri.edu/" <http://cpac.missouri.edu/>.

Crouch, G.I., 1995. A Meta-analysis of Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 22(1), pp.103-18.

Čomić, L., 2002. Ruralni turizam u Srbiji - mogućnosti i perspektive. *Časopis Departmana za geografiju, turizam i hotelijerstvo*, pp.119-20.

Dabson, B., 2005. *Fostering Entrepreneurship Development Systems in Rural America: First Review of the Results of the Request for Proposals*. Missouri-Columbia: CFED and the Rural Policy Research Institute (RUPRI).

Dahles, H., 1997. *Tourism, small entrepreneurs, and sustainable development: case from developing countries*. Tilburg: ATLAS.

Davidsson, P., 1991. Continued entrepreneurship: ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, pp.405-29.

De Beer, A. & De Beer, F., 2011. Reflections on pro-poor tourism in South Africa: challenges of poverty and policy in the search for a way forward. *Journal of Contemporary Management*, 8, pp.591-606.

Delić, S., 2012. *Faktori održivog razvoja poljoprivrede AP Vojvodine*. Novi Sad: Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu.

Deloitte & Touche, IIED, ODI, 1999. *Studija održivog turizma i eliminacije siromaštva, Izveštaj sektoru za međunarodni razvoj*. Podgorica: Program za razvoj Ujedinjenih nacija, kancelarija u Podgorici.

Deželjin, J., Deželjin, J., Dujanić, M. & Vujić, V., 2002. Poduzetništvo i menadžment malih preduzeća. In Deželjin, J.D.J.D.M..V.V. *Poduzetnički menadžment- Izazov, rizik, zadovoljstvo*. Zagreb: M.E.P. Consult. pp.225-67.

Deže, J. & Ranogajec, L., 2007. Economic Development and Rural Entrepreneurship in East Croatia. In *Development of Agriculture and Rural Areas in Central and Eastern Europe*. Novi Sad, 2007. European Association of Agricultural Economists.

Dinis, A. et al., 2013. Psychological characteristics and entrepreneurial. *Education + Training*, 55(8/9), pp.763-80.

Drabenstott, M., Novack, N. & Abraham, B., 2003. *Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Rural Entrepreneurs-A Conference Summary*. [Online] Available at: HYPERLINK "file:///C:\\Users\\iva.skrbic\\AppData\\Local\\Temp\\www.kansascityfed.org\\PUBLIC

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

AT\\MainStreets03\\RC03\_Summarx.pdf"

[www.kansascityfed.org/PUBLICAT/MainStreets03/RC03\\_Summarx.pdf](http://www.kansascityfed.org/PUBLICAT/MainStreets03/RC03_Summarx.pdf). [Accessed 16 Augustus 2006].

Đokić, G. & Simić, S., 2012. Faktori (ne)uspeha djelovanja biznis inkubatora u zmljama u tranziciji. In *10. Međunarodni naučni skup sa Sinergija 2012*. Bijeljina, 2012. Univerzitet Sinergija.

Đorđević Milošević, S. & Milovanović, J., 2012. *Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja*. Beograd: Fakultet za primenjenu ekologiju Futura, Univerzitet Singidunum.

Đuričić, B.Đ.M.R..M.N., 2011. Uticaj turizma na razvoj agrarne proizvodnje u Zlatiborskom okrugu. In *Naučna konferencija sa međunarodnim učešćem Agrobiz 2011*. Novi Pazar, 2011. International - University of Novi Pazar.

Đuričin, D.N., Janošević, S.V. & Kaličanin, Đ.M., 2013. *Menadžment i strategija*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.

Đurić, Z., 2012. Mali porodični biznis u funkciji društveno-ekonomskog razvoja. *Socioeconomica*, pp.155 – 165.

Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP), 2005. *The contribution of tourism to poverty alleviation*. Bangkok: United Nations Publication.

Economy.rs, 2011. *(Ne)verovatan podatak: Između 35 i 40 odsto građana radi na "crno"*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://www.naslovi.net/2011-03-09/economy/ne-verovatan-podatak-izmedju-35-i-40-odsto-gradjana-radi-na-crno/2390056>" <http://www.naslovi.net/2011-03-09/economy/ne-verovatan-podatak-izmedju-35-i-40-odsto-gradjana-radi-na-crno/2390056> [Accessed 07 May 2016].

Edukacija.rs, 2016. *Spisak osnovnih škola u Srbiji*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://osnovneskole.edukacija.rs/drzavne>" <http://osnovneskole.edukacija.rs/drzavne> [Accessed 19 March 2016].

eKapija.com, 2007. *Objedinjena turistička ponuda opština Loznica, Šabac, Krupanj, Ljubovija, Mali Zvornik i Osečina*. [Online] Available at: HYPERLINK "[http://www.ekapija.com/website/sr/company/photoArticle.php?id=114968&path=dozvole\\_160511.jpg](http://www.ekapija.com/website/sr/company/photoArticle.php?id=114968&path=dozvole_160511.jpg)" [http://www.ekapija.com/website/sr/company/photoArticle.php?id=114968&path=dozvole\\_160511.jpg](http://www.ekapija.com/website/sr/company/photoArticle.php?id=114968&path=dozvole_160511.jpg) [Accessed 13 October 2015].

Ersado, L., 2006. *Rural Vulnerability In Serbia, World Bank Policy Research Working Paper No. 4010*. World Bank.

European Commission, 2015. *Rural development 2014-2020*. [Online] Available at: HYPERLINK "[http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index_en.htm)" [http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index_en.htm) [Accessed 22 December 2015].



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

European Council, 2000. *European Charter for Small Enterprises*. Santa María de Feira: European Council.

EVROPA Plus, 2000. *Građani o korupciji: Država forsira mito*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://www.emins.org/sr/publikacije/evropa-plus/index.html>" <http://www.emins.org/sr/publikacije/evropa-plus/index.html> [Accessed 07 May 2016].

Evropean Parliamentary Research Service, 2012. *Rural areas in the European Union*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://epthinktank.eu/2012/11/28/4589/>" <http://epthinktank.eu/2012/11/28/4589/> [Accessed 03 December 2013].

Evropska Komisija, 2006. *Leader pristup— Opšta upustva*. Luksemburg: Kancelarija za službene publikacije Evropske Zajednice.

Evropski ekonomski i socijalni komitet, 2011. *Mišljenje Evropskog ekonomskog i socijalnog komiteta o ruralnom razvoju i zapošljavanju u zemljama Zapadnog Balkana*. Brusel: Evropski ekonomski i socijalni komitet.

Farashah, A.D., 2013. The process of impact of entrepreneurship. *Education + Training*, 55(8/9), pp.868-85.

Fesenmaier, J., Fesenmaier, D. & Van Es, J.C., 1995. *The nature of Tourism Jobs in Illinois: Draft Report*. Illinois: University of Illinois, Laboratory for Community and Economic Development.

Flora, C.B., 1997. *Building Social Capital: The Importance of Entrepreneurial Social Infrastructure*. *Rural Development News*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://www.ag.iastate.edu/centers/rdev/newsletter/june97/build-soc-capital.html>" <http://www.ag.iastate.edu/centers/rdev/newsletter/june97/build-soc-capital.html> [Accessed 30 December 2006].

Fond za razvoj ekonomske nauke, 2013. *Siva ekonomija u Srbiji: novi nalazi i preporuke za reforme- rezime studije*. Beograd: Fond za razvoj ekonomske nauke i USAID Srbija.

Fotiadis, A., 2011. *The role of tourism in rural development: the role of tourism in rural development through a comparative analysis of a Greek and a Hungarian rural tourism area*. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.

Franić, R. & Grgić, Z., 2002. Agroturizam na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u Hrvatskoj – Pretpostavke i izgledi razvitka, studij slučaja. *Agriculturae Conspectus Scientificus*, p.140.

Fu-Lai Tony, Y., 2007. *A Dinamic Model of The Entrepreneurial Process: A Human Agency Perspective*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://ibacnet.org/bai2007/proceedings/Papers/2007bai7059.doc>" <http://ibacnet.org/bai2007/proceedings/Papers/2007bai7059.doc> [Accessed 13 January 2009].

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Gannon, A., 1994. Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition. *Journal of Sustainable Tourism*, pp.51-60.
- Gartner, W.B., 1985. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, pp.696-706.
- Gascon, J., 2015. Pro-Poor Tourism as a Strategy to Fight Rural Poverty: a Critique. *Journal of Agrarian Change*, pp.499-518.
- Genera, C., 2005. Nature vs. Nurture. *Region Focus*, pp.17-20.
- Gill, A.M. & Reed, M.G., 1997. The reimagining of a Canadian resource town: Postproductivism in a North American context. *Applied Geographic Studies*, 1(2), pp.129-47.
- Global Entrepreneurship Monitor, 2015. *GEM 2014 Global Report*. London: Global Entrepreneurship Research.
- Gnyawali, D. & Fogel, D., 1994. Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp.43-62.
- Goodwin, H., 2007. Indigenous Tourism and Poverty Reduction. In Butler, R. & Hinch, T. *Tourism and Indigenous Peoples*. Oxford: Butterworth-Heinemann. pp.84-94.
- Goodwin, H., 2009. Reflections on 10 Years of Pro-Poor Tourism. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), pp.90-94.
- Goodwin, H. & Santilli, R., 2009. *Community-Based Tourism: A Success? ICRT Occasional Paper 11*. UK: ICRT.
- Griver, S., 2009. *Agricultural tourism*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.jewishvirtuallibrary.org/jsource/agriculture/agtour.html"](http://www.jewishvirtuallibrary.org/jsource/agriculture/agtour.html)  
<http://www.jewishvirtuallibrary.org/jsource/agriculture/agtour.html> [Accessed 1 December 2010].
- Grozdanić, R. & Savić, B., 2008. *Podsticaji opština za razvoj malih i srednjih preduzeća i preduzetništva, poljoprivrede i ruralni razvoj*. Beograd: SME Consulting.
- Grupa autora, SEED, 2003. Razvoj malog biznisa u Srbiji. In *Konferencija-Mala i srednja preduzeća*. Beograd, 2003.
- Hales, D., 2010. *An introduction to Triangulation*. Geneva: UNAIDS.
- Hall, D., 2004. Rural tourism development in southeastern Europe: transition and the search for sustainability. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), pp.165-76.
- Harrison, D., 2008. Pro-poor Tourism: A critique. *Third World Quarterly*, 29(5), pp.851-68.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Häusler, N., 2008. *Stakeholder Dialogues in Tourism - How to achieve Fair Pro-Poor Tourism Partnerships*. Germany: Mascontour.

Häusler, N., 2013. *Stakeholder Dialogues in Tourism- How to achieve Fair Pro-Poor Tourism Partnerships*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.mekongtourism.org/stakeholder-dialogues-in-tourism-how-to-achieve-fair-pro-poor-tourism-partnerships/"](http://www.mekongtourism.org/stakeholder-dialogues-in-tourism-how-to-achieve-fair-pro-poor-tourism-partnerships/) <http://www.mekongtourism.org/stakeholder-dialogues-in-tourism-how-to-achieve-fair-pro-poor-tourism-partnerships/> [Accessed 09 January 2016].

Henderson, J., 2007. *Understanding Rural Entrepreneurs at the County Level: Data Challenges*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://ssu.agri.missouri.edu/agecon/mccel/materials/henderson.pdf"](http://ssu.agri.missouri.edu/agecon/mccel/materials/henderson.pdf) <http://ssu.agri.missouri.edu/agecon/mccel/materials/henderson.pdf> [Accessed 3 March 2015].

Hjalager, A.M., 1997. Innovation Patterns in Sustainable Tourism. *Tourism Management*, pp.35- 41.

Holden, A. & Novelli, M., 2011. The Changing Paradigms of Tourism in International Development: Placing the Poor First—Trojan Horse or Real Hope? *Tourism Planning & Development*, 8(3), pp.233-35.

Holland, J., Burian, M. & Dixey, L., 2003. *Tourism in Poor Rural Areas, Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic- PPT Working Paper No. 12*. UK: Economic and Social Research Unit (ESCOR).

Hoy, F. et al., 1991. An incubator within an incubator: a case study of biotechnology venturing. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*.

Hrvatska gospodarska komora, Sektor za turizam i ugostiteljstvo, 2002. *Turizam na seoskim obiteljskim gospodarstvima*. Zagreb: GIPA.

International Labour Office, 2011. *Rural Policy Briefs, Stimulating Rural Growth, Jobs and Income through Tourism*. [Online] Genève: International Labour Office Available at: [HYPERLINK "http://www.ilo.org/employment/units/rural-development/WCMS\\_161153/lang--en/index.htm"](http://www.ilo.org/employment/units/rural-development/WCMS_161153/lang--en/index.htm) [http://www.ilo.org/employment/units/rural-development/WCMS\\_161153/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/employment/units/rural-development/WCMS_161153/lang--en/index.htm) [Accessed 2014 February 13].

International Labour Organization, 2011. *Reducing Poverty through Tourism: Questions and Answers*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS\\_154943/lang--en/index.htm"](http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_154943/lang--en/index.htm) [http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS\\_154943/lang--en/index.htm](http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_154943/lang--en/index.htm) [Accessed 2013 December 12].

IRPEU – Institut za razvoj poduzetništva i europske projekte, 2012. *Što je SWOT analiza?* [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.eu-projekti.info/sto-je-](http://www.eu-projekti.info/sto-je-)

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

swot-analiza" <http://www.eu-projekti.info/sto-je-swot-analiza> [Accessed 03 February 2016].

Ivanović, V., 2015. *Srbija – zemlja seoskog turizma i srdačnih domaćina*. [Online] Available at: HYPERLINK "http://www.agromedia.rs/Zivot-na-selu/seoski-turizam/srbija-zemlja-seoskog-turizma-i-srdacnih-domacina" <http://www.agromedia.rs/Zivot-na-selu/seoski-turizam/srbija-zemlja-seoskog-turizma-i-srdacnih-domacina> [Accessed 3 December 2015].

Jamieson, W., Goodwin, H. & Edmunds, C., 2004. *Contribution of Tourism to Poverty Alleviation Pro-Poor Tourism and the Challenge of Measuring Impacts*. UN: Transport and Tourism Division, UN ESCAP.

Jegdić, V., Cvijanović, S. & Sajfert, D., 2010. Optimalni model upravljanja turističkom destinacijom. *Industrija*, 38(3), pp.121-38.

Johnsrud, M.D., 1997. Entrepreneurship in the development of a rural area. In Petrin, T. & Gannon, A. *Rural Development through Entrepreneurship*. Roma: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Jokanović, I., 2013. *Infrastruktura- Pojmovi i definicije; Istorijski razvoj; Klasifikacija; Staus infrastrukture*. [Online] Available at: HYPERLINK "http://aggfbl.org/wp-content/uploads/2016/01/01-Infrastruktura.pdf" <http://aggfbl.org/wp-content/uploads/2016/01/01-Infrastruktura.pdf> [Accessed 13 December 2015].

Kayne, J., 2000. Rural Entrepreneurship Initiative September. In *Second Minnesota Academy working session*. Rochester, Minnesota, 2000. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Khan, A., 1986. Entrepreneur Characteristics and the Prediction of New Venture Success. *OMEGA*, pp.365-72.

Kieselbach, S.R. & Long, P.T., 1990. Tourism and the rural revitalization movement. *Parks and Recreation*, 25(3), pp.62-66.

King, B. & Pearlman, M., 2009. Planning for Tourism at Local and Regional Levels: Principles, Practices, and Possibilities. In Jamal, T. & Robinson, M. *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. UK: Sage Publications. pp.416-31.

Kline, C.S., 2007. *The Role of Entrepreneurial Climate in Rural Tourism Development*. Raleigh, North Carolina: Faculty of North Carolina State University.

Koh, K., 1996. The Tourism Entrepreneurial Process: A Conceptualization and Implications for Research and Development. *The Tourist Review*, pp.24-40.

Koh, K., 2002. Explaining a Community Touristscape: An Entrepreneurism Model. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, pp.21-48.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Kolin, M. & Čičkarić, L., 2010. Rodne nejednakosti u zapošljavanju, upravljanju i odlučivanju. *Stanovništvo*, pp.103-24.
- Komazec, L. & Aleksić, M., 2015. Organska poljoprivredna proizvodnja u funkciji smanjenja ruralnog siromaštva - primer vojvođanskog sela Velebit. *Ekonomski horizonti*, 17(2), pp.155-63.
- Komisija za akreditaciju i proveru kvaliteta, 2016. *Vodič kroz akreditovane studijske programe na visokoškolskim ustanovama u Republici Srbiji*. Beograd: Komisija za akreditaciju i proveru kvaliteta.
- Kornai, J., 1995. *Highway and byways: Studies on reform and post-communist transition*. Boston: The MIT Press.
- Kostjerević, A., 2015. *Gostoprinstvo kao potencijalni faktor kompetitivnosti ruralnog turizma Podrinja*. Novi Sad: Fakultet za sport i turizam.
- Košić, K., 2009. *Ruralni turizam Vojvodine i održivi razvoj, doktorska disertacija*. Novi Sad: PMF, Univerzitet u Novom Sadu.
- Krajnović, A., Čičin-Šain, D. & Predovan, M., 2011. Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma- problemi i smjernice. *Oeconomica Jadertina*, pp.30-45.
- Kronja, J., 2011. *Vodič kroz strategiju Evropa 2020*. Beograd: Evropski pokret u Srbiji.
- Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M., 2007. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Ohio: Thomson South-Western.
- Kusworo, H.A. & Damanik, J., 2005. *Friends of Community Hotel: Towards Institutionalized Partnership in Poverty Alleviation*. [Online] Available at: HYPERLINK "file:///C:/Users/iva.skrbic/AppData/Local/Temp/www.fab.utm.my/download/ConferenceSem" [www.fab.utm.my/download/ConferenceSem](http://www.fab.utm.my/download/ConferenceSem) [Accessed 16 February 2010].
- Lajović, D., 2004. Karakteristike, barijere i vještine unutrašnjeg preduzetništva sa osvrtom na naše uslove. *Privredna izgradnja*, 47(1-2), pp.69-77.
- Lanjouw, J. & Lanjouw, P., 1997. The rural non-farm sector an update. In *XXIII International Conference of Agricultural Economists on Food Security, Diversification and Resource Management*. Sacramento, 1997.
- Lapeyse, R., 2009. Revenue Sharing in Community-private Sector Lodges in Namibia: A Bargaining model. *Tourism Economics*, 15(3), pp.653-69.
- Laukkanen M., N.H., 2003. Local developers as virtual entrepreneurs - Do difficult surroundings need initiating interventions? *Entrepreneurship and Regional Development*, pp.309-31.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Lerner, M. & Haber, S., 2000. Performance Factors of Small Tourism Ventures: The Interface of Tourism, Entrepreneurship, and the Environment. *Journal of Business Venturing*, pp.77-100.

Lewis, A. & Brown, T., 2007. *Pro-poor tourism: A vehicle for development in Trinidad & Tobago*. [Online] Available at: HYPERLINK "<https://sta.uwi.edu/conferences/salises/documents/Lewis%20%20A.pdf>" "<https://sta.uwi.edu/conferences/salises/documents/Lewis%20%20A.pdf>" [Accessed 13 Augustus 2015].

Linna, P., 2011. Community-level entrepreneurial activities: Case study from rural Kenya. *International Journal of Business and Public Management*, pp.8-15.

Lordkipanidze, M., Brezet, H. & Backman, M., 2005. The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), pp.787-98. Available at: HYPERLINK "<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.043>" "<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.043>" [Accessed 13 April 2013].

Lukić, A., 2005. *Na selo, na selo... razvoj ruralnog turizma u Europi*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://www.geografija.hr/svijet/na-selo-na-selo-razvoj-ruralnog-turizma-u-europi/>" "<http://www.geografija.hr/svijet/na-selo-na-selo-razvoj-ruralnog-turizma-u-europi/>" [Accessed 10 December 2013].

Luvanga, N.E. & Shitundu, J.L.M., 2003. *The Role of Tourism in Poverty Alleviation in Tanzania*. Tanzania: Mkuki na Nyota Publishers.

Lyons, T.S., 2002. Building social capital for rural enterprise development: Three case studies in the United States. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, pp.193-216.

Lyons, T., 2003. Policies for creating an entrepreneurial region. In *Main Streets of Tomorrow: Growing and Financing Entrepreneurs conference proceedings*. Kansas City, 2003. Center for the Study of Rural America, Federal Reserve of Kansas City.

Macke, D. & Markley, D., 2006. *Entrepreneurship and Rural America*. Illinois: Illinois Institute for Rural Affairs.

Maksimović, G., 2011. Demografski faktori lokalnog ekonomskog razvoj u republici Srbiji. *Agroekonomika*, 49-50, pp.47-56.

Maksimović, G., 2011. Ograničavajući faktori lokalnog ekonomskog razvoja u Republici Srbiji. *Agroekonomika*, 49-50, pp.97-104.

Malešević, K., 2004. Irsko iskustvo ruralnog razvoja- moguće pouke za Srbiju. *Economic Annals*, 163, pp.183-202.

Malkanathi, S.H.P. & Routry, J.K., 2011. Potential for Agritourism Development: Evedance from Sri Lanka. *The Journal of Agricultural Sciences*, pp.45-58.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Mancino, A. & Rapone, F., 2009. Entrepreneurship in Wine Tourism Development: The Case of the Southern Italian Region of Campania. In *International Conference on Tourism Development and Management*. Kos, Greece, 2009.

Markov, S., 2010. Seoski turizam-preduzetnička aktivnost u seoskim područjima iz sociološke perspektive. *Turizam*, pp.42-44.

Masip, J.D., 2006. Tourism Product Development: a way to create value, The case of La Vall de Lord. In *XV International Doctoral Tourism and Leisure Colloquium*. Barcelona, 2006. ESAID.

McGeheea, G.N., Kyungmi, K. & Jennings, G.R., 2007. Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Tourism Management*, pp.280–89.

Meyer, D., 2007. Pro-poor tourism: from leakages to linkages. A conceptual framework for creating linkages between the accommodation sector and 'poor' neighbouring communities. *Current Issues in Tourism*, 10(6), pp.558-83.

Meyer, D., Ashley, C. & Poultney, C., 2004. *Pro Poor Strategies for Businesses: Creating Linkages*. [Online] Available at: [HYPERLINK "file:///C:/Users/iva.skrbic/AppData/Local/Temp/www%20.tanzaniagateway.%20org%20/docs/%20Bussines\\_Implementation\\_of\\_Pro\\_Poor\\_Tourism\\_Case\\_Study\\_Briefs.pdf"](file:///C:/Users/iva.skrbic/AppData/Local/Temp/www%20.tanzaniagateway.%20org%20/docs/%20Bussines_Implementation_of_Pro_Poor_Tourism_Case_Study_Briefs.pdf) [www.tanzaniagateway.org/docs/Bussines\\_Implementation\\_of\\_Pro\\_Poor\\_Tourism\\_Case\\_Study\\_Briefs.pdf](http://www.tanzaniagateway.org/docs/Bussines_Implementation_of_Pro_Poor_Tourism_Case_Study_Briefs.pdf) [Accessed 16 February 2010].

Meyer, D., Ashley, C. & Poultney, C., 2004. *Pro Poor Tourism Strategies for Businesses: Creating Linkages*. UK: Pro Poor Tourism Pilots (Southern Africa) Programme.

Mijatović, B., 2015. *Siromaštvo u Srbiji u 2014. godini*. Beograd: Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva.

Milić, B., 2011. *Ruralni razvoj: praktikum za lokalne aktere*. Beograd: Stalna konferencija gradova i opština.

Miljević, M., 2007. *Metodologija naučnog rada*. Pale: Filozofski fakultet, Univerzitet u Istočnom Sarajevu.

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije, 2009. *Analiza budžetske podrške razvoju seoskog turizma u Srbiji i diversifikaciji ekonomskih aktivnosti na selu*. Beograd.

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede RS, Sektor za ruralni razvoj, 2009. *Analiza budžetske podrške razvoju seoskog turizma u Srbiji i diversifikaciji ekonomskih aktivnosti na selu*. Beograd: Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede RS.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Ministarstvo privrede: sektor RR-SAP i Ekonomski institut Banja Luka, 2015. *Program razvoja Podrinja*. Beograd: Ministarstvo privrede, Sektor za regionalni razvoj i strateške analize privrede i Predstavništvo Republike Srpske.

Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije, 2016. *Kupovna moć stanovništva- Potrošačka korpa*. Beograd: Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2011. *Priručnik za bavljenje seoskim turizmom - Korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja*. Zagreb: Ministarstvo turizma RH.

Ministarstvo za privredu i privatizaciju Republike Srbije, 2003. *Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća i preduzetništva u Republici Srbiji 2003.-2008*. Beograd: Ministarstvo za privredu i privatizaciju Republike Srbije.

Mirković, M., 2011. Uticaj ruralne nepoljoprivredne ekonomije na smanjenje siromaštva. *Ekonomске teme*, 49(2), pp.263-79.

Mitchell, J.A.C., 2010. *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*. London: Earthscan.

Mnguni, K.I., 2010. *The Socio-Economic Analysis of Agritourism in Two Rural Communities in the Limpopo Province*. Unisa: Agriculture, Animal Health and Human Ecology, University of South Africa.

Molnar, D. & Pejčić, D., 2013. *Studija poslovne klime na lokalnom nivou*. Beograd: Stalna konferencija gradova i opština.

Moore, C., 1986. Understanding Entrepreneurial Behavior: A Definition and Model. In *Academy of Management Best Papers Proceedings*. Chicago, 1986. Academy of Management.

Moroz, P.W. & Hindle, K., 2012. Entrepreneurship as a Process: Toward Harmonizing Multiple Perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp.781–818.

Morris, M.H. & Lewis, S.P., 1995. The determinants of entrepreneurial activity: Implications for marketing. *European Journal of Marketing*, pp.31-48.

Mowforth, M. & Munt, I., 2003. *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World. Second edition*. London: Routledge.

Mreža za ruralni razvoj u Bosni i Hercegovini, 2016. *Ko su i kakava je uloga ruralnih animatora?* [Online] Available at: HYPERLINK "<http://ruralnamreza.ba/ruralni-animator/ko-su-ruralni-animatori>" <http://ruralnamreza.ba/ruralni-animator/ko-su-ruralni-animatori> [Accessed 21 April 2016].



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Mshenga, P.M., Richardson, R., Njehia, B.K. & Birachi, E.A., 2010. The Contribution of Tourism to Micro and Small Enterprise Growth. *Tourism Economics*, 16(4), pp.279-303.

Mthembu, M.B.J., 2012. Rural tourism development: a viable formula for poverty alleviation in Bergville. *Jnl Hum & Soc Sci*, 4(1), pp.63-74.

Mthembu, M.B.J., 2012. Rural tourism development: a viable formula for poverty alleviation in Bergville. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(1), pp.63-74.

Müller, S., 2012. *Do rural regions benefit from entrepreneurship?* [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel\\_rural\\_regions\\_benefit"](http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel_rural_regions_benefit)  
[http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel\\_rural\\_regions\\_benefit](http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel_rural_regions_benefit).

Müller, S., 2012. *Do rural regions benefit from entrepreneurship?* [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel\\_rural\\_regions\\_benefit"](http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel_rural_regions_benefit)  
[http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel\\_rural\\_regions\\_benefit](http://www.regionalt.erhvervsstyrelsen.dk/forskerartikel_rural_regions_benefit)  
[Accessed 16 January 2014].

Nacionalna agencija za regionalni razvoj, 2014. *Razvijenosti regiona i jedinica lokalne samouprave*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.regionalnirazvoj.gov.rs/Lat/ShowNARRFolder.aspx?mi=4"](http://www.regionalnirazvoj.gov.rs/Lat/ShowNARRFolder.aspx?mi=4)  
<http://www.regionalnirazvoj.gov.rs/Lat/ShowNARRFolder.aspx?mi=4> [Accessed 22 Augustus 2016].

Nacionalna agencija za regionalni razvoj, 2016. *Jedinstveni informacioni sistem od značaja za regionalni razvoj*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.regionalnirazvoj.gov.rs/Pages/RegionalMap.aspx"](http://www.regionalnirazvoj.gov.rs/Pages/RegionalMap.aspx)  
<http://www.regionalnirazvoj.gov.rs/Pages/RegionalMap.aspx#> [Accessed 14 April 2016].

NALED & GTZ, 2010. *Izveštaj o stanju preduzetništva u opštinama Istočne Srbije*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.naled-serbia.org%2Fdocuments%2Fbanner%2FIzvestaj%2520o%2520stanju%2520preduzetnistva%2520u%2520opstinama%2520Istocne%2520Srbije.pdf&ei=kexTUPaPBsTftAbrn4GYCQ&"](http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.naled-serbia.org%2Fdocuments%2Fbanner%2FIzvestaj%2520o%2520stanju%2520preduzetnistva%2520u%2520opstinama%2520Istocne%2520Srbije.pdf&ei=kexTUPaPBsTftAbrn4GYCQ&)  
<http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.naled-serbia.org%2Fdocuments%2Fbanner%2FIzvestaj%2520o%2520stanju%2520preduzetnistva%2520u%2520opstinama%2520Istocne%2520Srbije.pdf&ei=kexTUPaPBsTftAbrn4GYCQ&> [Accessed 6 June 2013].

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Namatovu, R. et al., 2012. *Rural Youth Entrepreneurs in East Africa: A view from Uganda and Kenya*. Dakar: Investment Climate and Business Environment Research Fund (ICBE-RF).

Namatovu, R. et al., 2012. *Rural Youth Entrepreneurs in East Africa: A view from Uganda and Kenya*. Dakar: Investment Climate and Business Environment (ICBE) Research Fund, TrustAfrica and IDRC.

Nawijn, J., Van der Sterren, J. & Peeters, P.M., 2008. The St-Ep Programme and Least Developed Countries: Is Tourism the Best Alternative? In Burns, P.M. & Novelli, M. *Tourism Development: Growth, Myths and Inequalities*. Wallingford, UK: CABI. pp.1-10.

Nayab, N., 2011. *Factors Having an Impact on Starting and Operating a Business*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.brighthub.com/office/entrepreneurs/articles/73616.aspx"](http://www.brighthub.com/office/entrepreneurs/articles/73616.aspx)  
<http://www.brighthub.com/office/entrepreneurs/articles/73616.aspx> [Accessed 6 March 2013].

Ngassa, M., 2013. Agri-Tourism: an Opportunity for Promoting Pro-Poor Tourism. *The Eastern African Journal of Hospitality, Leisure and Tourism*.

Nicević, N., 2011. Ruralni turizam u funkciji ruralnog razvoja Pešterske visoravni. In *Naučna konferencija sa međunarodnim učešćem Agrobiz 2011*. Novi Pazar, 2011. International - University of Novi Pazar.

Nieuwenhuizen, C., 2003. The Nature and Development of Entrepreneurship. In G., N. & J., H. *Entrepreneurship: A Sout African Perspective*. Pretoria: Van Schaik. pp.4-22.

Novković, N., 1999. Konceptija razvoja malih i srednjih preduzeća u agrobiznisu. In *Zbornik radova naučno-stručnog seminara: Mala i srednja preduzeća u agrobiznisu*. Novi Sad, 1999. Poljoprivredni fakultet Univerziteta u Novom Sadu.

Novović, M., 2010. Upravljanje kvalitetom integralnog turističkog proizvoda Moravičkog okruga.

Okolić, M., 2007. *Sistem za podršku razvoju malih i srednjih preduzeća*. Banja Luka: Fakultet poslovne ekonomije, Panevropski univerzitet Apeiron.

Ollenburg, K. & Buckley, R., 2007. Stated Economic and Social Motivations of Farm Tourism Operators. *Journal of Travel Research*, 45(4), pp.444-52.

Oppermann, M., 1996. Rural tourism. In: Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, pp.86-102.

Opština Loznica, 2012. *Strategija lokalnog odživog razvoja grada Loznice 2012--2021*. Loznica: Opština Loznica.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Opština Ljubovija, 2013. *Strategija lokalnog održivog razvoja opštine Ljubovija 2013.-2022.* Ljubovija: Opština Ljubovija.
- Opština Mali Zvornik, 2012. *Strategija održivog razvoja opštine Mali Zvornik za period od 2012.-2017. godine- revidirana verzija.* Mali Zvornik: Opština Mali Zvornik.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994. *Tourism Strategies and Rural Development, OCDE/GD(94)49.* Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development.
- Overseas Development Institute, 2009. *Value chain analysis and poverty reduction at scale. Evidence from tourism is shifting mindsets.* London: Overseas Development Institute.
- Ožanić, M., 1989. Inventivno stvaralaštvo-bez pravog zamaha. *Poslovna politika, Beograd*, p.21.
- Ožegović, L., 2006. *Istraživanje uticaja strukture životnih ciljeva preduzetnika na uspešno poslovanje preduzeća u preduzetničkom inkubatoru- doktorska disertacija.* Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Tehnički fakultet "Mihajlo Pupin" u Zrenjaninu.
- Pandey, D.P., 2008. *Rural Project Management.* India: New Age International.
- Paraušić, V. & Cvijanović, D., 2014. *Ekonomska veličina poljoprivrednih gazdinstava u Srbiji i preporuka mera za njihovo osnaživanje.* [Online] Available at: HYPERLINK "<http://media.popispoljoprivrede.stat.rs/2014/Dokumenta/Radovi/04%20Ekonomska%20velicina%20poljoprivrednih%20gazdinstava%20u%20RS%20i%20preporuka%20mera%20za%20njihovo%20osnazivanje.pdf>" <http://media.popispoljoprivrede.stat.rs/2014/Dokumenta/Radovi/04%20Ekonomska%20velicina%20poljoprivrednih%20gazdinstava%20u%20RS%20i%20preporuka%20mera%20za%20njihovo%20osnazivanje.pdf> [Accessed 2016 February 2016].
- Pathompituknukoon, P., Khingthong, P. & Suriya, K., 2012. Can rising tourism income compensate fading agricultural income? A general equilibrium analysis of income distribution and welfare in a rural village in Northern Thailand. *The Empirical Econometrics and Quantitative Economics Letters*, 1(1), pp.5 – 16.
- Pavličić, M., 2003. Preduzetništvo-faktor procesa proizvodnje (inovativna organizacija). *Zbornik radova, Naučno-stručni skup "Menadžment u industriji"*, pp.87-92.
- Pejanović, R. & Njegovan, Z., 2010. Preduzetništvo kao razvojni resurs (agro)privrede Republike Srbije. *AGROEKONOMIKA*, pp.5-15.
- Pejanović, R. & Njegovan, Z., 2010. Preduzetništvo kao razvojni resurs (agro)privrede Republike Srbije. *AGROEKONOMIKA*, pp.5-15.
- Penezić, N., 2009. *Preduzetništvo, savremeni pristup.* Novi Sad.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Pennings, J., 1982. Organizational birth frequencies: an empirical investigation. *Administrative Science Quarterly*, pp.120-44.
- Petrin, T., 1994. Entrepreneurship as an economic force in rural development. In *Seventh FAO/REU International Rural Development Summer School*. Herrsching, Germany, 1994.
- Petrović, P., 2000. Upravljanje svojstvima proizvoda - otkrivanje skrivenih potencijala. *Industrija*, pp.21-36.
- Petrović, M., 2014. *Kvalitet agroturizma Vojvodine i njegov uticaj na stavove lokalnog stanovništva*. Novi Sad: PMF, Univerzitet u Novom Sadu.
- Petrović, G. & Grujović, M., 2015. Povezanost i ekonomski značaj ruralnog turizma i poljoprivrede. *Ekonomski signali: poslovni magazin*, 10(1), pp.56-63.
- Pilař, L., Pokorná, J., Balcarová, T. & Hron, J., 2012. Factors Determining the Entry of Agricultural Farms into Agritourism. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics*, pp.59-65.
- Plojović, Š., Bećirović, S. & Ujkonović, E., 2009. Strateški osvrt na tržište rada u regiji Sandžak. In *SPIN '09 VII Skup privrednika i naučnika, Operacioni menadžment i globalna kriza*. Beograd, 2009. Fakultet organizacionih nauka.
- Popović, B., 2009. Contribution of Small and Medium Sized Enterprises in Republic Serbia. *Journal of Agricultural Sciences*, pp.63-80.
- Porezi pravo i praksa, 2014. *Ovlašćeni poslovođa preduzetničke radnje i ostala lica koja rade kod preduzetnika: kad postoji obaveza zasnivanja radnog odnosa?* [Online] Available at: HYPERLINK "<http://porezi.blogspot.rs/2014/10/ovlasceni-poslovoa-preduzetnicke-radnje.html>" <http://porezi.blogspot.rs/2014/10/ovlasceni-poslovoa-preduzetnicke-radnje.html> [Accessed 04 April 2016].
- Porter, M., 2007. *Konkurentnska prednost*. Novi Sad: Asee.
- Poultney, C. & Spenceley, A., 2001. *Practical strategies for pro-poor tourism, Wilderness Safaris South Africa: Rocktail Bay and Ndumu Lodge*. UK: Economic and Social Research Unit, UK Department for International Development.
- Privitera, D., 2015. Film and the Representation of the Poverty. Touristic Mobilities in Developing countries. *AlmaTourism- Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 4, pp.269-81.
- Progetto Sviluppo CGIL, 2010. *Rezultati istraživanja o neformalnoj ekonomiji u Subotici*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://www.udruzenjepreduzetnika.rs/files/ANKETA%20O%20SIVOJ%20EKONOMIJI.pdf>" <http://www.udruzenjepreduzetnika.rs/files/ANKETA%20O%20SIVOJ%20EKONOMIJI.pdf> [Accessed 07 May 2016].

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Pro-Poor Tourism Partnership, 2004. *Pro-Poor Tourism; What is Pro-Poor Tourism?* [Online] Available at: HYPERLINK "file:///C:\\Users\\iva.skrbic\\AppData\\Local\\Temp\\www.propoortourism.org.uk\\%20what\_is\_ppt.html" [www.propoortourism.org.uk/what\\_is\\_ppt.html](http://www.propoortourism.org.uk/what_is_ppt.html) [Accessed 14 March 2009].

Radosavljević, G. & Borisavljević, K., 2003. *Inovacije kao faktor razvojapreduzetništva u turizmu.* [Online] Available at: HYPERLINK "http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fnde.ekof.bg.ac.rs%2Fvesti%2F2011%2Fpalic%2FRadosavljevic%2520Borisavljevic.doc&ei=hbNnUuuxGITXswbVhoGoCg&usg=AFQjCNGg04Rxfd\_rqG9YDa8OKxsQuGGIPQ&sig2=aU3Ad" [http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fnde.ekof.bg.ac.rs%2Fvesti%2F2011%2Fpalic%2FRadosavljevic%2520Borisavljevic.doc&ei=hbNnUuuxGITXswbVhoGoCg&usg=AFQjCNGg04Rxfd\\_rqG9YDa8OKxsQuGGIPQ&sig2=aU3Ad](http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fnde.ekof.bg.ac.rs%2Fvesti%2F2011%2Fpalic%2FRadosavljevic%2520Borisavljevic.doc&ei=hbNnUuuxGITXswbVhoGoCg&usg=AFQjCNGg04Rxfd_rqG9YDa8OKxsQuGGIPQ&sig2=aU3Ad) [Accessed 2013 April 13].

Radović, D. & Radović, B., 2007. Preduzetništvo, poslovno okruženje i nezaposlenost u funkciji smanjenja regionalnih razlika u Srbiji. *Ekonomski vidici*, pp.147-61.

Rajko, M., 2013. Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre. *Oeconomica Jadertina*, pp.50-62.

Rakićević, Z., J., O.B. & Ljamić-Ivanović, B., 2015. Virtuelno preduzetništvo: obrazovanje kao podrška preduzetničkoj spremnosti studenata. In *International Scientific Conference of IT and Business-Related Research*. Beograd, 2015. Univerzitet Singidunum.

Ramukumba, T., 2012. The Local Economic Development in the Eden District Municipality, Western Cape Province, South Africa: A Case Study of Emerging Entrepreneurs in Tourism Industry. *American Journal of Tourism Research*, 1(1), pp.9-15.

Rasch, L.A., 2008. *Online Wine Tourism Marketing Efforts of Wineries and Convention and Visitors*. Texas A&M University.

Razvojna agencija Srbije, 2016. *Baza opština*. [Online] Available at: HYPERLINK "http://serbia-locations.rs/municipalities-srb/" <http://serbia-locations.rs/municipalities-srb/> [Accessed 29 April 2016].

Reynolds, P., Hay, M. & Camp, S., 1999. *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*. Kansas City, MO.: Kauffman Foundation.

Richins, H., 2000. Structural Factors and Their Influence on Community Decision Makers Regarding Tourism Development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 5(1), pp.25-37.

Rightmyre, V.M., Chatman, D.M. & Johnson, T.G., 2004. *The Rural Entrepreneurship Initiative Survey Results for Excelsior Springs, Missouri*. Missouri: Missouri Rural

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Development Partners and Community Policy Analysis Center, University of Missouri-Columbia.

Ristić, L., 2013. Strategijsko upravljanje održivim ruralnim razvojem u Republici Srbiji. *Ekonomski horizonti*, 15(3), pp.29 - 243.

Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. & Hudson, S., 2001. Developing operational measures for the components of a destination competitiveness / sustainability model: consumer versus managerial perspectives. In Mazanec, A., Crouch, G.I., Brent, J.R. & Woodside, A.G. *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure. Volume 2*. Oxfordshire: CAB International. pp.1-17.

Roe, D. & Urquhart, P., 2001. *Pro-Poor Tourism: Harnessing the World's Largest Industry for the World's Poor*. London: International Institute for Environment and Development.

Rogerson, C.M., 2006. Pro-Poor Local Economic Development in South Africa: The Role of Pro-Poor Tourism. *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability*, 11(1), pp.37-60.

Rogerson, C.M., 2012. Strengthening agriculture-tourism linkages in the developing World: Opportunities, barriers and current initiatives. *African Journal of Agricultural Research*, 7(4), pp.616-23.

Rollinger, L., 2012. *Izgradnja lokalnih kapaciteta za ruralni razvoj usmerena na unapređenje turizma*. Beograd: Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u okviru Zajednickog programa Ujedinjenih nacija „Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja“.

RTS, 2011. *Loznica - primer rodne ravnopravnosti*. [Online] Available at: HYPERLINK "<http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/57/srbija-danas/855040/loznica---primer-rodne-ravnopravnosti-.html>" <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/57/srbija-danas/855040/loznica---primer-rodne-ravnopravnosti-.html> [Accessed 23 October 2015].

Rural Sociological Society and the National Coalition for Rural Entrepreneurship, 2006. *Tourism and Amenity-based Development in Rural Communities. Issue Brief: Challenges for Rural America in the Twenty-first Century*. [Online] Available at: HYPERLINK

"file:///C:/Users/iva.skrbic/AppData/Local/Temp/www.ruralsociology.org/briefs/briefs3.pdf" [www.ruralsociology.org/briefs/briefs3.pdf](http://www.ruralsociology.org/briefs/briefs3.pdf). [Accessed 19 December 2006].

Saarinen, J. & Lenao, M., 2014. Integrating tourism to rural development and planning in the developing world. *Development Southern Africa*, pp.363-72.

Saleem, S. & Abideen, Z.U., 2011. Examining success factors: Entrepreneurial approaches in mountainous regions of Pakistan. *European Journal of Business and Management*, 3(4), pp.56-68.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

- Salençon, S., 2004. *Tourism, a tool for poverty alleviation?* Bournemouth: Bournemouth University.
- Sánchez, V.B. & Atienza-Sahuquillo, C., 2012. Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa a new venture*, pp.132-38.
- Sattar, S., 2014. Potential of tourism in poverty alleviation and development of Sikkim. *IASSI Quarterly Bulletin*, 32(3), pp.72-85.
- Scheyvens, R., 2007. Exploring the Tourism-Poverty Nexus. *Current Issues in Tourism*, 10(2-3), pp.231-54.
- Scheyvens, R., 2011. *Tourism and Poverty*. New York: Routledge.
- Schulze, H., Sidali, K.L. & Spiller, A., 2007. *Success factors in the development of farm vacation tourism*. [Online] Available at: [HYPERLINK "file:///C:/Users/iva.skrbic/AppData/Local/Temp/orgprints.org/9835/1/9835\\_Schulze\\_Poster.pdf"](file:///C:/Users/iva.skrbic/AppData/Local/Temp/orgprints.org/9835/1/9835_Schulze_Poster.pdf) [orgprints.org/9835/1/9835\\_Schulze\\_Poster.pdf](http://orgprints.org/9835/1/9835_Schulze_Poster.pdf) [Accessed 13 April 2013].
- Scorsone, E., 1997. Encouraging Entrepreneurship in Rural Communities: The University of Kentucky Entrepreneurship Initiative Program. In Petrin, T. & Gannon, A. *Rural Development through Entrepreneurship*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Sharpley, R., 2002. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 23, pp.233–44.
- Sherief, S.R., 2008. *Entrepreneurship as an economic force in rural development*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.africaeconomicanalysis.org/articles/gen/rural\\_entrepreneurship.html"](http://www.africaeconomicanalysis.org/articles/gen/rural_entrepreneurship.html) [http://www.africaeconomicanalysis.org/articles/gen/rural\\_entrepreneurship.html](http://www.africaeconomicanalysis.org/articles/gen/rural_entrepreneurship.html) [Accessed 22 May 2013].
- Shtaltovna, A., 2007. *Role of Governance in the Diversification of Rural Economy, Analysis of two Ukrainian Cases*. Ghent: Ghent University of Belgium.
- Sofield, T. et al., 2004. *Sustainable Tourism-Eliminating Poverty (ST-EP): An Overview*. Australia: Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.
- Spanish MDG Achievement Fund, 2011. *Master plan održivog razvoja ruralnog turizma Srbije, Centralna Srbija, UN Joint Programme "Sustainable Tourism for Rural Development"*. Spanish MDG Achievement Fund.
- Spenceley, A. & Meyerb, D., 2012. Tourism and poverty reduction: theory and practice in less economically developed countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), pp.297-317.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Spenceley, A. & Seif, J., 2003. *Strategies, Impacts and Costs of Pro-Poor Tourism Approaches in South Africa, PPT Working Paper No. 11*. UK: Department for International Development.

Srisomyong, N., 2010. Agricultural Diversification into Agritourism: The Case of Thailand. *International Journal of Agricultural Travel and Tourism*, pp.107-18.

Stanković, F., 1989. *Preduzetnička ekonomija*. Beograd: Savremena administracija.

Stefanović, S. & Stošić, D., 2012. Specifičnosti i izazovi ženskog preduzetništva. *Ekonomске teme*, 50(3), pp.319-34.

Stojaković, G., 2013. *Rečnik turističkih destinacija- Žitište, Kikinda, Ada i Subotica*. Centar za podršku ženama.

Stone, L.S. & Stone, T.M., 2010. Community-Based Tourism Enterprise: Challenge and Prospects for Community Participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), pp.97-114.

Suntikul, W., Bauer, T. & Song, H., 2009. Pro-Poor Tourism Development in Viengxay, Laos: Current State and Future Prospects. *Asia Pacific journal of tourism research*, 4(2), pp.153-68.

Suriya, K., 2011. *An Analysis of Community-based Tourism in Thailand. Doctoral Dissertation*. University of Goettingen. Available at: [HYPERLINK "http://webdoc.sub.gwdg.de/diss/2011/%20suriya/suriya.pdf."](http://webdoc.sub.gwdg.de/diss/2011/%20suriya/suriya.pdf)  
<http://webdoc.sub.gwdg.de/diss/2011/suriya/suriya.pdf>

Svetozarević, I., 2012. *Vodič za ruralni turizam*. Zaječar: RARIS, Regionalna agencija za razvoj istočne Srbije.

Tanjug, 2015. *Sertić: Realizacija programa Podrinje od 2016.godine*. [Online] Available at: [HYPERLINK "http://www.novimagazin.rs/ekonomija/sertic-realizacija-programa-podrinje-od-2016godine"](http://www.novimagazin.rs/ekonomija/sertic-realizacija-programa-podrinje-od-2016godine) <http://www.novimagazin.rs/ekonomija/sertic-realizacija-programa-podrinje-od-2016godine> [Accessed 09 March 2016].

Tariq, M., Arif, H. & Kumar, R., 2015. Issues and Challenges for young Graduates in Becoming Entrepreneurs: Economic and Personality based Perspective. *International Journal of Behavioral Research & Psychology (IJBRP)*, 3(3), pp.79-84.

Theerapappisit, P., 2007. „Pro-poor Tourism in the GSM: Towards Sustainability? [Online] Available at: [HYPERLINK "file:///C:\\Users\\iva.skrbic\\AppData\\Local\\Temp\\www.mekong.es.usyd.edu.au\\events\\past\\conference%2007\\images\\papers&presentations\\Poll%20Theerapappisit%20paper.pdf"](http://www.mekong.es.usyd.edu.au/events/past/conference%2007/images/papers&presentations/Poll%20Theerapappisit%20paper.pdf) [www.mekong.es.usyd.edu.au/events/past/conference07/images/papers&presentations/Poll Theerapappisit paper.pdf](http://www.mekong.es.usyd.edu.au/events/past/conference07/images/papers&presentations/Poll%20Theerapappisit%20paper.pdf) [Accessed 16 February 2010].



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Thomas, R., 2005. *Fostering SMEs and entrepreneurship development in support of alternative tourism in Bulgaria*. [Online] Available at: HYPERLINK "file:///C:\\Users\\iva.skrbic\\AppData\\Local\\Temp\\www.oecd.org\\cfe\\tourism\\40239549.pdf" [www.oecd.org/cfe/tourism/40239549.pdf](http://www.oecd.org/cfe/tourism/40239549.pdf) [Accessed 2013 May 14].

Timmons, A.J. & Spinelli, S., 2007. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century (7th ed)*. New York: McGraw-Hill.

Tipurić, R., 2008. *Diverzifikacija*. [Online] Available at: HYPERLINK "http://web.efzg.hr/dok//OIM/dtipuric//2009-14-%20Diverzifikacija.pdf" <http://web.efzg.hr/dok//OIM/dtipuric//2009-14-%20Diverzifikacija.pdf> [Accessed 20 December 2009].

Todorović, M. & Bjeljac, Ž., 2009. Rural tourism in Serbia as a way of development in undeveloped regions. *Acta geographica Slovenica*, 49(2), Available at: HYPERLINK "http://dx.doi.org/10.3986/AGS49208" <http://dx.doi.org/10.3986/AGS49208>.

Todorović, S. & Ivanović, S., 2011. Uposlenost radne snage na porodičnim gazdinstvima usmerenim na ratarsku proizvodnju i mogućnosti diverzifikacije proizvodnje. In *Međunarodni naučni simpozijum agronoma "Agrosyim Jahorina 2011"*, Zbornik radova. Istočno Sarajevo, 2011. Poljoprivredni fakultet Istočno Sarajevo.

Tolkach, D., Pearlman, M. & King, B., 2012. Key Implementation Factors in Pro-poor Tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(1), pp.3-13.

Tomka, D., 2002. Za visok kvalitet usluga u turizmu neophodan je 7P marketing mix. *Turizam*, 6, pp.11-13.

Tomka, D., 2003. Ljudi-najznačajniji faktor marketing strategije u seoskom turizmu. *Ruralni turizam i održivi razvoj Balkana*, pp.101.-6.

Truongab, V.D., Hall, M. & Garryf, T., 2014. Tourism and poverty alleviation: perceptions and experiences of poor people in Sapa, Vietnam. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(7), pp.1071-89.

United Nations Economic Commission for Europe, 2002. *Women's Entrepreneurship in Eastern Europe and CIS Countries*. Geneva: United Nations.

United Nations Economic Commission for Europe, 2002. *Women's Entrepreneurship in Eastern Europe and CIS Countries*. Geneva: United Nations.

United Nations Foundation, 2015. *The Millennium Development Goals*. [Online] Available at: HYPERLINK "http://www.unfoundation.org/what-we-do/issues/mdgs.html" <http://www.unfoundation.org/what-we-do/issues/mdgs.html> [Accessed 08 March 2016].

Václavík, T., 2008. *Agroturistika na ekofarmách*. Brno: Ministerstvo zemědělství České republiky, Tiskdruck Velímský.

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Valli Devasena, S., 2014. Women entrepreneur problems - ANOVA test between family constraints and factor for success. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 3(1), p.66.

Van Aardt, I., Van Aardt, C., Bezuidenhout, S. & Mumba, M., 2008. *Entrepreneurship and New Venture Management (3rd ed)*. Cape Town: Oxford University Press.

Van der Merwe, M., 2003. The Entrepreneur. In Nieman, G.&H.J. *Entrepreneurship: A South African Perspective*. Pretoria: Van Schaik. pp.34-39.

Viljoen, J. & Tlabela, K., 2006. *Rural Tourism Development in South Africa Trends and challenges*. Pretoria, South Africa: HSRC Press.

Vlada Republike Srbije, 2003. *Strategija za smanjenje siromaštva u Srbiji*. Beograd: Vlada Republike Srbije.

Vlada Republike Srbije, 2006. *Strategija razvoja turizma Republike Srbije*. Beograd: Službeni glasnik RS.

Vlada Republike Srbije, 2014. Uredba o utvrđivanju jedinstvene liste regiona i jedina lokalne samouprave za 2014.godinu. *Službeni glasnik Republike Srbije*, 104, pp.1-8.

Vukmirović, N., 2005. Modeli podrške razvoju ženskog preduzetništva. *Industrija*, pp.1-18.

Vukotić, V., 2003. *Preduzetništvo u oblasti poljoprivrede ili kako umjesto koncepta prehrane stanovništva preći na koncept biznis mogućnosti*. [Online] Available at: HYPERLINK

"[http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.vukotic.net%2Ffiles%2Fpublikacije%2F1242824304\\_1709.pdf&ei=I\\_QVUrCXNIHg4QSp3oCAAQ&usg=AFQjCNGcRrJWcI-tsfcRZi1UdvsPHzzlA&sig2=\\_NKwVfvpYn-53jZ-rmNNSw&b](http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.vukotic.net%2Ffiles%2Fpublikacije%2F1242824304_1709.pdf&ei=I_QVUrCXNIHg4QSp3oCAAQ&usg=AFQjCNGcRrJWcI-tsfcRZi1UdvsPHzzlA&sig2=_NKwVfvpYn-53jZ-rmNNSw&b)"

[http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.vukotic.net%2Ffiles%2Fpublikacije%2F1242824304\\_1709.pdf&ei=I\\_QVUrCXNIHg4QSp3oCAAQ&usg=AFQjCNGcRrJWcI-tsfcRZi1UdvsPHzzlA&sig2=\\_NKwVfvpYn-53jZ-rmNNSw&b](http://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.vukotic.net%2Ffiles%2Fpublikacije%2F1242824304_1709.pdf&ei=I_QVUrCXNIHg4QSp3oCAAQ&usg=AFQjCNGcRrJWcI-tsfcRZi1UdvsPHzzlA&sig2=_NKwVfvpYn-53jZ-rmNNSw&b) [Accessed 2 February 2013].

Weiermair, K., 2001. Theoretical foundations or considerations regarding the growth of tourism enterprises. *Tourism Review*, pp.17-25.

Wennink, B. & Schrader, T., 2010. *Unleashing rural entrepreneurship in Rwanda : exploring options for innovating agricultural development cooperation*. [Online] Available at: HYPERLINK

"<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CC4QFjAD&url=http%3A%2F%2Fapi.ning.com%2Ffiles%2FAPntcu4IfWXnEUufx8z7Q1JH5hFp13c9XEHT0DkBiYh31pdwJ4lUgslpNnlQsfnpaHdL3Vl6fO0fdJRK9JpU6vmapKVCuQZ%2F100117ARTICLEUnleashingr>"

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

[t=8&ved=0CC4QFjAD&url=http%3A%2F%2Fapi.ning.com%2Ffiles%2FAPntcu4IfWXnEUufx8z7Q1JH5hFp13c9XEHT0DkBiyh31pdwJ4UgslpNnlQSfnqpaHdL3V16fOofdJRK9JpU6vmapKVCuQZ%2F100117ARTICLEUnleashingr](http://www.ning.com/files/APntcu4IfWXnEUufx8z7Q1JH5hFp13c9XEHT0DkBiyh31pdwJ4UgslpNnlQSfnqpaHdL3V16fOofdJRK9JpU6vmapKVCuQZ%2F100117ARTICLEUnleashingr) [Accessed 3 October 2014].

Wickham, P.A., 2004. *Strategic Entrepreneurship*. London: Pearson.

Wickham, P.A., 2004. *Strategic Entrepreneurship(3rd ed)*. London: Pearson.

Wickham, P.A., 2006. *Strategic entrepreneurship: a decision-making approach to new venture creation and management*. London: Financial Times/Pitman.

Wicks, B.E. & Merrett, C.D., 2003. *Agritourism: An Economic Opportunity for Illinois*. Illinois: Illinois Institute for Rural Affairs.

Wikipedia, the free encyclopedia, 2016. *Sikkim*. [Online] Available at: [HYPERLINK "https://en.wikipedia.org/wiki/Sikkim" https://en.wikipedia.org/wiki/Sikkim](https://en.wikipedia.org/wiki/Sikkim) [Accessed 13 February 2016].

Wilson, S., Fesenmaier, D., Fesenmaier, J. & van Es, J.C., 2001. Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, pp.132-38.

Wood, K., 2005. *Pro-poor tourism as a means of Sustainable Development in the Uctubamba Valley, Northern Peru*. Greenwich: University of Greenwich.

Zapalska, A., 1997. Profiles of Polish entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, pp.111-17.

Zapalska, A.M. & Brozik, D., 2007. Managing family businesses in the tourism and hospitality industry: the transitional economy of Poland. Rijeka, 2007. Ekonomski fakultet.

Zeng, B., Ryan, C., Cui, X. & Chen, H., 2015. Tourism-generated Income Distribution in a Poor Rural Community: A Case Study from Shaanxi, China. *Journal of China Tourism Research*, 11(1), pp.85-104.

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

## Spisak skraćenica

---

AGCA (Associated General Contractors of America)- Američko udruženje građevinaca

BDP- bruto domaći proizvod

CAP (Common Agricultural Policy)- Zajednička poljoprivredna politika

CGE (Computable General Equilibrium)- Model opšte ravnoteže

CLLD (Community-Led Local Development)- lokalni razvoj pod vodstvom zajednice

CPAC- Centar za analizu javnih politika

EAFRD (European Agricultural Fund for Rural Development)- Evropski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

ECEAT CZ (European Centre for Eco Agro Tourism)- Europski centar za eko i agro turizam

ESCAP (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific)- Ekonomska i socijalna komisija za Aziju i Pacifik

EU PHARE program- Program pomoći za ekonomsko restrukturiranje država Centralne i Istočne Evrope

FAO (Food and Agriculture Organisation)- Organizacija za hranu i poljoprivredu

GEM (Global Entrepreneurship Monitor)- Procena preduzetničkih aktivnosti

GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit)- Nemačko društvo za tehničku saradnju

HDI (Human Development Index)- Indeks ljudskog razvoja

IPA( Instrument for Pre-accession Assistance)- Instrument za predpristupnu pomoć

IPARD (Instrument for Pre-Accession Assistance in Rural Development)- Instrument za predpristupnu pomoć za ruralni razvoj

LAG (Local Action Group)- Lokalne akcione grupe

LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de L'Economie Rural)- Povezanost između akcija razvoja ruralne privrede

NALED- Nacionalna alijansa za lokalni ekonomski razvoj

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

NDP (National Development Programme)- Nacionalni razvojni program

NVO- nevladina organizacija

OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development)- Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj

PDV- porez na dodatnu vrednost

PPT (Pro-Poor Tourism)- Pro-poor turizam/turizam u korist siromašnih

PYO (Pick Your Own)- program Uberi sam

RAS- Nacionalna agencija za regionalni razvoj

REC- Regionalni centar za životnu sredinu

RNFE (Rural Non-Farm Economy)- Ruralna nepoljoprivredna ekonomija

SAD- Sjedinjene Američke Države

SIDA (The Swedish International Development Cooperation Agency )- Švedska agencija za međunarodni razvoj i saradnju

SSSR - Savez Sovjetskih Socijalističkih Republika

STEP (Sustainable Tourism for Eliminating Poverty)- Održivi turizam za eliminaciju siromaštva

TEA(Total Early-stage Entrepreneurial Activity) -Opšte rane faze razvoja preduzetničkog poduhvata

UNWTO (United Nations World Tourism Organization)- Svetska turistička organizacija

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## Spisak tabela

Tabela 1: Tipovi malih i srednjih preduzeća prema Svetskoj banci. Izvor: adaptirano prema (Okolić, 2007). .....	24
Tabela 2. Pregled modela. Izvor: (Moroz & Hindle, 2012) .....	42
Tabela 3. Problemi i inicijative za razvoj ruralnog turizma. Izvor: (Sherief, 2008). ....	48
Tabela 4. Ograničenja preduzetništva u ruralnim sredinama. Izvor: adaptirano prema (Bogdanov, 2011). .....	50
Tabela 5. Faktori podsticaja. Izvor: (Bogdanov, 2011). .....	50
Tabela 6. Diverzifikacija aktivnosti. Izvor: (Bachev, 2012).....	51
Tabela 7. Elementi turističke ponude (Ngassa, 2013). .....	52
Tabela 8. Nacionalni kriterijumi za klasifikaciju ruralnih naselja. Izvor: (Organisation for Economic Co-Operation and Development, 1994).....	68
Tabela 9. Osnovne karakteristike ruralnih sredina Srbije i susednih zemalja. Izvor (Bachev, 2012). .....	72
Tabela 10. Procene faktora razvoja uspeha za R. Srbiju. Izvor (Bachev, 2012) prema <i>FAO Consultation, November 29-December 1, 2011, Ankara</i> .....	74
Tabela 11. Komparacija efekata razvoja turizma (Ashley, 2000). .....	82
Tabela 12. Osnovni faktori uspeha u poljoprivredi, turizmu i agroturizmu (Comen & Foster, 2009) .....	85
Tabela 13. Lista aktivnosti na seoskom gazdinstvu (Ngassa, 2013).....	86
Tabela 14. Zahtevi turizma i karakteristike ruralnih područja (Holland, Burian, & Dixey, 2003) .....	88
Tabela 15, Nadležnost partnera u ruralnom turizmu (Bogdanov & Zečević, 2011). ....	96
Tabela 16. Proizvodi organske poljoprivrede, adaptiranoj prema (Popović, 2009)...	101
Tabela 17. Ocena konkurentnosti turističkog proizvoda (Vlada Republike Srbije, 2006) .....	104
Tabela 18. Siromaštvo u Srbiji u 2014. godini (Mijatović, 2015).....	109
Tabela 19. Procenat siromaštva na nivou Republike Srbije (Mirković, 2011).....	109
Tabela 20. Procenat siromaštva u vangradskim oblastima Republike Srbije (Mirković, 2011). .....	109

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Tabela 21. Odnos obrazovanja i siromaštva u Srbiji (Mirković, 2011).....	110
Tabela 22. Odnosi stejholdera u PPT strategijama, (Häusler, 2013). ....	114
Tabela 23. Strategije turizma u korist siromašnih (Bennett, Roe, & Ashley, 1999)...	117
Tabela 24. Percepcija lokalnog stanovništva o razvoju ruralnog turizma (Mthembu, 2012). ....	130
Tabela 25. Višestruki oblici uticaja turizma na sigurnost uslova života (Bennett, Roe, & Ashley, 1999). ....	131
Tabela 26. Osnovne barijere za mikro i mala preduzeća, (Ashley, 2006). ....	137
Tabela 27. Aktivnosti za otklanjanje barijera, (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000). ...	138
Tabela 28. Faktori implementacije projekata <i>pro-poor</i> turizma, adaptirano prema (Tolkach, Pearlman, & King, 2012). ....	140
Tabela 29. Stepen znanja koji ruralnim domaćinstvima, (Bogdanov, 2011). ....	147
Tabela 30. Siromaštvo prema školskoj spremi nosioca domaćinstva, 2014., (Mijatović, 2015). ....	148
Tabela 31. Podsticajne aktivnosri državnih struktura (Ashley, 2006). ....	154
Tabela 32. Procenat prihoda koji ostaje lokalnoj zajednici, adaptirano prema (Overseas Development Institute, 2009). ....	157
Tabela 33. Prikaz grupa faktora razvoja preduzetništva baziran na analiziranim studijama .....	163
Tabela 34. Turistički resursi opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik.....	173
Tabela 35. Indikatori privredne aktivnosti, izvor podataka (Agencija za privredne registre, 2016). ....	174
Tabela 36. Broj radno sposobnog stanovništva u posmatranim opštinama, prema (Nacionalna agencija za regionalni razvoj, 2016).....	176
Tabela 37. Faktori razvoja preduzetništva po grupama.....	179
Tabela 38. Struktura ispitanika po osnovu delatnosti.....	184
Tabela 39. Struktura ispita u okviru različitih stratuma.....	186
Tabela 40. Polna struktura ispitanika.....	186
Tabela 41. Starosna struktura ispitanika.....	187
Tabela 42. Obrazovna struktura ispitanika .....	187
Tabela 43. struktura ispitanika u odnosu na preduzetničko iskustvo.....	188
Tabela 44. Rangiranje faktora po značajnosti .....	189

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Tabela 45. Rangiranje grupa faktora po značajnosti .....	191
Tabela 46. Rangiranje faktora u okviru grupa faktora.....	192
Tabela 47. Uticaj pola ispitanika na rangiranje faktora razvoja preduzetništva .....	196
Tabela 48. Uticaj pola ispitanika na rangiranje grupa faktora razvoja preduzetništva	197
Tabela 49. Uticaj školske spremne ispitanika na rangiranje faktora razvoja preduzetništva .....	198
Tabela 50. Uticaj preduzetničkog iskustva na rangiranje faktora razvoja preduzetništva .....	200
Tabela 51. Uticaj preduzetničkog iskustva na rangiranje grupa faktora razvoja preduzetništva .....	201
Tabela 52. Izvor varijabiliteta u rangiranju grupa faktora u odnosu na preduzetničko iskustvo .....	202
Tabela 53. Rangiranje finansijskih faktora u odnosu na posmatrane stratume .....	203
Tabela 54. Izvor varijabiliteta u rangiranju selektivnih finansijskih olakšica u odnosu na posmatrane stratume.....	205
Tabela 55. Rangiranje faktora edukacije u odnosu na posmatrane stratume .....	206
Tabela 56. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora neformalnog obrazovanja i mogućnosti sticanja poslovnog iskustva i prakse u odnosu na posmatrane stratume..	207
Tabela 57. Rangiranje faktora partnerstva u odnosu na posmatrane stratume .....	209
Tabela 58. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora dostupnost informacija od udruženja, zadruga, komora u odnosu na posmatrane stratume .....	210
Tabela 59. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima u odnosu na posmatrane stratume .....	211
Tabela 60. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora zajednički nastupi na tržištu u odnosu na posmatrane stratume .....	212
Tabela 61. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera u odnosu na posmatrane stratume .....	213
Tabela 62. Rangiranje faktora koji se odnose na osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje u odnosu na posmatrane stratume .....	214
Tabela 63. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora podrška porodice i prijatelja u odnosu na posmatrane stratume .....	216



## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Tabela 64. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora predhodno radno iskustvo iz oblasti preduzetništva ili turizma u odnosu na posmatrane stratume .....	217
Tabela 65. Rangiranje faktora koji se odnose na državnu politiku, upravu i procedure u odnosu na posmatrane stratume .....	218
Tabela 66. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na brzo, lako i jeftino registrovanje firme u odnosu na posmatrane stratume .....	219
Tabela 67. Rangiranje faktora koji se odnose na tržišnu strategiju i kvalitet proizvoda u odnosu na posmatrane stratume .....	220
Tabela 68. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na poznavanje potreba i želja turista u odnosu na posmatrane stratume .....	222
Tabela 69. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na postojanja tražnje za proizvodima i uslugama ruralnog turizma u odnosu na posmatrane stratume .....	223
Tabela 70. Rangiranje faktora koji se odnose na stavove lokalne zajednice u odnosu na posmatrane stratume.....	224
Tabela 71. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na polne i starosne barijere u odnosu na posmatrane stratume.....	225
Tabela 72. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na nepostojanje ili neprimenjivanje planova za razvoj turizma na lokalnom nivou u odnosu na posmatrane stratume .....	226
Tabela 73. Rangiranje faktora koji se odnose na prirodna bogatstva, kulturu i infrastrukturu u odnosu na posmatrane stratume.....	227
Tabela 74. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na prirodne i kulturne turističke vrednosti u odnosu na posmatrane stratume .....	229
Tabela 75. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na nematerijalne turističke vrednosti u odnosu na posmatrane stratume .....	230
Tabela 76. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na infrastrukturu u odnosu na posmatrane stratume .....	231
Tabela 77. Izvor varijabiliteta u rangiranju faktora koji se odnosi na turističku infrastrukturu u odnosu na posmatrane stratume.....	232
Tabela 78. Rangiranje grupa faktora u odnosu na posmatrane stratume.....	233
Tabela 79. Izvor varijabiliteta u rangiranju grupe faktora koja se odnosi na osobine i interno okruženje preduzetnika u odnosu na posmatrane stratume .....	235

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Tabela 80. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Finansije u odnosu na samu grupu .....	236
Tabela 81. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Edukacija u odnosu na samu grupu .....	237
Tabela 82. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Partnerstvo u odnosu na samu grupu .....	237
Tabela 83. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Osobine preduzetnika i njegovo interno okruženje u odnosu na samu grupu.....	238
Tabela 84. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Državna politika, uprava i procedure u odnosu na samu grupu .....	239
Tabela 85. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Tržišna strategija i kvalitet proizvoda u odnosu na samu grupu.....	239
Tabela 86. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Stavovi lokalne zajednice u odnosu na samu grupu .....	240
Tabela 87. Korelacija između posmatranih faktora koji pripadaju grupi faktora Prirodna bogatstva, kultura i infrastruktura zajednice u odnosu na samu grupu .....	240
Tabela 88. SWOT analiza .....	241
Tabela 89. Odnos prosečne zarade i prosečne potrošačke korpe, adaptirano prema (Agencija za privredne registre, 2016). .....	257
Tabela 90. Odnos zaposleni i nezaposlenih stanovnika (Agencija za privredne registre, 2016).....	258
Tabela 91. Struktura formalnog obrazovanja u posmatranim opštinama, adaptirano prema (Komisija za akreditaciju i proveru kvaliteta, 2016; www.edukacija.rs, 2016)	264
Tabela 92. Faktori podsticaja državnih struktura na lokalnom nivou .....	274
Tabela 93. Ukupni podsticaji prema namenama za opštinu Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	276
Tabela 94. Ukupni podsticaji prema namenama za opštinu Ljubovija, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	277
Tabela 95. Ukupni podsticaji prema namenama za opštinu Mali Zvornik, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	277
Tabela 96. Ukupni podsticaju prema realizatorima u opštinu Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	278

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Tabela 97. Ukupni podsticaju prema realizatorima u opštinu Ljubovija, (Agencija za privredne registre, 2016).....	279
Tabela 98. Ukupni podsticaju prema realizatorima u opštinu Mali Zvornik, (Agencija za privredne registre, 2016).....	279
Tabela 99. Indikatori turističke aktivnosti u posmatranim opštinama .....	283
Tabela 100. Broj odseljenih lica u posmatranim opštinama, (www.ras.gov.rs, 2016)	285
Tabela 101. Indikatori razvijenosti infrastrukture, (www.ras.gov.rs, 2016).....	288
Tabela 102. Predlog modela razvoja preduzetništva u okviru <i>pro-poor</i> turizma u ruralnim oblastima opština Loznica, Ljubovija i Mali Zvornik.....	291

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

## Spisak slika

---

Slika 1. Timmons model. Izvor slike: (Timmons & Spinelli, 2007).....	31
Slika 2. Prozor šansi. Izvor slike (Timmons & Spinelli, 2007).....	32
Slika 3. Preduzetnički model Carol Moore. Izvor: (Moore, 1986) .....	34
Slika 4. Preduzetnički model Buhalis i Koste. Izvor (Buhalis, D., Costa, C., 2006)....	36
Slika 5. Gartnerov model. Izvor: (Gartner, 1985). .....	38
Slika 6. Model Morisa i Luisa. Izvor: (Morris & Lewis, 1995). .....	39
Slika 7. GEM model. Izvor: (Global Entrepreneurship Monitor, 2015). .....	41
Slika 8. Okvir za podsticanje ruralnog preduzetništva. Izvor: (Kayne, 2000). .....	46
Slika 9. Faktori koji utiču na razvoj preduzetništva. Izvor: (Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005).....	47
Slika 10. Model uticaja lokalnog konteksta i resursa na preduzetničke aktivnosti (Müller, 2012).....	92
Slika 11. Specifični vidovi opštinske podrške razvoja preduzetništva u Srbiji (Grozđanić & Savić, 2008).....	100
Slika 12. Položaj ruralnog turizma u Strategiji razvoja turizma R. Srbije, (Vlada Republike Srbije, 2006).....	105
Slika 13. Različiti tipovi veza između turizma i lokalne ekonomije (Ashley, Goodwin, McNab, Scott, & Chaves, 2006). .....	124
Slika 14. Faze razvoja strategija <i>pro-poor</i> turizma, (Jamieson, Goodwin, & Edmunds, 2004).....	126
Slika 15. Faktori uspešnosti preduzetničkog poduhvata, (Abdullah, Hamali, Rahman Deen, Saban, & Abdurahman, 2008).....	134
Slika 16. Barijere za započinjanje preduzetničkog poduhvata, (Bizri, Kojok, Dani, Mokahal, & Bakri, 2012).....	136
Slika 17. Faktori i barijere za razvoj turističkog proizvoda, (Masip, 2006).....	141
Slika 18. Faktori razvoja preduzetništva, (Rogerson, 2006). .....	142
Slika 19. Tipovi veza između preduzetnika i stejkholdera, (Meyer, Ashley, & Poultney, 2004).....	150
Slika 20. Faze procesa integracije malih domaćinstava, (Bachev, 2012).....	151

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

Slika 21. Finansijske performanse preduzetnika za opštinu Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	259
Slika 22. Ukupni podsticaju regionalog razvoja za opštinu Loznica (Agencija za privredne registre, 2016). .....	260
Slika 23. Ukupni podsticaju regionalog razvoja za opštinu Ljubovija (Agencija za privredne registre, 2016). .....	260
Slika 24. Ukupni podsticaju regionalog razvoja za opštinu Ljubovija (Agencija za privredne registre, 2016). .....	261
Slika 25. Kvalifikaciona struktura nezaposlenog stanovništva u opštini Loznica, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	262
Slika 26. Kvalifikaciona struktura nezaposlenog stanovništva u opštini Ljubovija, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	262
Slika 27. Kvalifikaciona struktura nezaposlenog stanovništva u opštini Mali Zvornik, (Agencija za privredne registre, 2016). .....	263

# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## Prilog 1. Upitnik namenjen donosiocima odluka na lokalnom nivou i lokalnim preduzetnicima

Poštovani,

Upitnik koji se nalazi pred Vama je u funkciji izrade doktorske disertacije „Model razvoja preduzetništva u okviru pro-pur turizma u ruralnim sredinama“ studenta doktorskih studija Ive Škrbić sa Fakulteta poslovne ekonomije iz Novog Sada. Upitnik je anoniman i ispituje Vaše stavove o važnosti pojedinih faktora u procesu razvoja preduzetništva, te ne postoje pogrešni i tačni odgovori. Molim Vas da odvojite malo vremena i ispunite ovaj upitnik.

Zaokružite odgovor koji Vas opisuje:

1. **Pol:** a) muški b) ženski
2. **Godine:** a) 18-25 b) 26-35 c) 36-55  
d) preko 55
3. **Poslednja završena škola:** a) osnovna škola b) srednja škola  
c) viša škola ili fakultet

U nastavku upitnika će Vam biti predstavljeno osam grupa faktora koji utiču na razvoj preduzetništva, sa akcentom na preduzetništvo u oblasti turizma. Molim Vas da sada ocenite važnost **svakog** od ponuđenih faktora, tako što ćete faktoru za koji mislite da je **najuticajnijem** u posmatranoj grupi dodeliti **5 bodova**, zatim malo manje uticajnom faktoru **4 boda** i tako **redom** sve do **najmanje uticajnog** faktora koji dobija **1 bod**.

I grupa	<input type="checkbox"/> bespovratna sredstava za pokretanje preduzetničke aktivnosti <input type="checkbox"/> selektivne finansijske olakšice (smanjena poreska stopa itd.) <input type="checkbox"/> subvencionisani krediti od strane države <input type="checkbox"/> lokalni garantni fondovi (koriste se kao jemstvo prilikom konkurisanja za bankarske kredite) <input type="checkbox"/> sredstva iz donacija i inostranih fondova za razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti (zapošljavanje mladih, zapošljavanje žena, revitalizacija starih zanata, itd.)
II grupa	<input type="checkbox"/> intenzivnije izučavanje preduzetništva u formalnom obrazovanju (srednje i visoko obrazovanje) <input type="checkbox"/> intenzivno neformalno obrazovanje u delu preduzetničkih veština (više različitih oblasti i nivoa, umerena cena ili besplatno) <input type="checkbox"/> postojanje biznis inkubatora

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<input type="checkbox"/> transfer znanja iz oblasti istraživanja i razvoja <input type="checkbox"/> mogućnost sticanja poslovnog iskustva kroz praksu i volontiranje
III grupa	<input type="checkbox"/> dobijanje važnih informacija za poslovanje, stručnog mišljenja i kvalitetnih saveta (od strane strukovnih udruženja, zadruga, komora, itd.) <input type="checkbox"/> dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima <input type="checkbox"/> zajednički nastupi na tržištu <input type="checkbox"/> osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera <input type="checkbox"/> dobra saradnja sa državnim institucijama, javno-privatna partnerstva, participacija lokalnog stanovništva prilikom donošenja odluka
IV grupa	<input type="checkbox"/> lične osobine: upornost, usmerenost ka cilju, spremnost na težak rad, itd. <input type="checkbox"/> podrška od strane porodice i prijatelja <input type="checkbox"/> postojanje porodičnog biznisa <input type="checkbox"/> spremnost da se rizikuje <input type="checkbox"/> prethodno radno iskustvo u oblasti preduzetništva ili turizma
V grupa	<input type="checkbox"/> brzo, lako i jeftino registrovanje firme <input type="checkbox"/> manji finansijski nameti i niže komunalne takse u prvim godinama poslovanja <input type="checkbox"/> eliminacija mita i korupcije <input type="checkbox"/> jasni imovinsko-pravni odnosi <input type="checkbox"/> sankcionisanje sive i crne ekonomije
VI grupa	<input type="checkbox"/> poznavanje potreba i želja turista <input type="checkbox"/> kvalitet turističkog proizvoda <input type="checkbox"/> postojanje tražnje za proizvodima ruralnog turizma <input type="checkbox"/> kvalifikovana i stručna radna snaga <input type="checkbox"/> promocija i marketing
VII grupa	<input type="checkbox"/> nedostatak razumevanja za preduzetništvo (sklonost ka državnom poslu i sigurnim prihodima) <input type="checkbox"/> polne i starosne barijere <input type="checkbox"/> opasnost od ugrožavanja životne sredine <input type="checkbox"/> kvalitet života u ruralnim sredinama (stanovništvo bi lakše započinjalo samostalni posao kada bi život na selu bio lakši) <input type="checkbox"/> ne postoje planovi za razvoj turizma ili se ne primenjuju
VIII	<input type="checkbox"/> prirodne i kulturne turističke vrednosti

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

---

grupa	<input type="checkbox"/> nematerijalne turističke vrednosti (tradicija, gostoprimstvo, manifestacije, legende , običaji, itd.)  <input type="checkbox"/> infrastruktura  <input type="checkbox"/> turistička infrastruktura  <input type="checkbox"/> turistička suprastruktura
<b><i>kod IX grupe faktora bodove rasporedite od 1 do 8, tako što ćete <u>najuticajnijem faktoru dodeliti 8 bodova</u>, malo manje uticajnom <u>7 bodova</u> i tako sve do najmanje uticajnog, koji će dobiti <u>1 bod</u>.</i></b>	
IX grupa	<input type="checkbox"/> finansije  <input type="checkbox"/> edukacija  <input type="checkbox"/> partnerstvo  <input type="checkbox"/> osobine preduzetnika i njegova porodica  <input type="checkbox"/> državna politika i procedure  <input type="checkbox"/> tržišna strategija i kvalitet proizvoda  <input type="checkbox"/> stavovi lokalne zajednice  <input type="checkbox"/> prirodna bogatstva, kultura, infrastruktura

*Hvala na odvojenom vremenu!*



# Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

## Prilog 2. Upitnik namenjen lokalnom stanovništvu

Poštovani,

Upitnik koji se nalazi pred Vama je u funkciji izrade doktorske disertacije „Model razvoja preduzetništva u okviru pro-pur turizma u ruralnim sredinama“ studenta doktorskih studija Ive Škrbić sa Fakulteta poslovne ekonomije iz Novog Sada. Upitnik je anoniman i ispituje Vaše stavove o važnosti pojedinih faktora u procesu razvoja preduzetništva, te ne postoje pogrešni i tačni odgovori. Molim Vas da odvojite malo vremena i ispunite ovaj upitnik.

Zaokružite odgovor koji Vas opisuje:

4. **Pol:** a) muški b) ženski

5. **Godine:** a) 18-25 b) 26-35 c) 36-55 d) preko 55

6. **Poslednja završena škola:** a) osnovna škola b) srednja škola c) viša škola ili fakultet

7. **Da li ste ikada u životu bili preduzetnik?** a) nisam b) jesam c) nisam, ali sam razmišljao(la) o tome

U nastavku upitnika će Vam biti predstavljeno osam grupa faktora koji utiču na razvoj preduzetništva, sa akcentom na preduzetništvo u oblasti turizma. Pokušajte zamisliti sebe u poziciji da počinjete samostalni posao u oblasti turizma (npr. otvarate mali restoran, iznajmljujete sobe turistima, pravite i prodajete suvenire, zimnicu, med, vino, radite kao turistički vodič...).

Molim Vas da sada ocenite važnost **svakog** od ponuđenih faktora (koji mogu pozitivno ili negativno uticati na vaš poslovni poduhvat), tako što ćete faktoru za koji mislite da je najuticajniji u posmatranoj grupi dodeliti broj **5**, zatim malo manje uticajnom faktoru broj **4** i tako **redom** sve do najmanje uticajnog faktora koji dobija broj **1**.

I grupa	___ bespovratna sredstava za pokretanje preduzetničke aktivnosti ___ finansijske olakšice (smanjen porez, itd.)
---------	--

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<p>___ subvencionisani krediti od strane države</p> <p>___ lokalni garantni fondovi (koriste se kao jemstvo prilikom traženja kredita od banke)</p> <p>___ sredstva iz donacija i inostranih fondova za razvoj specifičnih preduzetničkih aktivnosti (zapošljavanje mladih, zapošljavanje žena, revitalizacija starih zanata, itd.)</p>
II grupa	<p>___ izučavanje preduzetništva tokom srednje škole i fakulteta</p> <p>___ kursevi i obuke stanovništva o tome kako napraviti kvalitetan proizvod, šta turisti žele da kupe, kako reklamirati i prodati proizvod, kako voditi poslovne knjige itd.)</p> <p>___ postojanje biznis inkubatora (besplatno ili veoma povoljno obezbeđuju poslovni prostor i pomoć u poslovanju novoosnovanim firmama u periodu između 1-3 godine)</p> <p>___ pokazivanje uspešnih primera i dobrih ideja</p> <p>___ mogućnost sticanja poslovnog iskustva kroz praksu i volontiranje</p>
III grupa	<p>___ dobijanje važnih informacija za poslovanje i stručnog mišljenja i kvalitetnih saveta (od strane strukovnih udruženja, zadruga, komora, itd.)</p> <p>___ dobra saradnja sa dobavljačima i kupcima (korektan poslovni odnos, poverenje, tačnost, dobra komunikacija)</p> <p>___ zajednički nastupi na tržištu lokalnih preduzetnika (zajednička prodaja i reklama, isti kvalitet, itd.)</p> <p>___ osnivanje interesnih udruženja, zadruga i klastera</p> <p>___ dobra saradnja sa državnim institucijama i uključenost lokalnog stanovništva prilikom donošenja odluka i propisa (opštinom, katastrom i drugim organizacijama čiji je osnivač država, itd.)</p>
IV grupa	<p>___ lične osobine: upornost, usmerenost ka cilju, spremnost na težak rad bez definisanog radnog vremena</p> <p>___ podrška od strane porodice i prijatelja i njihovo ohrabivanje da se započne samostalan posao</p>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<p>___postojanje porodičnog biznisa (u užoj ili široj porodici već postoji neko ko je preduzetnik-samostalno vodi posao)</p> <p>___spremnost da se rizikuje (ulaganje novca u samostalan posao može da se završi i gubitkom novca)</p> <p>___prethodno radno iskustvo u oblasti preduzetništva ili turizma</p>
V grupa	<p>___brzo, lako i jeftino registrovanje firme</p> <p>___manji porezi i niže komunalne takse u prvim godinama poslovanja</p> <p>___eliminacija mita i korupcije</p> <p>___jasni imovinsko-pravni odnosi (zna se šta kome pripada)</p> <p>___sankcionisanje sive i crne ekonomije (poslovanja bez izdavanja računa, neprijavljivanje radnika, itd.)</p>
VI grupa	<p>___poznavanje potreba turista i šta je to što bi turisti i kupili</p> <p>___kvalitet onoga što se turistima nudi (smeštaj, restoranske usluge, suveniri, med, rakija, vino turističko vođenje, itd.)</p> <p>___želja turista da obiđu ovaj kraj, borave ovde i kupe domaće proizvode</p> <p>___mogućnost pronalaženja osobe koju bi zaposlili kada bi otvorili firmu, a koja ima dovoljno znanja, iskustva i veštine da se bavi preduzetništvom u turizmu</p> <p>___dobra reklama koja će turiste privući da posete ovaj kraj</p>
VII grupa	<p>___uverenje stanovništva da je državni posao bolji od privatnog, jer donosi sigurne prihode</p> <p>___uverenje stanovništva da žene ne trebaju da samostalno započinjku posao, jer je to „muška“ stvar; uverenje da mladi ne trebaju samostalno da započinjku posao, jer još nemaju dovoljno znanja i iskustva</p> <p>___uverenje stanovništva da će turisti zagaditi i uništiti životnu srednu (ostaviti smeće, počupati retke biljke, praviti buku, itd.)</p> <p>___stanovništvo bi lakše započinjalo samostalni posao kada bi postojali dobri putevi, dobra zdravstvena zaštita i obrazovanje, kulturni sadržaji, pa se stanovništvo ne bi selilo iz sela u grad</p>

## Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama

	<p>___ opština se ne bavi razvojem turizma, ne postoje planovi razvoja turizma ili se ne primenjuju</p>
VIII grupa	<p>___ lepa i nezagađena priroda, kulturni spomenici, dobra hrana</p> <p>___ gostoprimstvo, manifestacije, legende i običaji koji su zanimljivi turistima</p> <p>___ dobri putevi, dobra autobuska povezanost sa drugim gradovima, pokrivenost mobilnim signalom i internetom</p> <p>___ table sa turističkim informacijama, turistički info centar, odmorišta, izletišta i toaleti za turiste</p> <p>___ restorani, hoteli, galerije, muzeji, itd.</p>
<p><b><i>kod IX grupe faktora brojeve rasporedite od 1 do 8, tako što ćete najuticajnijem faktoru dodeliti broj 8, malo manje uticajnom broj 7 i tako sve do najmanje uticajnog koji će dobiti broj 1.</i></b></p>	
IX grupa	<p>___ finansije</p> <p>___ edukacija</p> <p>___ partnerstvo</p> <p>___ osobine preduzetnika i njegova porodica</p> <p>___ državna politika i procedure</p> <p>___ tržišna strategija i kvalitet proizvoda</p> <p>___ stavovi lokalne zajednice</p> <p>___ prirodna bogatstva, kultura, infrastruktura</p>

*Hvala na odvojenom vremenu!*

**IZJAVA KANDIDATA O AUTORSTVU DOKTORSKE DISERTACIJE**

Potpisana **Iva Škrbić**, iz Novog Sada, ulica Katorska broj 104

**IZJAVLJUJEM**

da je doktorska disertacija pod naslovom

**Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama**

- rezultat mog sopstvenog istraživačkog rada,
- da predložena disertacija u celini ili u delovima nije bila predložena za dobijanje bilo koje diplome prema studijskim programima drugih visokoškolskih ustanova u zemlji i inostrantvu,
- da su rezultati istraživanja ispravno i akademski korektno navedeni, i
- da nisam tokom istraživanja i pisanja disertacije kršio/kršila tuđa autorska prava i koristio/koristila intelektualnu svojinu drugih lica kao svoju bez odobrenja.

U Sremskoj Kamenici,

30.08.2016.

datum

Iva Škrbić

potpis kandidata

**IZJAVA KANDIDATA O ISTOVETNOSTI  
ŠTAMPANE I ELEKTRONSKE VERZIJE DOKTORSKE DISERTACIJE**

Potpisana **Iva Škrbić**, iz Novog Sada, ulica Kotorska broj 104

**IZJAVLJUJEM**

da je štampana verzija moje doktorske disertacije pod naslovom

**Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama**

identična elektronskoj verziji koju sam predao/predala Univerzitetu Edukons.

Dozvoljavam da se objave moji lični podaci vezani za dobijanje akademskog zvanja doktora nauka, kao što su ime i prezime, godina i mesto rođenja, i datum odbrane rada. Ovi podaci se mogu objaviti u publikacijama Univerziteta Edukons ili na elektronskim portalima.

U Sremskoj Kamenici,

30.08.2016.

datum

Iva Škrbić

potpis kandidata

## IZJAVA KANDIDATA O KORIŠĆENJU DOKTORSKE DISERTACIJE

Potpisana Iva Škrbić ovlašćujem Biblioteku Univerziteta Edukons da u Repozitorijum Univerziteta Edukons unese moju disertaciju pod naslovom

**Model razvoja preduzetništva u okviru pro-poor turizma u ruralnim sredinama**  
koja je moje autorsko delo.

Disertaciju sam sa svim priložima predao/predala u elektronskoj formi pogodnoj za trajno arhiviranje. Moju doktorsku disertaciju pohranjenu u Repozitorijumu Univerziteta Edukons mogu da koriste svi koji poštuju odredbe sadržane u odabranom tipu licence Kreativne zajednice (Creative Commons, <http://creativecommons.org/>), za koju sam se odlučio/odlučila (zaokružiti samo jednu opciju).

1. Autorstvo

**2. Autorstvo – nekomercijalno**

3. Autorstvo – nekomercijalno – bez prerade

4. Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima

5. Autorstvo – bez prerade

6. Autorstvo – deliti pod istim uslovima

U Sremskoj Kamenici,

30.08.2016.

datum

Iva Škrbić

potpis kandidata

### Tipovi licence:

1. **Autorstvo** – Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i njegove prerade, ako se na ispravan/određen način navede ime autora ili davaoca licence, čak i u komercijalne svrha. Ovo je licenca koja daje najviši stepen slobode u korišćenju dela.

2. **Autorstvo – nekomercijalno**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i njegove prerade, ako se na ispravan/određen način navede ime autora ili davaoca licence, ali izvan komercijalne upotrebe dela-disertacije.

3. **Autorstvo - nekomercijalno – bez prerade**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, ali bez njegove prerade, promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se na ispravan/određen način navede ime autora ili davaoca licence, ali izvan komercijalne upotrebe dela-disertacije. Ovaj tip licence najviše ograničava prava korišćenja dela-disertacije.

4. **Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i njegove prerade, ako se na ispravan/određen način navede ime autora ili davaoca licence, i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom, ali bez komercijalne upotrebe.

5. **Autorstvo – bez prerade**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, ali bez njegove prerade, promena, preoblikovanja ili upotrebe dela u svom delu, ako se na ispravan/određen način navede ime autora ili davaoca licence, uz mogućnost komercijalne upotrebe dela-disertacije.

6. **Autorstvo – deliti pod istim uslovima**. Dozvoljavate umnožavanje, distribuciju i javno saopštavanje dela, i njegove prerade, ako se na ispravan/određen način navede ime autora ili davaoca licence, i ako se prerada distribuira pod istom ili sličnom licencom. Ovaj tip licence dozvoljava komercijalnu upotrebu dela-disertacije i prerada iste. Slična je softverskim licencama, tj. licencama otvorenog tipa.