



KAKO ZAPOČETI POSAO U RURALNOM TURIZMU SRBIJE

Vodič je pripremljen u okviru projekat
“Jačanje kapaciteta za podršku ruralnog razvoja u jugoistočnoj Evropi”



KAKO ZAPOČETI POSAO U RURALNOM TURIZMU SRBIJE

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. RURALNI TURIZAM U SRBIJI	6
3. OSNOVNE ZAKONSKE ODREDBE ZA OBAVLJANJE POSLA U RURALNOM TURIZMU	8
3.1. Zakonske odredbe za obavljanje ugostiteljske delatnosti - fizička lica	9
4. PROCEDURA REGISTRACIJE - POTREBNA DOKUMENTACIJA.....	10
4.1. Kategorizacija ugostiteljskih objekta za smeštaj - fizičko lice	11
I Podnošenje zahteva za kategorizaciju ugostiteljskog objekta	11
II Dokumentacija za kategorizaciju ugostiteljskog objekta – kuća, stan, apartman, seosko turističko domaćinstvo	11
4.2. Boravišna taksa – fizička lica.....	13
4.3. Porezi – fizička lica.....	14
5. SMERNICE ZA UPRAVLJANJE SEOSKIM DOMAĆINSTVOM	15
5.1. Promocija i prodaja usluga seoskog domaćinstva	16
5.2. Pozitivni i negativni aspekti bavljenja ruralnim turizmom.....	18
5.3. Kako do zadovoljnog gosta	20
5.4. Održivi razvoj i EU perspektiva u ruralnom turizmu	22
5.5. Pozitivni i negativni primeri.....	24
6. KORISNI LINKOVI.....	30
7. ZAKLJUČAK.....	32



Ravanjski vis, selo Ravni, Užice

1. UVOD

Poštovani čitaoci, ukoliko razmišljate da Vaše seosko turističko domaćinstvo, kuću, stan ili apartman otvorite za pružanje usluga u ruralnom turizmu, ovaj kratki priručnik će Vam dati osnovne informacije kako da započnete svoje poslovanje. Kroz ovaj priručnik ćete se upoznati sa osnovnim pojmovima ruralnog turizma, zakonskim okvirima, pravilnicima, obračunom i načinom plaćanja boravišne takse i poreza, ali takođe dobrim i lošim primerima, kako da najbolje uredite svoje domaćinstvo, ispunite zahteve gostiju, plasirate svoje proizvode i promovišete vašu celokupnu ponudu.

Nadamo se da ćete ovde pronaći bar neke tražene odgovore i da ćemo vas inspirisati da donesete odluku da se bavite turizmom u svom domaćinstvu.

2. RURALNI TURIZAM U SRBIJI



U vreme dinamičnog i stresnog života, nedostatku vremena, manjku kvalitetnih aktivnosti, ruralni turizam daje mogućnost za prijatan odmor i promenu svakodnevnice. Motivi za dolazak na selo kao što su: mir, čista priroda, interakcija s novim ljudima (domaćini), zdrava hrana, lagani tempo života, fizička aktivnost, ne meri se vreme, dokolica, zaslužni su za nastanak i opstanak ruralnog turizma kao turizma koji je okrenut individualnom gostu i njegovim potrebama. Ruralni turizam se oslanja na potrebu gradskih stanovnika za mirom i prostorom, za sportsku rekreaciju na otvorenom. Uključuje posetu nacionalnim parkovima i parkovima prirode kao i ostaloj baštini u ruralnom prostoru, panoramske vožnje, uživanje u ruralnim predelima i boravak u turističkim seoskim domaćinstvima. Specifično za proizvod ruralnog turizma jeste nastojanje da se posetiocu osigura lični kontakt, osećaj za fizičko i ljudsko okruženje u ruralnom prostoru i koliko je to moguće, da mu se pruži mogućnost učestvovanja u aktivnostima, tradiciji i stilu života lokalnog stanovništva. Usluga osim smeštaja uključuje i manifestacije, festivale, rekreaciju, proizvodnju i prodaju ručnih radova, zanatskih i poljoprivrednih proizvoda. Ruralni turizam je sredstvo revitalizacije napuštenih ruralnih oblasti koja obezbeđuje njihovu održivost u budućnosti kroz očuvanje ili stvaranje novih radnih mesta i povećavanju raznolikosti zanimanja. Ruralni turizam se takođe usredsređuje na očuvanje prirodnih resursa i daje podršku očuvanju seoskih zanata kao turističke atrakcije. Osnovni cilj ruralnog turizma je da seoskom stanovništvu obezbedi dodatnu zaradu, poboljša njegov životni standard i smanji depopulaciju i devastaciju ruralnih područja.

Republika Srbija poseduje komparativne prednosti

za razvoj ruralnog turizma, zbog povoljnog geografskog položaja, bogatog kulturno - istorijsko nasleđa, očuvane tradicionalne seoske arhitekture i atraktivnog etno obeležja. U ruralnim područjima se održavaju brojne etnografske i gastronomske manifestacije, a stanovništvo karakteriše tradicionalna gostoljubivost. Iako ruralni turizam u Srbiji, nema dugu tradiciju, uloženi su veliki naponi nadležnih institucija kao i lokalnih samouprava i zajednica u cilju njegovog uspešnog razvoja. Nedavnim izmenama zakona, stvoreni su uslovi da se vlasnici objekata mogu kategorisati i obavljati svoje poslovanje putem jedinstvene platforme E-turista i izdavati račune korisnicima usluga. Izmenama zakona predviđeni su iznosi i načini obračunavanja boravišne takse i poreza na prihode od pružanja ugostiteljskih usluga.

Osnovni uslovi za pružanje ugostiteljskih usluga u ruralnom turizmu Srbije su da ste vlasnik ili suvlasnik kuće, stana ili apartmana u domaćoj radinosti ili seoskog turističkog domaćinstva koje se nalazi u ruralnom (seoskom) okruženju sa elementima lokalnog obeležja i nasleđa, da ste izvršili kategorizaciju objekta i ispunjavate minimalne tehničke i sanitarno higijenske uslove, uredno vodite poslovanje preko centralnog informacionog sistema i portala E-turista, izdajete validne račune, uredno izvršavate obaveze plaćanja boravišne takse i poreza u skladu s važećim zakonom. Fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u ugostiteljskom objektu domaće radinosti i seoskog turističkog domaćinstva mora da ispunjava zdravstvene uslove i redovno obavlja zdravstvene preglede u skladu sa zakonima kojima se uređuje zdravstvena zaštita i zaštita stanovništva od zaraznih bolesti.



3. OSNOVNE ZAKONSKE ODREDBE ZA OBAVLJANJE POSŁA U RURALNOM TURIZMU

mongione/Shutterstock.com

3.1. Zakonske odredbe za obavljanje ugostiteljske delatnosti - fizička lica

UGOSTITELJ JE PRIVREDNO DRUŠTVO, DRUGO PRAVNO LICE, PREDUZETNIK I FIZIČKO LICE koje obavlja ugostiteljsku delatnost pod uslovima propisanim Zakonom o ugostiteljstvu. U okviru ovog priručnika akcenat će se staviti na ugostitelja – fizičko lice koje želi da obavlja ugostiteljsku delatnost u svom objektu domaće radinosti /stanu, kući, apartmanu/ ili seoskom turističkom domaćinstvu. U okviru Zakona o Ugostiteljstvu RS, uređuju se uslovi i način obavljanja ugostiteljske delatnosti u ruralnom turizmu, boravišna taksa, kao i druga pitanja od značaja za razvoj i unapređenje. Fizičko lice - Ugostitelj može da pruža ugostiteljske usluge smeštaja, pripremanja i usluživanja hrane, pića i napitaka u ugostiteljskom objektu domaće radinosti i seoskog turističkog domaćinstva. Fizičko lice može da pruža ugostiteljske usluge u objektima smeštajnih kapaciteta do 30 individualnih ležajeva, za najviše 30 korisnika usluga. Fizičko lice u ugostiteljskom objektu domaće radinosti može da pruža samo ugostiteljske usluge smeštaja. Fizičko lice u ugostiteljskom objektu seoskog turističkog domaćinstva uslugu pripremanja i usluživanja hrane, pića i napitaka može da pruža samo korisniku usluge kome

pruža uslugu smeštaja. Usluge u seoskom turističkom domaćinstvu, fizičko lice pruža od namirnica, pića i napitaka zasnovanih na proizvodima koje je pretežno sam proizveo. U okviru seoskog turističkog domaćinstva ugostitelj može da pruža ugostiteljske usluge smeštaja na otvorenom u privremeno postavljenoj opremi za kampovanje, do 20 kamp parcela, za najviše 30 korisnika usluga. U objektu seoskog turističkog domaćinstva može se pružati ugostiteljska usluga i organizovanoj turističkoj grupi do 50 putnika koja ne koristi usluge smeštaja. Ugostitelj - fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge u ugostiteljskom objektu domaće radinosti i seoskom turističkom domaćinstvu mora biti vlasnik, odnosno suvlasnik tog smeštajnog objekta. Izuzetno ugostiteljske usluge može da pruža i član porodičnog domaćinstva vlasnika, odnosno suvlasnika, uz njihovu pisanu saglasnost, koja se overava kod javnog beležnika. Članom porodičnog domaćinstva smatra se bračni drug, deca rođena u braku, van braka ili usvojena, braća i sestre, roditelji bračnih drugova i unučad, a koja lica sa vlasnikom, odnosno suvlasnikom stanuju u istom stanu, odnosno stambenom objektu.

4. PROCEDURA REGISTRACIJE - POTREBNA DOKUMENTACIJA



Tomasz Wozniak/Shutterstock.com

4.1. Kategorizacija ugostiteljskih objekta za smeštaj - fizičko lice

I Podnošenje zahteva za kategorizaciju ugostiteljskog objekta

Fizičko lice – Ugostitelj, može da pruža ugostiteljske usluge smeštaja, pripremanja i usluživanja hrane, pića i napitaka u ugostiteljskom objektu domaće radinosti i seoskom turističkom domaćinstvu.

Zahtev za razvrstavanje ugostiteljskih objekata za smeštaj vrste kuća, apartman, soba i seosko turističko domaćinstvo u kategoriju, podnosi ugostitelj, lokalnoj samoupravi na čijoj se teritoriji nalazi domaćinstvo a putem portala E-turista www.eturista.gov.rs. Za pristup Centralnom informacionom sistemu, odnosno dobijanje korisničkog naloga za portal E-turista potrebno je dostaviti na e-mail lokalne samouprave sledeće podatke:

Fizička lica – očitana lična karta (ili fotokopirana), e-mail adresa i kontakt telefon. Uputstvo za kategorizaciju, obrazac izjave i propise od značaja za postupak kategorizacije i dalji rad kategorisanih objekata možete preuzeti na linku www.eturista.gov.rs. Zahtev za određivanje kategorije - kuća, apartman, soba ili seoskog turističkog domaćinstva podnosi se za svaki objekat pojedinačno.

II Dokumentacija za kategorizaciju ugostiteljskog objekta – kuća, stan, apartman, seosko turističko domaćinstvo

U skladu sa Zakonom, u postupku koji se pokreće po zahtevu stranke organ može da vrši uvid, pribavlja

i obrađuje lične podatke o činjenicama o kojima se vodi službena evidencija kada je to neophodno za odlučivanje, osim ako stranka izričito izjavi da će te podatke pribaviti sama. Za fizičko lice - na osnovu potpisane izjave, nadležni organ može izvršiti uvid, pribaviti i obraditi deo ličnih podataka o kojima se vodi službena evidencija, a koji su neopodni za odlučivanje i to:

1. Dokaz o vlasništvu – Prepis lista nepokretnosti;
2. Uverenje da je objekat u postupku legalizacije izdato od strane nadležnog organa (ukoliko je za predmetni objekat podnet zahtev za legalizaciju).

Fizičko lice – Ukoliko se podnosilac zahteva opredeli da za potrebe postupka sam pribavi neophodnu dokumentaciju, kao i podatke o činjenicama o kojima se ne vodi službena evidencija, a koji su neophodni za odlučivanje, dužan je da dostavi sledeća dokumenta:

1. Zahtev za kategorizaciju

2. Dokaz o vlasništvu:

- Prepis lista nepokretnosti ne stariji od šest meseci – fotokopija – Katastar nepokretnosti;
- Ugovor o kupoprodaji, Ugovor o otkupu stana ili drugi dokaz o vlasništvu – original ili overena fotokopija;
- Ukoliko objekat nije uknjižen prilaže se Uverenje da je za navedeni objekat podnet zahtev za legalizaciju, izdat od strane nadležnog organa – fotokopija;

3. Dokaz o uplati administrativne takse

4. Saglasnost vlasnika objekta da suvlasnik može da

kategorizuje objekat i isti izdaje turistima, original overena kod javnog beležnika. Saglasnost vlasnika/suvlasnika objekta da član porodičnog domaćinstva može da kategorizuje objekat i isti izdaje turistima, original overena kod javnog beležnika;

- fotokopija lične karte vlasnika/suvlasnika;
- dokaz o srodstvu sa vlasnikom/suvlasnikom objekta;

5. Lekarsko uverenje o zdravstvenoj sposobnosti za obavljanje ugostiteljske delatnosti za fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge i članove domaćinstva (Dom zdravlja - medicina rada – Lekarsko uverenje) – moraju imati vlasnici seoskih turističkih domaćinstava i domaće radinosti/kuća, soba, apartman/

Za fizička lica koja podnose zahtev za kategorizaciju seoskog turističkog domaćinstva potrebno je dostaviti i potvrdu od ovlašćene zdravstvene ustanove da fizičko lice koje pruža ugostiteljske usluge i članovi domaćinstva u kojem se pružaju usluge smeštaja nisu evidentirani na kliconoštvo i parazite – Sanitarna knjižica - Zavodi za javno zdravlje. Sanitarnu knjižicu moraju imati vlasnici domaćinstva u kojima se pruža usluga ishrane.

Pored gore navedenih dokumenata potrebno je priložiti i popunjene izjave i to:

- Izjava o ispunjenosti minimalno tehničkih uslova za uređenje i opremanje ugostiteljskih objekata za smeštaj.
- Izjava o ispunjenosti standarda u kategorije.
- Izjava o ispunjenosti sanitarno-higijenskih uslova.

Sve izjave možete preuzeti na sledećem linku.

<https://mtt.gov.rs/tekst/93/sektor-za-turizam.php>

Standardi za kategorizaciju ugostiteljskog objekta sadrže obavezne elemente označene znakom “M” i izborne elemente na osnovu kojih se određuje broj bodova utvrđenih za određenu kategoriju od 1-4 zvezdice. Pre nego što uđete u proces kategorizacije poželjno je da se upoznate sa propisima i standardima iz ove oblasti na linku <https://mtt.gov.rs/tekst/93/sektor-za-turizam.php>.

Prilikom podnošenja zahteva za razvrstavanje u kategorije ugostiteljskog objekta vrste kuća, apartman, soba i seosko turističko domaćinstvo ne plaća se naknada troškova postupka razvrstavanja. Podnosilac zahteva za kategorizaciju ugostiteljskog objekta je dužan da u skladu sa Zakonom o republičkim administrativnim taksama izvrši uplatu administrativne takse. Svi podaci za uplatu se mogu dobiti u lokalnoj samoupravi. Dokumenta se dostavljaju skenirana i prikačena kao prilog (tačka 1.3. portal E turista – dodatni podaci o objektu - prilozi). Komisija za kategorizaciju ugostiteljskih objekata za smeštaj postupa po zahtevu stranke, utvrđuje ispunjenost uslova za traženu kategoriju i sačinjava zapisnik o zatečenom činjeničnom stanju. Podnosilac zahteva obaveštava se pisanim obaveštenjem ili usmenim putem o datumu i vremenu dolaska Komisije. Zapisnik se sastavlja u prisustvu podnosioca zahteva ili ovlašćenog lica, u dva istovetna primerka, od kojih jedan ostaje podnosiocu zahteva, odnosno ovlašćenom licu. Zapisnik potpisuju članovi Komisije i prisutni podnosilac zahteva, odnosno ovlašćeno lice. Na osnovu utvrđenog činjeničnog stanja, Komisija daje predlog za razvrstavanje objekta u kategoriju za koju ispunjava uslove. Kategorija objekta određuje se Rešenjem

koje donosi nadležni organ lokalne samouprave, na predlog Komisije, sa rokom važnosti od 3 godine. Ugostitelj pre početka obavljanja ugostiteljske delatnosti u ugostiteljskom objektu pribavlja rešenje o kategorizaciji, u skladu sa zakonom. Ako se u roku važenja rešenja o kategorizaciji dođe do promene ugostitelja, kategorije, broja smeštajnih kapaciteta, broja individualnih ležaja i dr, ugostitelj podnosi novi zahtev za izdavanje novog rešenja kojim se ugostiteljski objekat kategoriše. Fizičko lice na koga glasi rešenje o kategorizaciji ugostiteljskog objekta ne može drugom fizičkom licu da ustupi obavljanje ugostiteljske delatnosti. Propisanu oznaku ugostiteljskog objekta, vlasnik dobija uz rešenje o kategorizaciji od nadležnog organa lokalne samouprave.

Za celokupnu evidenciju/prijavu gostiju-domaćih, stranih/, vlasnik domaćinstva će od nadležnog organa lokalne samouprave dobiti korisničko ime/lozinku s kojom će preko centralnog informacionog sistema koristiti portal  **туриста**, a po izvršenoj kategorizaciji.

4.2. Boravišna taksa – fizička lica

Fizičko lice - Visina godišnjeg iznosa boravišne takse za fizičko lice utvrđuje se tako što se broj individualnih ležaja, odnosno kamp parcela, množi sa iznosom boravišne takse po individualnom ležaju, odnosno kamp parceli u zavisnosti od teritorije na kojoj se ugostiteljski objekat nalazi, i to za:

- 1) I kategorija turističkog mesta - 3.300,00 dinara;
- 2) II kategorija turističkog mesta - 2.600,00 dinara;
- 3) III kategorija turističkog mesta - 2.000,00 dinara;
- 4) IV kategorija turističkog mesta - 1.300,00 dinara.

Ako se ugostiteljski objekat ne nalazi u granicama turističkog mesta, broj individualnih ležaja i kamp parcela se množi sa iznosom od 1.000,00 dinara. Podatke o visini godišnjeg iznosa boravišne takse, uplatnom računu za boravišnu taksu i pozivu na broj odobrenja, fizičko lice dobija od nadležnog organa. Utvrđenu visinu godišnjeg iznosa boravišne takse za tekuću godinu, fizičko lice plaća kvartalno, do petog u mesecu za prethodni kvartal, uplatom u u korist budžeta jedinice lokalne samouprave na čijoj teritoriji se ugostiteljski objekat nalazi. Fizičko lice koje u toku godine započne pružanje ugostiteljskih usluga dužno je da plaća iznos boravišne takse počev za naredni kvartal u odnosu na kvartal u kome je počeo da pruža usluge. U slučaju kada u toku godine prestane da pruža ugostiteljske usluge, fizičko lice je dužno da izvrši plaćanje boravišne takse zaključno za kvartal u kome je prestao da pruža usluge.

Fizičko lice je dužno da u roku od sedam dana od dana uplate iznosa boravišne takse, o tome dostavi dokaz nadležnom organu. Nadležni organ dužan je da za svaki ugostiteljski objekat utvrdi visinu godišnjeg iznosa boravišne takse.

4.3. Porezi – fizička lica

Porez na prihode od pružanja ugostiteljskih usluga plaća se po osnovu prihoda koje fizičko lice ostvari od pružanja ugostiteljskih usluga u ugostiteljskom objektu domaće radinosti i objektu seoskog turističkog domaćinstva, saglasno zakonima kojima se uređuju ugostiteljstvo i turizam. Poresku osnovicu za kalendarsku godinu čini iznos 5% prosečne mesečne zarade po zaposlenom u Republici Srbiji u godini koja prethodi godini za koju se utvrđuje porez, pomnožen brojem individualnih ležajeva, odnosno kamp parcela (iz Rešenja o kategorizaciji objekata domaće radinosti i seoskog turističkog domaćinstva koje kategoriše nadležni organ jedinice lokalne samouprave) i odgovarajućim koeficijentom prema kategoriji turističkog mesta. Koeficijent prema kategoriji turističkog mesta, za utvrđivanje oporezivog prihoda iznosi za:

- 1) I kategoriju turističkog mesta – 5,00;
- 2) II kategoriju turističkog mesta – 4,25;
- 3) III kategoriju turističkog mesta – 3,50;
- 4) IV kategoriju turističkog mesta – 2,50.

Ako se objekti ne nalaze u granicama turističkog mesta, za utvrđivanje oporezivog prihoda koeficijent iznosi 2,00. Prihod po osnovu pružanja

ugostiteljskih usluga u domaćoj radinosti i seoskom turističkom domaćinstvu oporezuje se po stopi od 20%, koja se primenjuje na poresku osnovicu. Poreska prijava za utvrđivanje poreza po osnovu prihoda od pružanja ugostiteljskih usluga podnosi se na Obrascu PPDG-4R - Poreska prijava za utvrđivanje poreza na prihod od pružanja ugostiteljskih usluga koji je propisan Pravilnikom o obrascima poreskih prijava za utvrđivanje poreza na dohodak građana koji se plaća po rešenju. Sve informacije vezane za iznose i način obračuna poreza možete videti na <https://mtt.gov.rs/tekst/93/sektor-za-turizam.php>

Za usluge koje je gost koristio u domaćinstvu, fizičko lice izdaje poseban račun koji mora da sadrži sledeće elemente: Broj računa, ime i prezime fizičkog lica, adresa fizičkog lica, vrsta i kategorija ugostiteljskog objekta, adresa ugostiteljskog objekta, ime i prezime korisnika usluge, podatak o prodajnoj ceni sa specifikacijom pruženih usluga, datum izdavanja računa, potpis fizičkog lica, izdavaoca računa. U slučaju da se račun izdaje štampanjem iz kompjutera, fizičko lice ga štampa, potpisuje i jedan primerak uručuje korisniku, a drugi po hronološkom redu odlaže u poseban registar. U slučaju da se račun izdaje preko blok računa sa numeracijom, koji se popunjava u dva primerka, fizičko lice jedan primerak uručuje korisniku, a drugi primerak ostaje u bloku i čuva se po hronološkom redu. Fizičko lice je dužno da evidenciju izdatih računa čuva dve godine. Na računu se ne iskazuje iznos boravišne takse. Vlasnik domaćinstva je u obavezi da u objektu istakne kategoriju objekta /dobićete je uz Rešenje od lokalne samouprave/, ime prezime, adresu, telefon, cenovnik usluga, inventar listu, kućni red.

5. SMERNICE ZA UPRAVLJANJE SEOSKIM DOMAĆINSTVOM



5.1. Promocija i prodaja usluga seoskog domaćinstva

Pod pretpostavkom da je formiran turistički proizvod, odnosno da se domaćinstvo organizovalo i opremilo za prihvata, boravak i aktivnosti gostiju, potrebno je privući potencijalne goste. U današnjoj eri telekomunikacija, kada su televizija, radio, štampa, internet i ostali mediji pretrpani raznoraznim reklamama za najrazličitije proizvode i usluge, treba izabrati optimalno sredstvo, način i obim promocije svog domaćinstva. Reklama „od usta do usta“, je najbolji vid promocije i prodaje, ali se ne može postići značajan efekat bez dužeg vremenskog perioda. Ono što domaćinstvo vrlo lako i jeftino može uraditi je da se oglasi na internetu i putem društvenih mreža. Promocija i prodaja ruralnog turističkog proizvoda, zavisi od dobre reklame i prodajne strategije. Uspješna prodajna strategija, ima za cilj pronalaženje turista na turističkom tržištu /koje je to ciljno tržište odn. koje su to ciljne grupe/, otkrivanje njihovih potreba i želja, zbog kojih su zainteresovani za turistički proizvod seoskog domaćinstva, i na kraju kako turistički proizvod promovisati, prodati i zadržati vezu sa njihovim kupcima. Najbolja opcija je da domaćinstvo na internetu ima sopstvenu web stranicu. Pored toga moguće je promovisati se putem takozvanih „banera“ odnosno promovisanje na sajtovima koji nude ponudu cele zemlje ili regije, destinacije. Naravno, veće investicije u promociju donose i veće efekte ali uvek treba pronaći pravu meru između veličina investicija i profita. Pored toga moguće je koristiti i niz drugih načina promocije i prodaje na internetu i to :

1. *Virtuelne ture* - Daju potencijalnim gostima mnogo bolje vizuelne informacije nego što to mogu statične fotografije, izdvajaju ponudu od konkurencije, povećavaju poverenje kod potencijalnih gostiju pa su šanse za rezervaciju mnogo veće.
2. *Personalizacija* - prikazivanje prave poruke (kreiranjem oglasa), pravim ljudima (targetiranjem) u pravo vreme (vi birate kada se oglasi prikazuju) i na pravom mestu (vi birate lokacije, ali i uređaje na kojima se oglasi prikazuju).
3. *Instagram Stories* - Korisnici vole Storijs jer ih smatraju mnogo autentičnijim, neposrednijim, i prirodnijim od planiranog sadržaja koji se postavlja u vidu objave. Storijs su odlični za kreiranje spontanog sadržaja i trenutaka.
4. *Facebook* – Omogućava kreiranje objava u vidu teksta i fotografija Vašeg domaćinstva. Tekst bi trebao biti sažet i sa potpunim i tačnim informacijama koje želite podeliti.
5. *Platforme za četovanje* - Morate biti pristupni na Facebook Messenger-u, Viber-u, WhatsApp-u i svim ostalim chat aplikacijama koje vaša ciljna grupa koristi.
6. *Globalni posrednički portali* - Booking.com, Airbnb, TripAdvisor, putem kojih možete promovisati i prodavati usluge vašeg domaćinstva.

Tradicionalni načini promocije i prodaje – Sajmovi - nastupi na sajmovima turizma su potrebni jer se tamo prati konkurencija i stiču se iskustva o tome šta druga domaćinstva rade i na koji način se promovišu i prodaju svoje usluge. Sajmovi su bitni i zbog upoznavanja sa predstavnicima turističkih agencija ili drugih posrednika koji se bave organizovanjem putovanja. U tu svrhu se uglavnom koriste grafička štampana sredstva turističke propagande. Iako nemaju efekat kakav ima internet, za iste iznose ulaganja u promociju, ne znači da domaćinstvo ne bi trebalo bar da izradi vizit kartice ili brošure/flajere manjeg formata i broja strana, kao i reklamni materijali sa simbolima domaćinstva.

Svako domaćinstvo u izvesnoj meri proizvodi domaće proizvode u različitom obimu. Gosti su uglavnom zainteresovani za sve vrste proizvoda, ali ih domaćini moraju ponuditi u odgovarajućem obliku, pakovanju i po jasno izraženoj ceni da bi se ostvarila značajna komercijalizacija domaće radinosti. Pakovanja bi trebalo da budu praktični, tako da se lako mogu poneti, jer se najčešće kupuju kao poklon ili suvenir. Kao ambalažu za svoje proizvode ili kao deo dekoracije mogu se koristiti tradicionalni proizvodi (kačice, glinene posude, vezeni ili vuneni detalji i sl.). Promociju i prodaju tradicionalnih proizvoda svog domaćinstva takođe možete vršiti putem interneta /web stranice ili društvenih mreža/ i dostavom porudžbina na adresu. Takođe prodaju možete organizovati na mnogim manifestacijama ili u degustativnim centrima u vašoj lokalnoj zajednici ili regiji.

Usluge domaćinstva možete prodavati direktno, / vlasnik domaćinstva sam ugovara poslove/ ili preko posrednika /turističkih agencija, turističkih organi-



Mona Wine Festival/SWG arhiva



Mona Wine Festival/SWG arhiva

zacija/. *Direktnu prodaju* - čini individualna komunikacija s kupcima-turistima. To je u ovom slučaju prednost prodaje, jer je moguće lakše prilagođavanje zahtevima i potrebama turističkog tržišta. *Indirektna prodaja* – podrazumeva prodaju usluga domaćinstva preko posrednika. Fizičko lice i posrednik zaključuju ugovor koji ima propisanu sadržinu. Turistička agencija/organizacija se u ovom slučaju pojavljuju kao posrednici u prodaji usluga seoskog domaćinstva i imaju pravo na određeni iznos provizije.

5.2. Pozitivni i negativni aspekti bavljenja ruralnim turizmom

Da bi specifičan turistički proizvod ruralnog turizma mogao da bude konkurentan na turističkom tržištu, vrlo je važno poznavanje njegovih karakteristika. Tačnije šta je to, što lokalnoj zajednici ili pojedincu omogućava razvoj ruralnog turizma, kakve su prednosti ali i šta je to što može negativno uticati na njegov razvoj.

Snage ruralnog turizma

- Skrivene lepote i vrednosti prostora;
- Prirodne i antropogene turističke vrednosti;
- Zaštićena prirodna područja;
- Uključivanje lokalne zajednice;
- Lokalno znanje i potencijali lokalne radne snage;
- Poslovi u lokalnom vlasništvu;
- Dostignut stepen razvoja i organizovanosti ruralnog turizma;
- Konkurentne cene;
- Prepoznatljiva gastronomija;
- Gostoljubivost i pozitivan stav lokalnog stanovništva prema turistima.

Mogućnosti ruralnog turizma

- Stvaranje novih mogućnosti za zapošljavanje;
- Stvaranje dodatnih prihoda domaćinstva;
- Lakši plasman poljoprivrednih i zanatskih proizvoda domaćinstva;
- Mogućnost učešća na javnim konkursima koji su usmereni na unapređenje života na selu i razvoj ruralnog turizma;
- Mogućnost uspostavljanja i razvoja saradnje sa drugim udruženjima koja se bave razvojem ruralnog turizma na području okolnih opština, države ali i prekogranične saradnje;
- Poboljšanje infrastrukture (saobraćajne, komunalne, socijalne i sl);
- Stvaranje novih turističkih lokaliteta i destinacija;
- Stvaranje izletničkih zona i pravaca;
- Stvaranje oaza mira i zadovoljstva u očuvanom okruženju;
- Stvaranje autentičnih raznovrsnih ponuda;;
- Uključivanje novih kulturnih sadržaja;
- Uključivanje turista u autentičnu lokalnu zajednicu;
- Razvijanje odgovornosti pojedinaca i društvenih zajednica za očuvanje životne sredine.

Slabosti ruralnog turizma

- Demografska struktura ruralnog područja i depopulacija ruralnih područja;
- Nedovoljna koordinacija na svim nivoima na rešavanju problema koji utiču na razvoj i unapređenje održivog razvoja ruralnih područja (saobraćajna infrastruktura, komunalna mreža, PTT, zdravstvena zaštita, policija, trgovina, ugostiteljstvo...);
- Nedovoljno poznavanje destinacije;
- Nedostatak adekvatnih kapaciteta s obzirom na resurse (broj i kvalitet smeštajnih kapaciteta)
- Niska popunjenost smeštajnih kapaciteta seoskih turističkih domaćinstava sa visokim stepenom sezonalnosti;
- Nedovoljna osmišljenost sadržaja boravka;
- Nedostatak finansija;
- Nedovoljna turistička signalizacija;
- Nedovoljna zainteresovanost turističkih agencija i turoperatora za prodaju turističkog proizvoda;
- Nedostatak turističkih programa;
- Nedovoljna i neadekvatna promocija;
- Neobaveštenost lokalnog stanovništva o značaju turizma.

Pretnje ruralnom turizmu

- Umanjivanje vrednosti pojedinih aktivnosti lokalnog stanovništva;
- Napuštanje tradicionalnih delatnosti;
- Neadekvatno i nepotpuno tržišno pozicioniranje ponude ruralnog turističkog proizvoda
- Neadekvatno usklađivanje razvoja turizma sa razvojem aktivnosti važnih za lokalnu zajednicu;
- Neadekvatno korišćenje prirodnih i antropogenih resursa;
- Niska ekološka svest lokalnih zajednica o značaju zaštite životne sredine;

Ruralni razvoj i razvoj ruralnog turizma, je proces koji omogućava lokalnim akterima da zajednički rade na stvaranju boljih uslova za ekonomski rast i poboljšanje kvaliteta života za sve stanovnike lokalne zajednice. Planiranje u razvoju ruralnog turizma je proces koji ne samo da obezbeđuje neposredno učešće svih relevantnih aktera u njegovom sprovođenju, već i sam proces upravljanja zajednicom čini transparentnim.

Razvoj lokalne zajednice kroz ruralni turizam moguće je ostvariti uz odgovoran odnos cele lokalne zajednice a i pojedinaca.

5.3. Kako do zadovoljnog gosta

Domaćinstvo koje počinje da se bavi ruralnim turizmom, mora da opremi svoje domaćinstvo na takav način da bude atraktivno za potencijalne goste. Atraktivnost domaćinstva je najbitniji uslov za donošenje odluke gostiju da posete domaćinstvo. Turisti iz urbanih centara koliko god tražili netaknutu prirodu, ruralnu arhitekturu, oni traže u ruralnom prostoru minimum komfora na koji su naučili (struja, voda, telefon, dobru putnu infrastrukturu, trgovinu, internet...) Domaćinstvo treba da daje utisak uređenosti i opremljenosti za goste, ali na takav način da se sačuva tradicionalna arhitektura i prirodno autentično okruženje. Ukoliko seosko domaćinstvo želi da se uključi u turističku ponudu, onda mora da poseduje želju, sposobnosti i mogućnosti da pruži kvalitetnu uslugu i da zadovolji očekivanja gostiju koji borave u seoskom domaćinstvu. Poslednjih godina ističu se interesi turista za ekološki čistu prirodu. Povećava se interes za domaće poljoprivredne proizvode. Sve više posetilaca pokazuje interese za upoznavanje kulture, običaja i uslove življenja u mestu i okolini u kojoj borave za vreme svog odmora. Povećava se broj gostiju koji preferiraju turistički boravak u zdravoj prirodnoj okolini u kojoj se primenjuju ekološke norme u gazdovanju otpadom, korišćenje đubriva, pesticida i sl. Povećava se interes za boravak u poljoprivrednim imanjima s bio proizvodnjom. Turisti za vreme svog boravka traže ispunjenje svojih želja i hobija. Tako i u ruralnom turizmu nije dovoljno osigurati ispunjenje osnovnih

potreba (smeštaja i ishrane) nego i dodatnih koje proizilaze iz želje za potpunim ispunjenjem slobodnog vremena. Iz toga sledi da je potrebno osigurati mogućnost ispunjenja želja i hobija turista nizom sadržaja i aktivnosti koje se mogu realizovati u samom domaćinstvu ili njegovom okruženju. Sadržaje i aktivnosti možete ponuditi samostalno ili u saradnji sa drugim ponuđačima usluga ili drugim partnerima u ruralnom turizmu (turističke agencije, lokalne ustanove kulture, sportska udruženja, organizatori manifestacija...). Povećanje kvaliteta je ključ uspeha u turizmu. Kvalitet se ne odražava samo u boljoj opremi, nego i u lepezi ponuđenih usluga i brizi o gostima. Dolazak gosta u seosko domaćinstvo treba da bude prijatan i da pruži obostrano zadovoljstvo domaćina i gosta. Doček treba da bude spontan ali i organizovan. Komunikaciju treba voditi taktično i dozirano. Uvek je potrebno proceniti šta gost stvarno želi. Ne treba ga opteretiti svojim prisustvom i sa previše informacija, pitanja i predloga. Gostima se tokom boravka na razne načine ukazuje pažnja i poštovanje. Celokupna organizacija života seoskog domaćinstva tokom boravka gostiju, mora biti određena njima. Potrebno je odreći se loših navika u međusobnoj komunikaciji pred gostima. Nikada ne treba pokazivati ljutnju, nervozu ili neraspoloženje, izazvano odnosima u porodici. Odmerenost, smirenost i strpljenje moraju postati univerzalne smernice profesionalnog ponašanja tokom pružanja usluga. Nedopustivo je neljubazno ponašanje prema gostu. Gosti su veoma osetljivi i na najmanji znak nestrpljenja ili nervoze. Gostima nikada ne treba iznositi privatne probleme i time pravdati sopstveno loše raspoloženje. Gostu je potrebno obezbediti privatnost i boravak u miru i tišini.



Seosko turističko domaćinstvo Gostoljublje, Kosjerić

Što se tiče bezbednosti i sigurnosti gostiju ali i domaćina, neophodno je uredno voditi evidenciju gostiju. Popunjavanjem knjige gostiju /E-turista/ mogu se izbeći mnogobrojne neprijatnosti, jer se upravo u knjizi gostiju nalaze svi bitni podaci koji mogu koristiti u nepredviđenim situacijama. Takođe je važno voditi računa o osiguranju sopstvene imovine ali i osiguranju samog gosta. Uslove i načine osiguranja možete pronaći u osiguravajućim društvima.

Domaćin očekuje pouzdan i stabilan izvor zarade koji će biti dodatni prihod domaćinstvu. Da bi to postiglo, domaćinstvo mora voditi stalnu brigu o kvalitetu svojih usluga, koje će pokušati da unapredi iz godine u godinu. Pre svega se misli na konstantno ispunjavanje minimalno-tehničkih uslova, održavanje higijene, zamenu/unapređenje kvaliteta postojećeg krupnog i sitnog inventara, urednost domaćinstva i okućnice, ali i na sve druge elemente usluge koji se samo na prvi pogled čine manje važnim ali utiču na zadovoljstvo gosta. Poznato je da se zadovoljan gost ponovo vraća.

5.4. Održivi razvoj i EU perspektiva u ruralnom turizmu

Najatraktivnije turističke destinacije danas su one koje imaju očuvanu prirodno-geografsku sredinu, zaštićenu prirodu i antropogene turističke motive koji privlače goste. One destinacije koje nemaju mogućnost da ponude takve turističke vrednosti suočene su sa manjim brojem turista a samim tim i svim ostalim negativnim efektima koji se ogledaju u manjem novčanom prilivu. Održiv razvoj, temelji se na principu koji podrazumeva međusobnu povezanost i zajedničke aktivnosti svih aktera razvoja turizma. Politika ruralnog razvoja EU predstavlja razradu različitih modela razvoja prema specifičnim uslovima i potrebama teritorije. Glavne vrednosti evropskih programa su decentralizovani, integralni pristup koji se zasniva na posebnosti pojedinih područja, uključivanje zajednice, ujedinjavanje nosioca razvoja na lokalnom nivou i mogućnost da se nerealizovane zamisli sprovedu u praksu. Evropski programi se uglavnom temelje na „zbližavanju” nosioca razvoja, aktivnosti i lokalnih komponenti, uspostavljanju „veza” između učesnika, aktivnosti i područja organizovanjem i vođenjem „vodoravnih” lokalnih partnerstva u cilju upotpunjavanja postojećih struktura, kao i decentralizacijom finansiranja i upravljanja, umrežavanjem i uspostavljanjem lokalnih i prekograničnih partnerskih odnosa između ruralnih sredina. Promena ekonomskih aktivnosti

na selu, očuvanje ruralnog pejzaža, zaštita i unapređenje životne sredine i reafirmacija tradicionalnih kulturnih vrednosti sela predstavljaju preduslov i osnovu razvoja ruralnog turizma. Politike ruralnog razvoja u EU se uglavnom fokusiraju na povećanje konkurentnosti u poljoprivrednom sektoru, poboljšanje kvaliteta životne sredine u selima, kroz podršku upravljanja zemljištem i poboljšanje kvaliteta života u ruralnim područjima i menjanje ruralne ekonomije. Razvoj ruralnog turizma u Europi, temelji se na identičnim ciljevima: održavanju i jačanju poljoprivredne proizvodnje u seoskim gazdinstvima, socijalnoj koheziji kroz mogućnost indirektnog zapošljavanja i ostvarivanja značajnog prihoda kroz turističke usluge, smanjivanju depopulacije ruralnih područja. Svaka zemlja u zavisnosti od svojih resursa, potencijala i specifičnosti, treba da teži usvajanju svetskih i evropskih modela razvoja i na taj način ostvari promociju i afirmaciju svojih prirodnih, društvenih i materijalnih potencijala. Svaka zemlja u zavisnosti od svojih resursa, potencijala i specifičnosti, treba da primenjuje i poštuje zakonom propisane regulative svoje zemlje u oblasti ruralnog turizma ali i da teži usvajanju svetskih i evropskih modela razvoja i na taj način ostvari promociju i afirmaciju svojih prirodnih, društvenih i materijalnih potencijala. To je pogotovu značajno za zemlje Zapadnog Balkana jer se na taj način omogućava efikasnije uključivanje u internacionalno turističko tržište. To je utoliko značajno što se interesovanja turista iz razvijenih zemalja pomeraju ka novim „neotkrivenim” destinacijama i posebnim interesovanjima gde upravo spadaju i svi oblici ruralnog turizma.

Na svetskom i evropskom nivou moguće je izdvojiti nekoliko asocijacija koje aktivno deluju na polju ruralnog turizma, experata u ruralnom turizmu, polju tradicionalnih proizvoda i malih tradicionalnih proizvođača ali i proizvoda u skladu s principima zaštite i brige o životnoj sredini. Navešćemo najznačajnije: Eurogites, Eceat, Slow food, EU Ecolabel, IAERT.



5.5. Pozitivni i negativni primeri u ruralnom turizmu

Oblikovanje turističke ponude na seoskom imanju predstavlja jednu od mnogih tema koje su bitne kod osnivanja i rada svakog seoskog domaćinstva. Zašto? Zbog posebnosti turizma u seoskom domaćinstvu i zbog očekivanja turista da se tradicionalna obeležja javljaju kako u seoskom domaćinstvu tako i u njegovom bližem i daljem okruženju. Reč je o tradiciji očuvanoj u fizičkim oblicima, u izgledu krajolika, organizaciji naselja, uređenju okućnice, vrta i dvorišta, izgledu zgrada i njihove unutrašnjosti, ali i u nematerijalnom smislu, u običajima, legendama, pesmama, zajedništvu i mnogim praktičnim znanjima.

Svi koji nude proizvode i usluge u ruralnom turizmu, ujedno su i kreatori kvaliteta tih usluga i ponude u celini. To svakako znači da svi akteri u ruralnom turizmu ne moraju nužno imati smeštaj. Neko može ponuditi druge usluge kao npr: tradicionalne proizvode, usluživanje obroka organizovanim grupama, suvenire, usluge lokalnog restorana, degustacija vina, suvog mesa, meda i sira...



Konak Mišić, Tršić, Loznica



Kónak Mišić, Tršić, Loznica



Razvoj kvalitetne ponude je u praksi dug i složen proces. Kako većina seoskih domaćinstava nema na raspolaganju dovoljno finansijskih sredstava, znanja i veština, razvoj ponude treba da bude postepen. Postepen razvoj može uštedeti mnogo novca i vremena. Takođe moguće je na vreme ispraviti moguće greške. Često se dešava da neke “velike” ideje zahtevaju dosta novca i vrlo brzo dođe do razočaranja kod domaćina, obzirom da je potrebno vreme za pozitivne efekte investicija. Isto tako, ukoliko postoje finansijski preduslovi, znanje i veštine, moguće je uspeh postići za relativno kratko vreme. Ipak savetujemo da u početnoj fazi uz minimalna ulaganja i raspoloživost postojećih kapaciteta ali uz više kreativnih ideja osmislite kvalitetnu i „drugačiju” ponudu domaćinstva.

Izgled i uređenje objekata treba da predstavljaju specifičnost tradicionalnog graditeljstva ruralnog područja. U tom duhu je potrebno opremanje i prostorija koje se koriste za potrebe smeštaja i ishrane /sobe, trpezarije, zajedničke prostorije/ ali isto tako i okućnice, dvorišta i pomoćnih objekata. Unutrašnjom opremom i sadržajima, sve prostorije moraju ispunjavati minimalno-tehničke i sanitarno higijenske uslove i zadovoljiti osnovne potrebe savremenog gosta. Preporuka je da se prostori opremaju prirodnim



Konačište Čarobni breg, Tara

materijalima, s ukusom i merom. Izbegavati pretrpavanje bespotrebnim detaljima sa mnogo kolorita. Svi predmeti i dekoracija treba da oplemene prostor i učine ga prijatnim. Realnu opasnost čine promašaji i pretvaranje enterijera u odbojan prostor ako se koristi previše predmeta koji će ga učini prenatranim.

Za seosko domaćinstvo koje se bavi pružanjem usluga u turizmu itekako je važno lepo uređeno dvorište u kojem turisti mogu da provode slobodno vreme, pripremaju hranu ako žele, čitaju, rekreiraju se, zabavljaju i uživaju. Dvorište treba da bude uređeno na takav način da čuva ambijent prirodne sredine sela, vodeći računa o higijeni i bezbednosti gostiju.

Pošto je u pitanju odmor na selu, gosti ne očekuju moderno dizajnirane baštenske garniture, ljuljaške, klupe, već nešto o što ima istu funkciju ali je napravljeno od prirodnog i autentičnog materijala. Suština je da dvorišta izgledaju lepo, ali da za njihovo održavanje ne treba mnogo vremena obzirom na brojne poslove u svakom seoskom domaćinstvu. Većinu inventara u dvorištu mogu izraditi sami domaćini. Važno je biti kreativan i iskoristiti sve što može obezbediti udoban odmor ali i uživanje svih čula vaših gostiju. Malo više truda će se sigurno isplatiti.



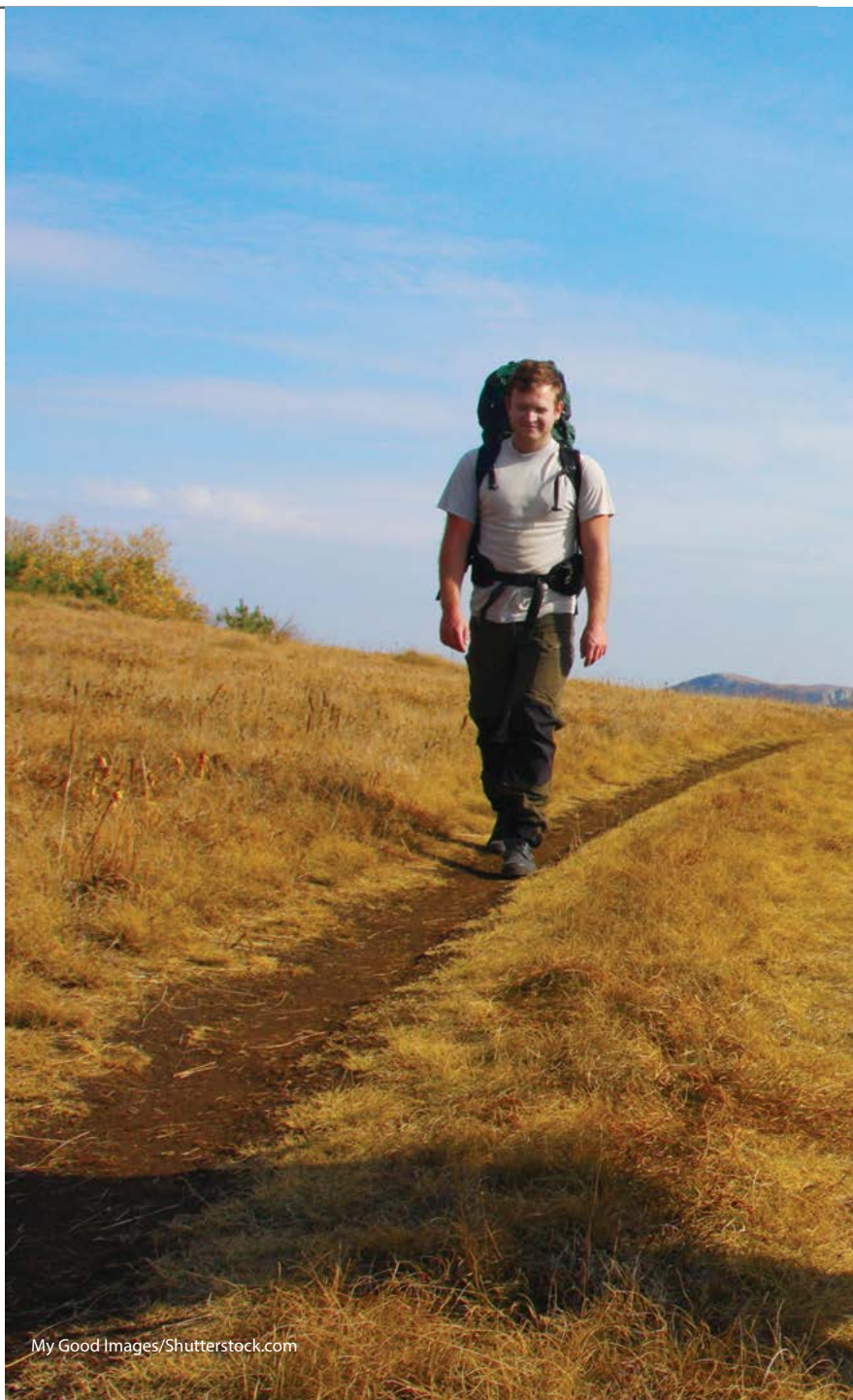
Dragoljub Simović, Simo raft



Turistička organizacija Prijepolje

Trudite se da u domaćinstvu za obroke pripremate tradicionalna jela vašeg kraja i koristite namirnice koje ste sami proizveli ili su iz vašeg okruženja. Pri posluživanju jela koristite proizvode i elemente lokalnih starih zanata i domaće radinosti po kojima je kraj prepoznatljiv /glinene posude, vezeni stolnjaci/. Na taj način se kreira i gastronomska prepoznatljivost sela/domaćinstva u kojima se poslužuju tradicionalna jela kraja.

Kada govorimo kvalitetnom turističkom proizvodu ruralnog turizma koji se može ponuditi na turističkom tržištu, nikako ne smemo zaboraviti ni prvi utisak koji gosti stižu dolaskom u selo ili domaćinstvo. Ovde se pre svega misli na uređenost sela, domaćinstava, odlaganje otpada, divlje deponije, neprijatne mirise, oronule objekte i fasade... Zajedničkim akcijama lokalne zajednice i pojedinca sve negativnosti ovog tipa mogu biti brzo prevaziđene.



My Good Images/Shutterstock.com



6. KORISNI LINKOVI

Kako bi uspešno vodili poslovanje vašeg domaćinstva ali i konkurisali za potencijalna sredstva u nastavku možete pogledati internet stranice mogućih donatora:

- ✓ Ministarstvo trgovine turizma i telekomunikacija
<https://mtt.gov.rs/>
- ✓ Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede
www.minpolj.gov.rs
- ✓ Ministarstvo trgovine turizma i telekomunikacija -
www.eturista.gov.rs;
<https://mtt.gov.rs/tekst/93/sektor-za-turizam.php>
- ✓ Razvojna agencija Srbije <https://ras.gov.rs/>
- ✓ Fond za razvoj <https://fondzarazvoj.gov.rs/>
- ✓ Ministarstvo privrede <https://privreda.gov.rs/>
- ✓ Kabinet ministra bez portfelja zaduženog za inovacije i tehnološki razvoj <https://inovacije.gov.rs/>
- ✓ Koordinaciono telo za rodnu ravnopravnost u saradnji sa Ministarstvom za evropske integracije i Agencijom UN za rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena (UN Women), a uz podršku Delegacije EU u Srbiji
<https://www.rodnaravnopravnost.gov.rs/>
- ✓ IPARD II PROGRAM EU
<http://uap.gov.rs/aktuelne-mere-ipard/>
- ✓ Program „Pokreni se za posao”
<https://pokrenisezaposao.rs/>
- ✓ Stalna radna grupa za regionalni ruralni razvoj (SWG) u jugoistočnoj Evropi
<https://seerural.org/category/open-calls/>
- ✓ Vodič kroz potencijalne izvore finansiranja
<https://vodic.gradjanske.org/konkurs>



7. ZAKLJUČAK

Razvojem ruralnog turizma postižu se brojni ekonomski i neekonomski efekti, koji utiču na razvoj samih poljoprivrednih gazdinstava i celokupne lokalne zajednice. Pozitivan uticaj se ogleda i u razvoju nedovoljno razvijenih područja, zapošljavanju većeg broja članova domaćinstva, ostvarivanju dodatnih prihoda, plasmanu proizvoda domaće radinosti, očuvanju običaja i starih zanata ali i povratku stanovništva u ruralna područja. Uključivanje lokalne zajednice u razvoj ruralnog turizam je važan uslov za očuvanje i održivu upotrebu biološke raznovrsnosti. Ruralni turizam je značajan činilac održivog razvoja ruralnih područja, koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, štiti okolinu, jača tradicionalnu i ekološku proizvodnju i pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovu održivog razvoja.

Međutim, u Srbiji, i pored bogatstva u prirodnim i kulturnim resursima, ruralna područja su i dalje opterećena visokim stopama nezaposlenosti, depulacijom, niskim privrednim aktivnostima i opadanjem prirodnih resursa. Iako su se u predhodnom periodu, zakonskim okvirima, desila velika unapređenja u oblasti ruralnog turizma, Srbija se još uvek suočava sa mnogim izazovima.

Stoga je kao osnovu ruralnog turizma i održivog razvoja ruralnih prostora Srbije, neophodno stvoriti svest o značaju prirodnih i kulturnih resursa na lokalnom nivou i obezbediti razvoj ljudskih resursa u cilju razumevanja i iskorišćenja šansi koje pruža ruralni turizam. Nesumljivo se javlja potreba za usavršavanjem lokalne infrastrukture, edukacijom, uključivanjem u međunarodne standarde s garancijom kvaliteta u sektoru ruralnog turizma, specijalizacijom domaćinstava za određene ciljne grupe ili aktivnosti, unapređenje zabavno sportskih prostora i sadržaja, umrežavanje nosioca turističkog proizvoda ruralnog turizma, stvaranje uslova za veću vanpansionska potrošnja, uređenost okolnih turističkih lokaliteta i motiva, kreiranje marketinškog pristupa ispitivanju tržišta i njegovih segmenata sa tačnim fokusiranjem ciljnih grupa kao potencijalne tražnje i prilagođavanje njihovim zahtevima i potrebama.

Postojeći imidž naših sela je prepoznatljiv na tržištu, ali ga je neophodno stalno popravljati i verifikovati konstantnim promotivnim aktivnostima kako na domaćem tako i na inostranom tržištu, što bi obezbedilo povećanje turističkog prometa.

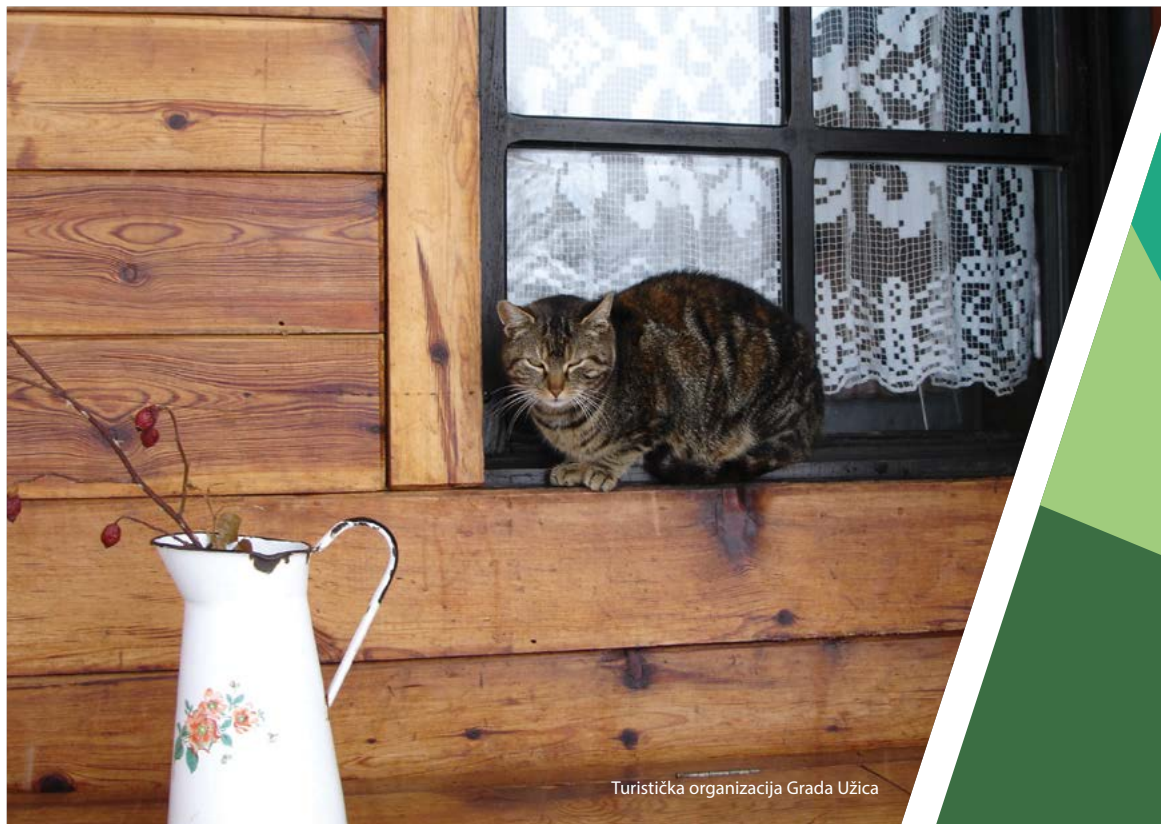


Autor:

Dužanka Selaković, master turizma

Izrada vodiča je podržana u okviru Projekta: “Jačanje kapaciteta za podršku ruralnom razvoju u jugoistočnoj Evropi” koju sprovodi Stalna radna grupa za regionalni ruralni razvoj (SWG) u jugoistočnoj Evropi u partnerstvu sa Nemačkom organizacijom za međunarodnu saradnju (GIZ).





Turistička organizacija Grada Užica