



Министарство пољопривреде,  
шумарства и водопривреде



Универзитет у Крагујевцу  
Факултет за хотелијерство и туризам у  
Врњачкој Бањи

*Назив пројекта:*

*„Унапређење руралног туризма у пост COVID периоду: могућности за генерисање  
прихода“*

**Студија**  
**о утицају пандемије изазване COVID-19 вирусом на**  
**повећање прихода у руралном туризму са**  
**препорукама**

**Врњачка Бања**

**2023. године**

## **Аутори студије**

*Проф. др Драго Цвијановић*

*Проф. др Дејан Секулић*

*Проф. др Марија Костић*

*Проф. др Тамара Гајић*

*Доц. др Милица Луковић*

*Доц. др Данијела Пантовић*

*Маријана Сеочанац, MSc, истраживач сарадник*

## Предговор

Пројекат под називом „Унапређење руралног туризма у пост COVID периоду: могућности за генерисање прихода“ реализован је уз подршку Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде током 2022/2023 године.

Истраживање је обухватало сеоска туристичка домаћинства и етно села, као и њихове госте, туристе и посетиоце. Циљ истраживања је био да се испитају импликације пандемије изазване COVID 19 вирусом на повећање прихода у руралном туризму. Овај циљ је реализован анкетирањем 29 сеоских домаћинства и 222 туриста. Резултати су указали на пораст прихода, као и на висок ниво задовољства боравком туриста у сеоско-туристичким домаћинствима.

Применом фокус групе добијени су квалитативни подаци који су помогли у дефинисању препорука за унапређење положаја домаћинстава која се баве руралним туризмом.

*„Студија о утицају пандемије изазване COVID-19 вирусом на повећање прихода у руралном туризму са препорукама“*, сублимира резултате истраживања и даје препоруке у вези могућности и ограничења и јасно указује на неопходност укључивања свих учесника у циљу даљег развоја руралног туризма у Републици Србији.

Аутори користе прилику, да се захвале партнерима Институту за примену науке у пољопривреди, Научном друштву аграрних економиста Балкана, Развојној академији пољопривреде Србије, Пољопривредној саветодавној и стручној служби Краљево д.о.о., . Институту за економику пољопривреде Београд, као и свима који су помогли, како у реализацији овог пројекта, тако у истраживању, организовању фокус групе и свих осталих активности, које су допринеле квалитету ове студије.

У Врњачкој Бањи,  
март, 2023. године

Аутори

## САДРЖАЈ:

1. УВОД.....	5
2. МЕТОДОЛОГИЈА.....	10
2.1. Дизајн истраживања .....	10
2.2. Истраживано подручје, прикупљање података и анализа .....	12
3. РУРАЛНИ ТУРИЗАМ .....	15
3.1. Основна обележја руралног туризма у Србији.....	19
4. ТУРИСТИЧКА ДЕЛАТНОСТ У ВРЕМЕ ПАНДЕМИЈЕ COVID -19.....	24
5. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА .....	31
5.1. Анализа резултата истраживања – Подаци Републичког завода за статистику и Туристичке организације Србије.....	31
5.2 Анализа резултата истраживања – Сеоска туристичка домаћинства .....	36
5.3. Анализа резултата истраживања – Анкетирање туриста .....	44
6. ЗАКЉУЧЦИ ФОКУС ГРУПЕ.....	54
7. АНАЛИЗА МОГУЋНОСТИ ПОВЕЋАЊА ПРИХОДА У РУРАЛНОМ ТУРИЗМУ .....	57
8. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА .....	61
ЛИТЕРАТУРА .....	63
ПРИЛОЗИ.....	68
7.1. Слике са Прве радионице 12.12.2022. године .....	68
7.2. Слике са Друге радионице 27.02.2023. године.....	69

## 1. УВОД

Након две и по године од када је почела пандемија COVID-19, чини се да су још увек осетни негативни утицаји на све секторе привреде, а између осталог и на сектор туризма у свим његовим облицима. Постоје многа истраживања на тему утицаја пандемије, као једне непредвиђене кризне ситуације, али је мали број истраживања на простору Републике Србије и уопште мали број истраживања који се баве утицајем пандемије конкретно на руралне области и рурални туризам. Поставља се питање да ли је заиста крај, или нови почетак COVID-19 у свету и код нас, те да ли је осим негативних последица, донео и неке измене у понашању туристичких потрошача, али и измене у структури и обиму прихода у овом периоду.

Због глобалне пандемије COVID-19 и затварања граница, туризам и угоститељство претрпели су велику штету током 2019. године па све до данас. Националне и локалне власти су примениле различите санкције за своје грађане у циљу заштите, укључујући забране окупљања, забране путовања, наредбе о останку код куће, самоизолацију и друга дневна ограничења, као и пропуснице COVID-19 за све објекте и кретања (Gossling et al., 2021; Podra et al., 2021; Xiang et al., 2021; Aleksić et al., 2022). Мора се истаћи да једину корист коју је донела пандемија јесте промена праваца туристичких кретања, а у овом случају усмеравање туриста ка природним, еколошким, планинским и сеоским пределима (Свијановић et al., 2021). Таква ситуација је и када се посматра тржиште Србије. Током пандемије, сва кретања одвијала су се у оквиру државе. Евидентан тренда кретања људи из градова у мање насељена подручја, углавном ка руралним срединама, потврђују бројна истраживања из света. Према Bowman (2020), преко 15,9 милиона људи у САД-у се преселило током корона вируса из градова у рурална подручја у периоду од фебруара до јула 2020. Потражња за дестинацијама руралног туризма стално расте широм света. Истраживања спроведена у Чешкој показују да су рурална подручја као центри домаћег туризам забележила само скромне економске губитке (Vaishar & Šťastná, 2020). Сеоски туризам у време пандемије преузима водећу улогу у опоравку домаћег и

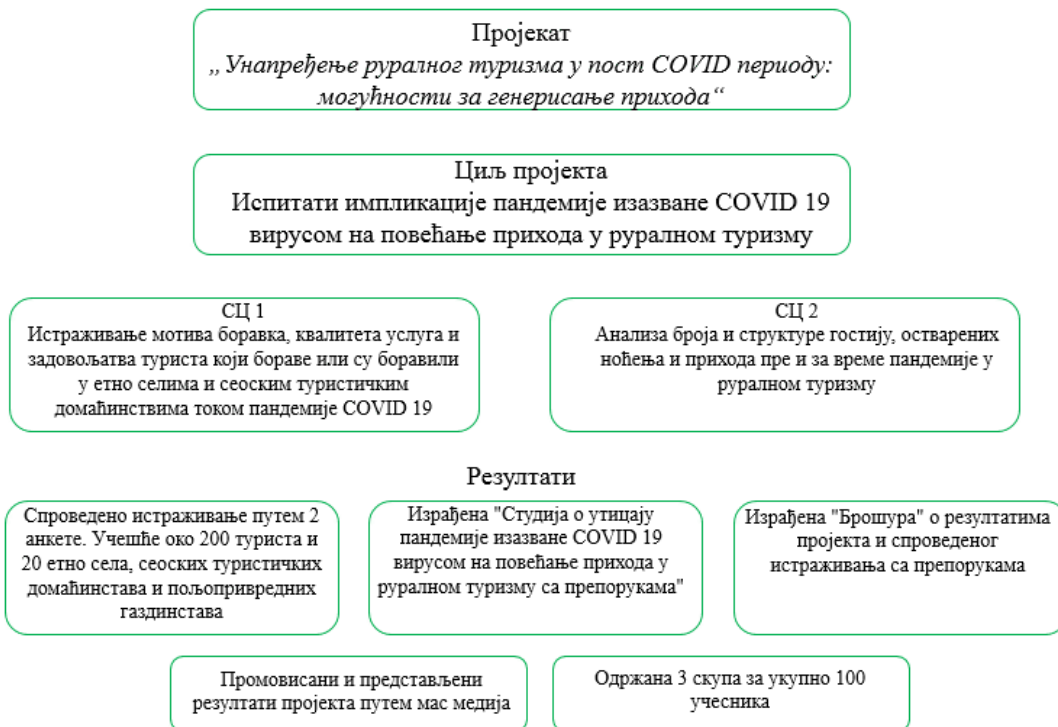
регионалног туризма пружајући неопходну подршку економској стабилности у готово свим земљама света. Учешће и интересовање за рурални, планински, гастрономски и екотурзам, расте на глобалном нивоу (Fountain et al., 2020), где фразе попут „Вредновање локалних производа и локалног становништва“, „Храна за добробит и здравље“ и „Враћање коренима и природи“ су међу кључним трендовима у последње две године (Fountain et al., 2021).

На основу сагледане проблематике и података ужасног сценарија који је пандемија донела свим гранама привреде, створила се потреба за учесталим истраживањима на простору руралних делова Србије. Познато је да је Србија 85% рурална држава, и посебно са чињеницом да су се променили трендови кретања ка руралним пределима, створила се потреба изучавања, како степена квалитета пружених услуга у сеоским домаћинствима, тако и изучавања свих сфера и фактора који би могли у будућности да помогну већем развоју овог облика туризма (Свијановић et al., 2020). Пандемија јесте нанела велике штете, али је бацила и светло на село, које је, мора се признати, најугроженији део Србије (Гајић et al., 2021). Корист од развоја руралног туризма је вишеструка: допринеће повећању туристичког промета, друштвеног бруто производа, квалитету услуга, повећању запослености, повратку младих на село, али све то ће бити могуће уз поштовање свих мера одрживог развоја (Baron & Kenny, 1986).

Обзиром да рурални туризам најбоље одражава везе између пољопривреде и туризма, обухватајући читав низ активности, производа и услуга, нудећи туристима низ елемената природног окружења, природног доживљаја, сеоске традиције, културе и других вредности локалног становништва (Милојевић, Павловић, 2017), истраживање у оквиру пројекта *„Унапређење руралног туризма у пост COVID периоду: могућности за генерисање прихода“* је спроведено двојако. С једне стране, прикупљени су подаци од испитаника који су отпутовали у руралне туристичке дестинације у Републици Србији или планирају да путују у будућности, као и њихов однос према путовању у рурална подручја пре пандемије. Испитивање ставова туриста и пружаоца туристичких услуга дао је увид у досадашњу праксу понуде и потражње, као и увид у нове правце потражње,

а самим тим и подстицај за креирање иновативне понуде. С друге стране, предвиђено је да се истраживање спроведе на узорку од 20 етно села, сеоских туристичких домаћинстава и пољопривредних газдинстава која су се односила на иновативност и остварене приходе током и након пандемије.

Слика 1. Дизајн пројекта



Резултати ове студије, поред анализе броја туриста, ноћења, прихода од руралног туризма у Републици Србији, понудиће и друштвено корисне импликације за све заинтересоване стране: агенције, туристе, целокупну туристичку привреду и државу. Пре свега, намера туриста да посети руралну дестинацију након пандемије указује на важну информацију за креирање пословне стратегије привредних грана које су изузетно погођене кризом. Ова студија указује на сложеност проблема у туристичкој индустрији током и након пандемије, као и на чињеницу да је туристичка привреда посебно погођена. Међутим, намеће се и ситуација да су туристи веома свесни својих здравствених ризика, али да убудуће неће одустати од планираних путовања, нарочито путовања у рурална подручја.

Предузетништво у руралним подручјима засновано је на блиској заједници и карактеришу га снажне породичне везе и релативно јак утицај на окружење због чега је изузетно важно проучавање односа прихода као важне компоненте предузетничке оријентације (Zehir, Can, Karaboga, 2015). Породичне фирме генерално треба да буду спремне да буду иновативне, проактивне и да промишљено преузимају ризик у односу на прилике на тржишту како би одржале конкурентске предности и добро пословале.

Основни покретач тржишта руралног туризма у Србији је домаће тржиште. Рурални туризам је туристичка индустрија која мења пословање и подстиче економски развој широм света. Обухвата велики број активности, природне атракције или атракције које је направио човек, садржаје и објекте, транспорт, маркетинг и информационе системе. Републику Србију карактерише непотпуна и недовољно диференцирана понуда сеоског туризма, недовољна координација и неусклађеност најрелевантнијих компоненти, као и неусаглашеност са другим значајним секторима. У том смислу, резултати ће понудити импликације за будућу стратегију успешног развоја предузетништва у руралном подручју Републике Србије.

Осим проблема са пандемијом, рурални туризам захтева континуирано иновирање туристичке понуде, јер туристи данас све више теже новим и квалитетнијим производима, новим атракцијама, новим доживљајима, активностима и искуствима. Нова искуства постају главни мотив за одлуку о туристичком путовању. Многа рурална туристичка предузећа почела су све више да употпуњују своју услугу користећи иновативну технологију како би задовољили захтеве савремених туриста. Сврха иновативности је да туристички производ буде јединствен и аутентичан, а самим тим другачији.

Предузетничке активности у породичним руралним домаћинствима подразумевају и преузимање ризика током и након пандемије. С друге стране, преузимање ризика у породичним предузећима значи да ове компаније доносе одлуке које су мање засноване на пажљиво прорачунатим ризицима; мање засноване на систематском, непристрасном начину; и са мање укључивања



перспектива аутсајдера и стручних мишљења. Пословање у данашњим условима тржишта захтева способност артикулисања са мрежом партнера који доприносе укупном туристичком искуству, где је иновација све више везана за нераздвајање између потражње и понуде, што је потребно усвојити и у руралним подручјима. Поред ризика које је пандемија понела са собом и оставила иза себе, истраживањем ће бити обухваћен и степен иновативности предузетничких активности пословања током и након пандемије у руралним подручјима.

Циљ ове студије био је утврдити утицај пандемије на приходе у руралном сектору, као и на њихово повећање, с обзиром на констатацију и податке који указују на раст руралног туризма на тржишту, али и дати предлог конкретних стратешких мера за будуће пословање уз све мере опреза, како би нека следећа непредвиђена ситуација заправо наишла на велику баријеру када је пословање у сеоском туризму у питању. Стварањем добре стратегије, на основу досадашњег искуства, могло би да значи што слабије последице и наставак пословања под олакшаним условима.

Иновативност и значај ове студије огледа се у великом броју података и конкретних закључака када је у питању сеоски туризам у Србији, чиме би се обогатило досадашње искуство које је, мора се признати прилично оскудно са подацима. Заправо, резултати овог истраживања могли би да буду добра информативна и полазна основа за већа истраживања на простору Србије, те на тај начин обогати постојеће податке. Такође, студија има велики значај у апликативном погледу, јер би се предложене мере могле искористити од стране менаџмента за будуће неометано пословање, или пословање које би претрпело најмање могуће негативне последице уколико се понови сценарио од пре две и по године. Студија узима у обзир тренутну ситуацију, валоризоване сеоске ресурсе и потенцијале, процесе у непосредном окружењу и шире, техничко-технолошке факторе, пословно-организационе факторе, потенцијалне приходе и расходе, све то у циљу стварања добре основе за будуће пословање, за локално економски развој и унапређење квалитета живота локалног становништва кроз

запошљавање, те подстицање инвестиција у руралном туризму Републике Србије, не угрожавајући раритетне вредности и традицију.

*Слика 2. Сеоско домаћинство Подбукови*



*Извор: <https://www.panacomp.net/podbukovi-seosko-domacinstvo-102-valjevo/>*

## **2. МЕТОДОЛОГИЈА**

### **2.1. Дизајн истраживања**

У овој студији, спроведена су истраживања о мотивима боравка, квалитету услуга и задовољства туриста који бораве или су боравили у етно селима и сеоским туристичким домаћинствима током пандемије COVID 19, као и анализа

броја и структуре гостију, остварених ноћења и прихода пре и за време пандемије у руралном туризму.

Основна идеја истраживања проистиче из чињенице да постоји извесни утицај пандемије на приходе у руралном сектору и мотиве боравка у руралним срединама.

Истраживање је спроведено на две циљне групе: туристи и сеоско-туристичка домаћинства. Истраживање је подржано од стране Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде Републике Србије у оквиру програма за расподелу подстицаја за унапређење система креирања и преноса знања кроз развој техничко-технолошких, примењених, развојних и иновативних пројеката у пољопривреди и руралном развоју у 2022. години.

Добијени резултати истраживања су статистички анализирани, систематски распоређени и представљени у Студији.

Очекујемо да ће ова студија унапредити однос понуде и потражње у руралним срединама и допринети ефикаснијем економском развоју ових подручја.

*Слика 3. Дизајн студије/истраживања*



## 2.2. Истраживано подручје, прикупљање података и анализа

Аутори студије су за потребе овог пројекта спровели емпиријско истраживање у периоду од септембра до децембра 2022 године, на територији Републике Србије, у оквиру две циљне групе:

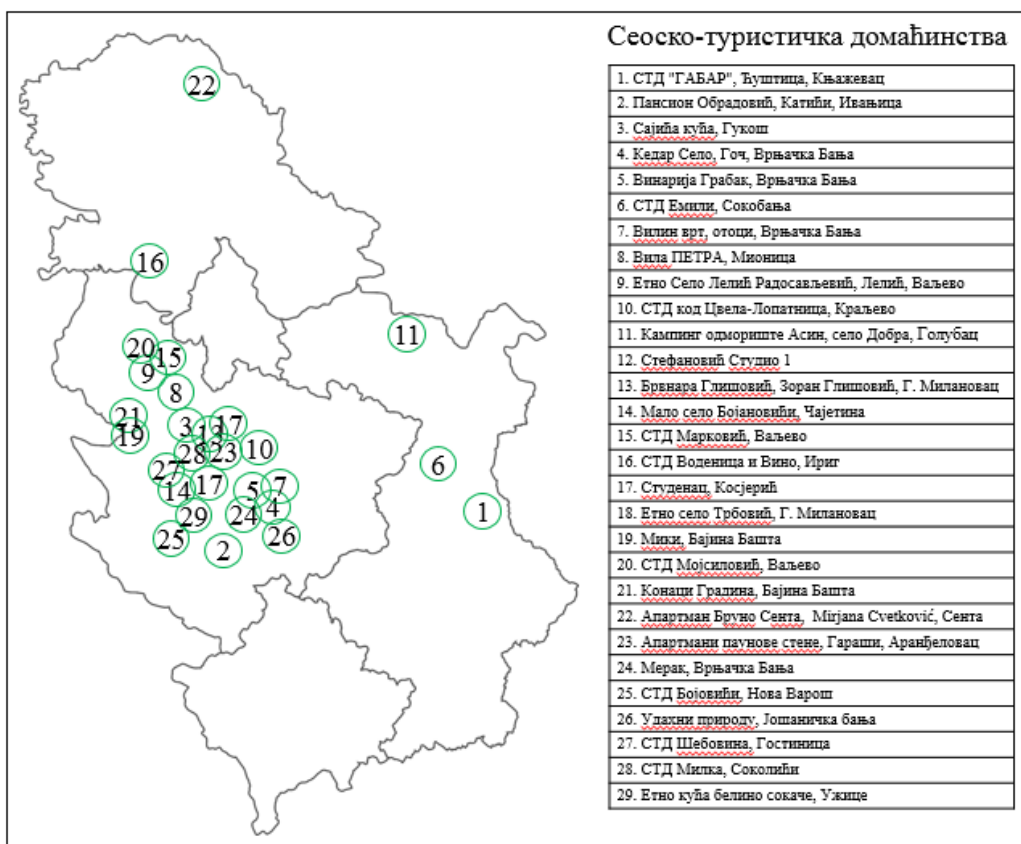
- 1) туриста, корисника услуга етно села, сеоских туристичких домаћинстава (СТД) и пољопривредних газдинстава (ПГ),
- 2) власника етно села (ЕС), сеоских туристичких домаћинстава (СТД) и пољопривредних газдинстава (ПГ).

Овом приликом је анкетирано 222 туриста који бораве или су боравили у етно селима, сеоским туристичким домаћинствима и пољопривредним газдинствима за време пандемије. Њиховим анкетирањем утврђени су мотиви боравка у руралним подручјима у Републици Србији, квалитет испоручених услуга и њихово задовољство боравком за време пандемије. Истраживање је

спроведено у форми анкетног упитника затвореног типа подељеног у шест секција (општи социо-демографски подаци, мотиви боравка, квалитет услуге, задовољство, поверење и лојалност).

Другу циљну групу су чинили власници етно села, сеоских туристичких домаћинстава и пољопривредних газдинстава. Анкетирањем су добијени подаци о броју гостију, структури гостију, дужини боравка, оствареним приходима пре и за време пандемије. Укупан број испитаника је био 29. Резултати анализе указују да ли је дошло до промене у овим квантитативним показатељима.

Слика 4. Мапа истраживаног подручја



На обе циљне групе примењено је анкетирање у електронском облику (е-маил анкета). Испитаницима је електронском поштом послата порука с молбом да учествују у истраживању. За рангирање појединих ставова коришћена је Ликертова скала где оцена 1 означава да је одређена карактеристика „потпуно

неважна“, односно оцена 5 да је „веома важна“ или оцена 1 „уопште се не слаже“, односно оцена 5 да се „у потпуности слаже“.

Иако је број испитаника већи него што је пројектом предвиђено, одређена ограничења при истраживању су евидентирана. Поједини испитаници нису попунили упитник до краја, неки су одговорили да не користе поштанске услуге, а поједини да немају довољно времена.

Поред емпиријског истраживања, на бази података Републичког завода за статистику анализирани су промене у туристичким посетама, броју ноћења и оствареним приходима од руралног туризма у за време пандемије у односу на 2018. годину.

Добијени резултати су похрањени у програму *Excel* као полазној бази података и који су касније обрађени коришћењем дескриптивног статистичког метода, компаративним анализама и визуелно представљени методом графичког представљања резултата. Резултати истраживања несумњиво показују да је пандемија имала, насаупрот свој штети коју је нанела, и неке позитивне стране, а то је добробит за српско село.

### 3. РУРАЛНИ ТУРИЗАМ

Према подацима OECD (1994), значајнија интересовања за сеоска подручја јављају се у XIX веку као реакција на стрес и начин живота у периоду енормне урбанизације. Не постоје тачни подаци где и када је настало прво сеоско домаћинство, али неке студије истичу да је рурални туризам настао или у планинским пределима Немачке, или у обалном делу Француске (Свијановић et al., 2020; Gulan, 2019). Не постоји прецизан запис о првој сеоској гостионици, али се генерално сматра да су се гостионице развиле нешто после Другог светског рата. Сеоске куће су виђене као здраво, мирно место за одмор и опоравак, а такође и као места где су чак и сиромашни људи могли да одседну и уживају (Gulan, 2019). Процењује се у данашње време, да 3% свих међународних туриста путује у сврхе руралног туризма, а да рурални туризам расте по годишњој стопи од око 6%, што је знатно изнад стопе раста за сав туризам (WTO).

Једна од најзаступљенијих дефиниција руралног туризма јесте да је то селективни облик туризма који се одвија на селу, тачније у природи (OECD, 1994). Појам руралног туризма није термилошки уједначен и јасан у свим земљама па се у овом контексту употребљавају различити термини. Рурални туризам се фокусира на активно учешће у руралном начину живота, на активности човека у сеоском амбијенту, на природу и на истраживање аутохтоног становништва и њихове културе и традиције, често повезаних са екотуризмом (Arahi, 1994).

Разноликост атракција укључених у рурални туризам укључује туризам културног наслеђа (Saarinen, 2006), туризам заснован на природи или екотуризам, агротуризам, као и приступе засноване на партнерству, као што су сликовити обиласци и подручја баштине (Ko, 2005). Рурални туризам има много обележја и због тога је једна дефиниција теже употребљива у више држава. Географи, планери, социолози и економисти истичу да рурална подручја одређују три карактеристике: густина насељености и величина насеља, коришћење земљишта великом већином у пољопривредне сврхе и шумска подручја, традиционална социјална структура (Lane, 1994, Lee, 2013). Руралним подручјима, према критеријуму употребе земљишта, сматрају се она подручја у којима изграђена

околина не прелази 10-20% земљишног подручја. Дакле, доминира природна, пољопривредна или шумска средина (OECD, 1994).

Најчешћи критеријуми дефинисања руралног подручја је у односу на број становника, где се уобичјено узима да је рурално насеље оно које има испод 10.000 становника на км<sup>2</sup> (Liu, 2003). На пример, у Португалу и Швајцарској рурланим насељем се сматра подручје са мање од 10.000 становника, док је у Аустрији та бројка још нижа и рачуна се да је то насеље са испод 5.000 становника на км<sup>2</sup>. Канада дефинише рурална подручја као места са мање од 1.000 становника на км<sup>2</sup> (Liu, 2003, Saxena, 2007). Рурални туризам у неким државама има веома значајну улогу, посебно у државама које доста улажу у његов развој и препознају га као фактор економског опоравка (Pina & Delfa, 2005; Gajić et al., 2020). Веома често дефинисање руралног подручја је проблематично у литератури и постоје велике дебате око дефинисања руралног простора, иако већина људи препознаје руралну средину. Ashley & Maxwell (2001) истичу да су то простори где људска насеља и инфраструктура заузимају само мале делове, затим пејзаж од којих највећим делом доминирају поља и пашњаци, шуме и њиве, вода, планине, места где већина људи своје радно време проводи на фармама, где постоји изобиље и релативна јефтиноћа земљишта, високи трансакциони трошкови, повезани са великим удаљеностима и лошом инфраструктуром, и географски услови који повећавају трошкове политичких трансакција и увећавају могућност заробљавања елите или урбане пристрасности (Park & Yoon, 2009). Рурални туризам је шири од појма сеоског туризма, јер рурални туризам обухвата и простор ван насеља (Cvijanović et al., 2021). Рурални туризам је мешавина пољопривредних производа, еко-производа, културних ресурса и бројних других просторних садржаја, који укључују различите функције, као што су економска, социјална, образовна, заштита животне средине, рекреативне и терапеутске активности (Lee, 2013; Kim, 2010; Hwang, Lee, 2015).

Руралне области се по специфичном карактеру драстично разликују од других природних простора, а изузетно од приградских и градских средина (Blešić et al., 2021). Оне су веома богате и разноврсне по богатству културног и

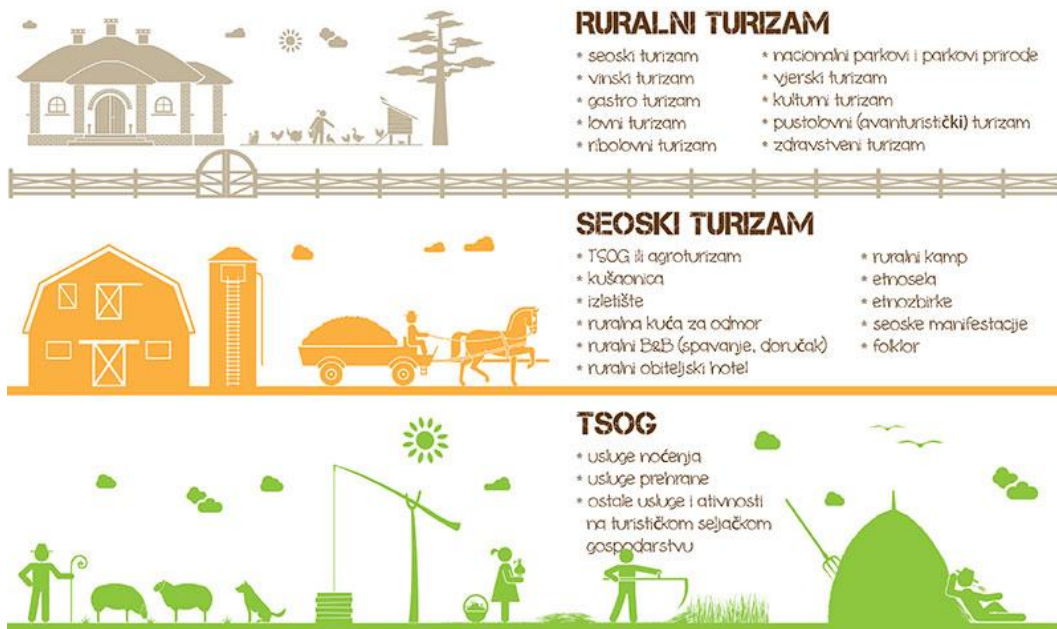


природног наслеђа, биодиверзитета, са посебним еколошким и социо-културним особеностима (Negrusa et al., 2007; Gajić et al., 2022). Туристички производ који се ствара у руралној средини окарактерисан је високим степеном посебности у погледу традиције, локалне сарадње, међуљудских односа, посебне гастрономске понуде, разноврсности природних ресурса, етнолошких елемената, као и свих фактора који теже ка одрживости (Ћомић, 2002).

Рурални туризам, иако је још увек само мањинско туристичко тржиште, даје вредан допринос руралне привреде (Medojević et al., 2011). Његов допринос се може изразити и у финансијском смислу кроз отварање нових пословних могућности и нових начина финансирања, подстицање усвајања нових радних пракси и унос виталности у ослабљене економије (Sharpley & Roberts, 2004). Када се посматра рурални туризам у Европи, очигледно је да обезбеђује већи део европске хране, дрвне грађе, те да локалне заједнице на руралној економији заснивају свој опстанак (Nair et., 2015; Gajić et al., 2021a).

Значај руралне економије је очигледан у земљама Европе, јер рурални туризам, омогућава повратак омладине у сеоске средине, обезбеђује нова радна места и доприноси друштвено-економском напретку (заосталих) подручја (Muhi, 2013).

*Слика 5. Облици руралног туризма*



Извор: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/ruralni-turizam>

Студије у Британији сугеришу да отварање нових радних места у селима варира у зависности од типа предузећа (Lane, 2009). Смештај у сеоским кућама и пансиони могу да креирају до 23 радних места на 100.000 фунти прихода од туризма (Mancilla & Ferrada, 2021). Ефекти отварања радних места су мање изражени у хотелима и камповима, дајући око шест радних места на 100.000 фунти прихода (Dimitriadou et al., 2021). Неке студије наводе и друге значајне користи од развоја руралних области и уопште руралног туризма: флукуација новчаних токова руралног туризма може помоћи у задржавању посла у услугама као што су малопродаја, транспорт, затим може да обезбеди додатни приход за пољопривреднике, и друге комплементарне делатности, отварање нових радних места што је од кључне важности за опстанак маргиналних подручја (Wolf et al., 2015). Овом улогом се највише баве студије Аустрије, Шведске и Ирске, које су веома опсежно документовале улогу руралног туризма (Khartishvili et al., 2019). Такође, стварају се нове могућности за целокупну индустрију државе, отварање нових установа које нису производног карактера и делатности, али задовољавају туристичке потребе (Dickinson & Robbins, 2008).

Развој руралног туризма свакако ће да допринесе побољшању животне средине као што су поплочавање села и стварње иновативне шеме регулације саобраћаја, регулација канализација и одлагање смећа, што може бити потпомогнуто приходима од туризма и политичким притисцима од туризма (Gao et al., 2009). Развој руралног туризма се перципира у контексту добитка за пољопривредна газдинства и фарме, и то као значајно средство за: проширење пословања фарме, коришћење производа са фарме на нове и иновативне начине, побољшање токова прихода фарме, развој нових тржишних ниша потрошача, повећање свести о локалним пољопривредним производима, све веће уважавање значаја одржавања коришћења пољопривредног земљишта, усмеравање додатних прихода на фарми директно члановима породице који би иначе могли морају да раде ван фарме, давање подстицаја за унапређење животних и радних просторија на фарми, као и објеката за слободно време, пружање могућности за стицање менаџерских вештина и предузетничког духа, и повећање дугорочне одрживости пољопривредних предузећа (Gao et al., 2009; Aithal et al., 2022).

### **3.1. Основна обележја руралног туризма у Србији**

Познато је да је Република Србија земља руралног подручја са преко 85% своје површине, и да располаже са многобројним природним ресурсима који представљају одличну основу за развој руралног туризма, али свих пратећих облика (Свијановић et al., 2021). Међутим, ситуација је сасвим другачија. Пре појаве пандемије незнатан број туриста одлазио је у сеоска домаћинства, али са разлогом да скрате пут ка мору и другим даљим дестинацијама и обрнуто (Gaajić et al., 2022; Blešić et al., 2022). После пандемије тренд се мења, те уз подршку државе и нажалост појаву пандемије, српско село добија на све већем значају. Према подацима које је изнео Гулан (2019) уочава се велика забринутост по питању српског села. Неки од његових података дугогодишњег истраживања су следећи:

*Слика 6. Сеоско туристичко домаћинство у селу Рудно*



*Извор: <https://www.panacomp.net/rudno-seoski-turizam-seosko-domacinstvo-079/>*

У Србији постоји 4.709 насеља, односно села (по Уставу не постоји категорија села), од чега 1.200 је у фази нестајања, док у 1.034 насеља је мање од по 100 становника и у 550 има мање од по 50 становника. Затим, истиче да је око 100 празних насеља, и више од 200 села без иједног становника млађег од 20 година. У око 500 села нема асфалтног пута, а чак у 1.000 села ни продавнице. У сеоским насељима се налази 50.000 празних кућа без власника, а на још 150.000 пише да тренутно нико у њима не живи. Република Србија располаже са 5.097.000 хектара пољопривредне површине или 0,59 хектара по становнику. Од тога 4.224.000 хектара су обрадиве површине или 0,47 хектара по становнику. У оквиру пољопривредних газдинстава, према попису пољопривреде из 2012. године, обрађује се, односно у употреби је 3.400.000 хектара земљишта. То значи да значајан део поседа, од око 860.000 хектара остаје необрађено. Просечна величина поседа износи 4,5 хектара, на југу и 2,5 хектара, а учешће сточарства у укупној аграрној производњи је око 30 % (у свету је то више од 60 %)(Гулан, 2019). Према попису пољопривреде из 2012. године у Србији је забележено 631.552 пољопривредних газдинстава, са великом могућношћу да се афирмишу у

будућности кроз производњу специфичних гастрономских производа (Цвијановић и др., 2014).

Укупан број остварених ноћења и број страних посетилаца за период од 2014. до 2021. дат је у табели 1. Мора се напоменути да број туриста, као и остварених ноћења у сеоским домаћинствима се бележи одвојено од планинских, бањских и других места тек од 2014. године. Према подацима из табеле може се приметити да је током пандемије повишан промет у односу на претходне године.

Табела 1. Укупан број остварених ноћења у сеоским домаћинствима

2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Укупан број остварених ноћења</b>							
502	4.910	14.497	16.040	15.039	24.677	38.981	48.838

*Извор: Статистички годишњак Републике Србије (2014-2021).*

Свеукупни природни ресурси, културно-историјско наслеђе, јединствен доживљај током боравка у сеоским газдинствима могу да обезбеде много већу позицију на туристичком тржишту у региону и свету. Рурална подручја у Србији обележена су високим нивоом сиромаштва, неразвијеност других комплементарних делатности, слаба инфраструктура и приступ основним деловима туристичке понуде. Према резултатима студија појединих аутора (Martinez et al., 2019) рурални туризам зависи од лепоте крајолика, наслеђа, културе, руралних активности, односно живота локалног становништва, што је за Србију велика предност у сваком од наведених елемената. Једина грешка јесте недовољно афирмисани ресурси, али у форми одрживог развоја.

Један мало агресивнији и модернији приступ развоју руралног туризма у свету, учинио је да све активности које је човек обављао на селу, прерасту у друге форме осим оних које су се обављале традиционално на пољопривредним газдинствима (Pina & Delfa, 2005). Данас се и у српском селу могу пронаћи сличне додатне понуде у селима попут авантуристичког, ловног, риболовног, и сличних облика који се подводе под појмом рурални туризам (Arahi, 1994). Међутим,

посматрајући простор Србије са свим природним и антропогеним ресурсима, сасвим је јасно да је рурлни туризам превасходно у служби повратка природи, пружања спектра традиционалних вредности и гастрономије, као и сеоских манаифестација које из године у годину на све јачи начин промовишу српско село (Gjić et al., 2021). Све се више уочава постојање територијалне синергије сеоског туризма Србије са другим производима, где се шире развојни интереси производних и непроизводних делатности (Blešić et al., 2022). Проблеми са којима се суочава српско село, а где је и отежан развој туризам огледају се првенствено у паду броја становника и негативним економским променама (Cvijanović et al., 2021). Српско село је последњих 50-так година обухважено негативним утицајем урбанизације, а самим тим се смањио и број запослених у пољопривреди (Gulan, 2019). Последњих година, и ако је дошло до уласка непољопривредних делатности у српско село, последица је покушаја опстанка становника на селу и борбе за егзистенцију (Gulan, 2019).

Рурални туризам у Србији је један од начина да се српско село доведе на ниво који је имао до пре огромне индустријализације и урбанизације, али и да утиче на смањење депопулације (Gajić et al., 2020). Туризам у селима Србије, би требало да се схвати као укупан доживљај великог броја природних и традиционалних лепота који су главни атрактор за будуће посете Србији (Gajić et al., 2020). После појаве пандемије, домаћинства су применила све већу модернизацију сеоских домаћинстава и целокупне понуде, управо из разлога доласка све већег броја иностраних туриста (Blešić et al., 2022). Поставља се само питање до које мере ће се модернизовати српско село, и на тај начин комерцијализовати, а да се не изгуби на аутентичности.

Рурално тржиште Србије прати трендове које је последњих година наметнула пандемија. Туристима у сеоским просторима Србије, даје се могућност контакта са природом и даје им се могућност да учествују у активностима заједно са домаћинима на пољопривредним газдинствима (Gajić et al., 2022).

Према неким истраживањима, висок степен персонализоване услуге у сеоским домаћинствима у Србији је најбоље оцењена одлика српског села и

туристичке услуге (Cvijanović et al., 2021). Оно на чему и даље треба да се задржи свака стратегија развоја руралног туризма у Србији, јесте традиционални начин живота и размишљања, истицање историје и прошлости народа, различитост гастрономске понуде, интегрисање посетилаца са местом и људима, гостољубивост, обичаји, култура, веровања, легенде (Blešić et al., 2022).

Српски сеоски туризам се заснива на принципима одрживости, у скоро свим случајевима домаћинства која пружају услуге туристима, и ретко да је масован и интензиван (Cvijanović et al., 2021). С обзиром на различите културе и народности на простору Србије, сам садржај понуде је веома разнолик и богат, и често је до сада слабије еволиурао у складу са захтевима туриста, у чему се и огледа очуваност специфичности, због малог броја посетилаца (Blešić et al., 2022). Мада постоје и сеоска домаћинства, у мањем броју, која су своју услугу усмерила ка организацији масовних прослава и живог концепта, чиме су изгубили осећај и слику традиционалног сеоског домаћинства (Aleksić et al., 2022).

Проблем ће се створити уколико тај тренд наставе друга домаћинства и на тај начин обесмисле сеоску понуду или се она чак изгуби (Gulan, 2019). Савремени туристи све више захтевају услуге које су им доступне у градовима, али са друге стране да уживају и у животу на селу, посебно безбедности у смислу физичке изолованости и слично (Stukalo et al., 2018).

Највећи изазов за српско село биће да се изврше тражене промене, али на начин да се не угрози природни амбијент, специфичност српског села и одрживост природних ресурса (Cvijanović et al., 2021).

Србија је земља која је још увек успела да очува нетакнуте природне пределе, и управљање развојем руралног туризма је заиста тежак задатак, јер осмишљавање и измена услуга у селу захтева велика улагања, али цене услуга да остану ниске, по чему је Србија и позната.

#### 4. ТУРИСТИЧКА ДЕЛАТНОСТ У ВРЕМЕ ПАНДЕМИЈЕ COVID -19

Од почетка пандемије COVID-19, крајем децембра 2019. у Кини, око 67,7 милион људи је заражено, а око 1,54 милиона је умрло широм света од последица пандемија (<https://www.bbb.com>, Универзитет Џонс Хопкинс, Национални институт за здравље, последњи ажурирано: 11. јануара 2021.). Пандемија COVID19 изазвана вирусом SARS-CoV-2 је за мање од годину дана преобразила цео свет и све друштвене активности, оставивши дуготрајне последице на свет, привредне токове, туристичку индустрију и на сваког појединца (Fotiadis et al., 2021). Први случај забележен је у кинеском граду Вухан у децембру 2019., а 15. јуна 2020. године је више од 3,6 милиона људи означено као активни случајеви заразе у преко 200 земаља (Anzai et al., 2020).

Према Годинићу и др. (2020), здравствени ризик, све већа незапосленост, страх од недостатка новца за живот и страх од путовања су идентификована као најхитнији исход на глобалном нивоу. Свака држава на свету је предузела снажне мере за заштиту становништва и шири пандемију. Затворене су границе, школе, предузећа, производња и трговина су стале. Овај потез је утицао на све гране привреде, укључујући и туризам (Bourar et al., 2021).

Пандемија је отежавала живот у сваком смислу, а уведена су и ограничења путовања како би се спречило ширење новог вируса, а све то у функцији очувања здравља грађана (Cao et al., 2020; Gajić et al., 2022). Оно што је очигледно је да путовање током пандемије COVID-19 било је теже и ређе (Gajić et al., 2022). Због разних ограничења, као што је потреба да се путници тестирају пре путовања, али и због страха од инфекције током путовања већина туриста је отказала своја путовања (Erokhin & Gao, 2020). Fountain (2021), истиче негативан утицај пандемије на туристичку привреду и сродне секторе, на туристичке производе и пружање услуга. Такође истиче да је у туристичкој индустрији у ЕУ, пре пандемије, запосленост повећана са 19,7% на 58,7%, али да ће све врсте рестриктивних мера угрозити туристичку привреду.

Garibaldi & Pozzi (2020), у свом истраживању истичу да пандемија може имати велике последице на понашање туриста, кроз страх који остаје после



пандемија. Такође, истичу да „страх путника“ може да изазове различите стратегије суочавања, што повећава психолошку отпорност људи и усвајање опрезног понашања на путовању. Опоравак целокупне привреде након пандемије може бити веома спор, о чему сведоче и претходни студије које се односе на утицај великих пандемија на друштво и систем. Gu & Wall (2006), су истраживали утицај пандемије САРС-а на туризам, као и опоравак након пандемије. Према њиховим резултатима неопходно је створити однос између туризма и управљања кризама, заправо управљати заразним болестима и смањити негативне дугорочне последице тога на све активности и на психу људи. Liew (2020), истиче да након катастрофе како перцепција ризика од стране туриста може утицати на њихово туристичко понашање након пандемије.

Посткризно понашање има велики утицај на туристичку мотивацију за путовање (Gjić et al., 2022). Santos (2020) истиче немогућност превазилажења трауме након пандемије, јер тај страх постаје све јачи и непредвидивији, због примитивног емоционалног прихватања претње заразе. Tovat & Tabnini (2021) истражују економске импликације COVID-19, и стварање страха код потрошача у одлукама о потрошњи. Кризне ситуације, као што је период пандемије, утичу на стварање јаких страхова код потрошача, као и на начин живота и доношења одлука након пандемије (Halstead et al., 2020). Страхове је веома тешко савладати, посебно страх од недостатка новца или губитка посла (Kim & Lee, 2020).

Пандемија COVID-19 најјаче је утицала на пословање, али и на психу и понашање потрошача (Božović et al., 2021). Већина школа и високошколских установа радила је на даљину, затворени су кафићи, барови, пабови и тржни центри. Радиле су само апотеке, продавнице хране и пумпе (Gajić et al., 2021). Статистика показује да је 40 % хотела у Барселони затворено, а да је уместо просечних 60.000 гостију дневно у градским хотелима на почетку пандемије боравило само 13.000 туриста, да је хотелијерство од епидемије изгубило 2,7 билиона евра (Gajić et al., 2021). Једна од драконских епидемиолошких мера против ширења COVID-19 уведена је почетком новембра 2020. године и већина хотела је званично дефинисана као карантински хотели. Глобални приход од

међународног туризма у 2019. износио је 1,47 билиона долара, а у наредној, пандемијској години, опао је за 63 одсто (Lin & Wang, 2020).

У Републици Србији, када је почела пандемија, није било евидентираних резервација у хотелима, повећан је ниво здравствених процедура, затворени јавни простори, нарушена и смањена потражња, повећани оперативни трошкови, затворене границе (Gajić et al., 2020). С обзиром на број запослених, Република Србија је осетила утицај кроз производњу трајних добара. Око 19 % радне снаге у Србији запослено је у производњи трајних добара (Gajić et al., 2021). Криза изазвана COVID-19 захватила је српску привреду пре свега кроз прерађивачку индустрију.

У Републици Србији услужне делатности и мања предузећа доживела су веома тешке последице (Blešić et al., 2021). Неки сектори, попут угоститељства, одмах су осетили негативне последице отпуштања запослених или њиховог слања на принудни одмор. Туристички промет у Србији у јуну 2020. је само упола мањи у односу на исти месец у јуну 2019. И даље је велики пад, али је много бољи него у мају са прометом од само 17% у односу на исти период прошле године (Министарство трговине, туризма и телекомуникација, 2022). Ово повећање промета је првенствено последица домаћих туриста, а не страних, што је и разумљиво с обзиром на постојећа ограничења путовања. Број остварених ноћења страних туриста је само 15% од нивоа из 2018. године, а број ноћења домаћих 82% (Министарство трговине, туризма и телекомуникација, 2022). Градови Београд и Нови Сад су највише погођени, што значи повећање саобраћаја у планинама и бањама. Број ноћења туриста у Београду је 21% од нивоа из јуна прошле године, у Новом Саду 27 одсто, док је у планинским местима 78%, а у бањама 80%. Врањска Бања, Палић и Стара планина чак показују значајно повећање броја ноћења туриста у односу на 2018. годину (Министарство трговине, туризма и телекомуникација, 2022). Процене многих организација показују да појава и ширење пандемије резултира падом долазака међународних туриста за 20-30%, што је губитак између 30 и 50 милијарди долара (27,5 до 46 милијарди евра).

У Европи, на пример, због пандемије, авио-компаније су правиле губитак од 76 милијарди долара (70 милијарди евра) годишње (OECD, 2022). Опстанак око 75 милиона радних места у туризму широм света је у питању (Gajić et al., 2021). Пре пандемије COVID-19, глобални проблем у неким деловима света био је прекомеран развој туризма. Међутим, поставља се питање шта ће бити када се заврши период пандемије и у ком правцу ће се одвијати туристички развој у Србији и свету. Ако се нешто не промени у наредних неколико месеци, криза би могла да однесе 75 милиона радних места у овој индустрији и око 2,1 милијарду долара мање прихода (Aithaal et al., 2022). Хотелска индустрија свуда трпи велике губитке. Стручњаци предвиђају да се неће потпуно опоравити до 2023. године, луксузнији хотели пре оних са мање звездица (Goosling et al., 2022). Туристи радије бирају викендице, куће у природи, по могућству нешто до чега се може доћи аутомобилом, уместо луксузних хотела (Goosling et al., 2022). Пандемија није само здравствени проблем. То је и економска претња сигурности хране на глобалном нивоу у виду баријера, економског пада, ограничења трговине храном итд (Anzai et al., 2020; Cvijanović et al., 2021). Занимљива студија је урађена на случајевима 45 привреда у развоју подељених у три групе према нивоу прихода. Saao et al. (2020) наводе да су ефекти несигурности хране од COVID-19 уочљивији у вишим економијама него у мање развијеним земљама. Многе компаније за е-трговину ослањају се на Кину за половину својих робних производа (Gaaribbaaldi & Pozzi, 2020). Овај смртоносни вирус ће озбиљно утицати на малезијско онлајн пословање, посебно кинеске производе (Hasanat et al., 2020).

Као један од првих европских случајева увођења COVID-19 сертификата, Влада Србије је покренула меру ограниченог радног времена ресторана за невакцинисане посетиоце. Због оваквих акција и честих забрана рада током пандемије, многи ресторани у Србији морали су да отпуштају раднике или се затварају. Крајем октобра 2021. године, сертификат за улазак у ресторане и све угоститељске објекте за све посетиоце постао је обавезан. Епидемиолози у Србији идентификовали су кафиће и ресторане као најризичнија места за ширење и преношење корона вируса (Gajić et al., 2021). У периоду од октобра 2021. године

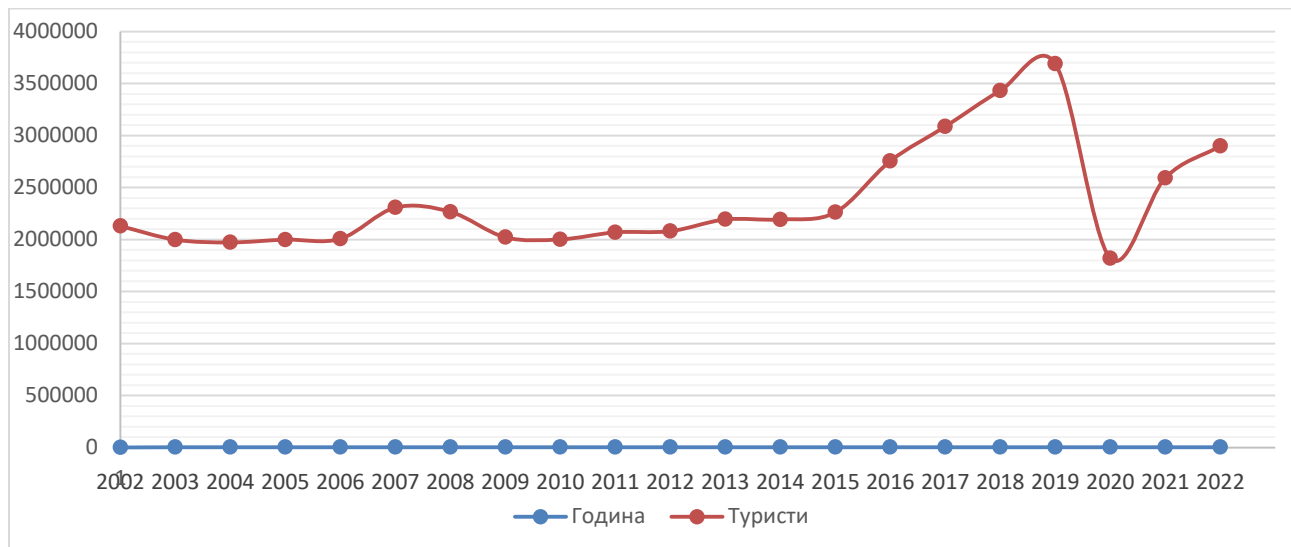
потекла је идеја надлежних и кризног медицинског особља, да се уведу сертификати о COVID-19 и на тај начин обезбеде рад ресторана и кафића у безбеднијим условима (Gajić et al., 2020). Проблем је настао због бројних теорија и незнања да ли вакцинисани преносе пандемију и да ли има смисла увести такве дозволе за улазак у угоститељске објекте. Многи ресторани су затворени тачно у 20 часова, како се не би правили разлике између вакцинисаних и невакцинисаних посетилаца.

Глобални угоститељски сектор је тешко погођен кризом коју је донео COVID-19. Види се да је економски сектор потрошње претрпео штету, а дошло је и до великих промена у понашању потрошача, што је од суштинског значаја за опоравак угоститељског сектора (Gajić et al., 2020). Индустрија угоститељства је најтеже погођена, што је резултирало тренутним затварањем многих ресторана или прилагођавањем новим концептима како би се потрошачима што лакше вратило након пандемије (Huynh et al., 2021).

Студија коју су спровели Kock et al. (2021) истиче да на склоност потрошача да посећују ресторани током пандемије утичу перцепција ризика и различити нивои поверења. Према резултатима, компонента са највећим ефектом је поверење у ресторани и брендове. Поред тога, порицање болести има позитиван ефекат на посете ресторанима током пандемије.

Студија коју су спровели Bourar et al. (2020) истиче да на склоност потрошача да посећују ресторани током пандемије утичу перцепција ризика и различити нивои поверења. Према резултатима, компонента са највећим ефектом је поверење у ресторани и брендове. Поред тога, порицање болести има позитиван ефекат на посете ресторанима током пандемије.

*Графикон 1. Туристички промет у Републици Србији од 2002-2022*



*Извор: Статистички годишњак Републике Србије, 2002-2022.*

Држава је уводила и ваучере, као подстицајна средства да људе покрену ван места борвака, али и да им се олакша материјално одлазак и боравак у најлепше пределе Србије (Гајић et al., 2021). Подела ваучера за туристичка путовања у оквиру државе донела су корист и у погледу омогућавања ширим масама да путују, али и у правцу упознавања своје државе и њених природних региона (Свијановић et al., 2021).

Истина је да је тренд кретања ка природним и нетакнутим пределима и даље остао, условно речено након пандемије. Забележен је пораст одласка у сеоске пределе у износу од преко 80% свих туристичких кретања. Међутим, на почетку је то само подразумевало кретање домаћих туриста, али је све већи број иностраних туриста који се и даље воде трендом ка природи и еколошким регионима (Блешић et al., 2021).

Промена у хотелском и туристичком пословању изазвана је падом перформанси туристичке привреде, у јеку пандемије. Да би наставили пословање и профитирали од туриста, увели су онлајн хотелске резервације, авионске карте, онлајн наручивање хране и пакет аранжмане (Aithal et al., 2022). Претходна истраживања сличних кризних ситуација показују сличне обрасце, а постојеће теорије могу врло добро да објасне актуелна дешавања у поремећају гастрономских услуга (Kock et al., 2020).



## 5. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Истраживање за потребе пројекта „Унапређење руралног туризма у пост COVID периоду: Могућности за генерисање прихода” реализовано је у периоду од септембра до децембра 2022. године методом анкетирање. Анкетирање је спроведено коришћењем е-маил анкете.

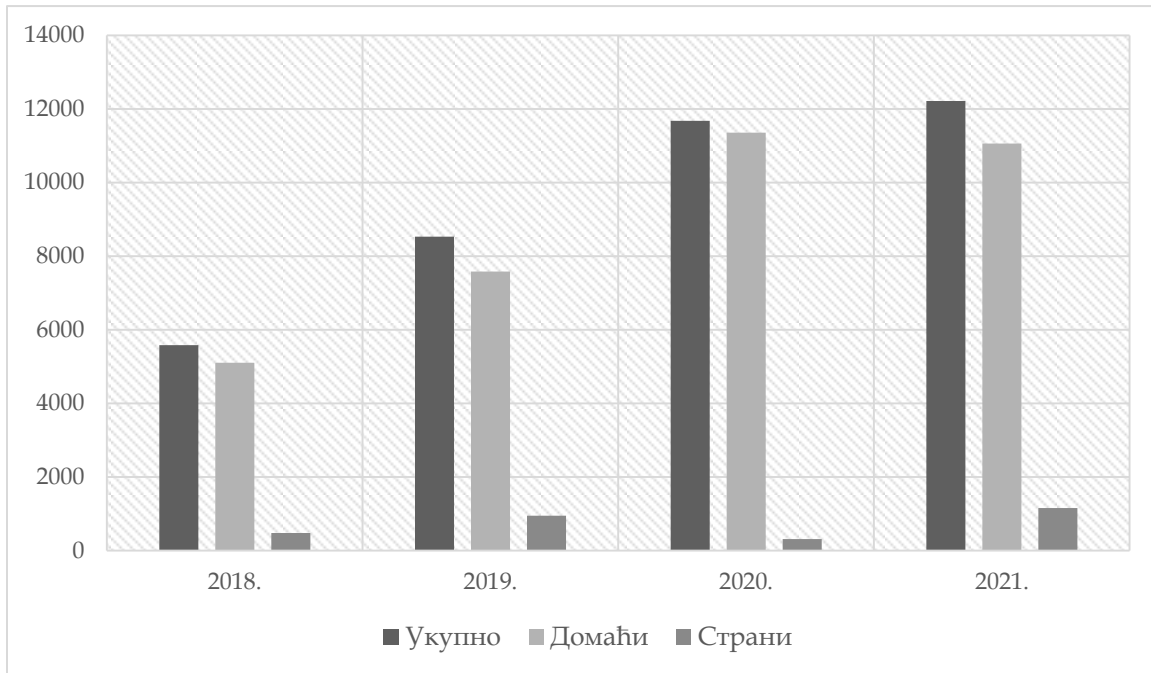
За потребе истраживања формирана су два упитника. Први упитник састојао се од 20 питања намењених власницима сеоско-туристичких домаћинстава, док се други упитник састајао од 25 питања намењених посетиоцима сеоско-туристичких домаћинстава. Осим упитника, коришћени су и секундарни подаци о сеоском туризму у Србији, како би се представили квантитативни показатељи стања у сеоском туризму током посматраног периода.

### 5.1. Анализа резултата истраживања – Подаци Републичког завода за статистику и Туристичке организације Србије

Резултати истраживања које је спровео Републички завод за статистику, показали су пораст броја гостију у сеоском туризму током посматраног периода (Графикон 2). У поређењу са 2018. годином, током 2019. године дошло је до пораста укупног броја гостију за 53%. Позитивна тенденција раста настављена је и током 2020. године када је дошло до повећања броја гостију за 37% у поређењу са претходном годином. Током последње године посматраног периода, долази до успоравања раста броја туриста и током ове године забележен је пораст броја гостију од 5% у поређењу са претходном годином. У укупном броју гостију доминирају домаћи туристи током читавог посматраног периода. Тенденција интензивног раста карактеристична је и за домаће туристе током 2019. (пораст од 49% у односу на 2018. годину) и 2020. године (пораст од 50% у односу на 2019. годину), док током 2021. године долази до смањења броја домаћих гостију за 3% у односу на претходну годину. Најинтензивнији раст забележен је код иностраних

гостију. Током 2019. године забележено је повећање броја страних гостију од 96% у поређењу са 2018. годином. Током 2020. године, услед ограничења током пандемије корона вируса (*COVID-19*) дошло је до смањења броја страних гостију за 66%, али током 2021. године њихов број се повећава за 263%.

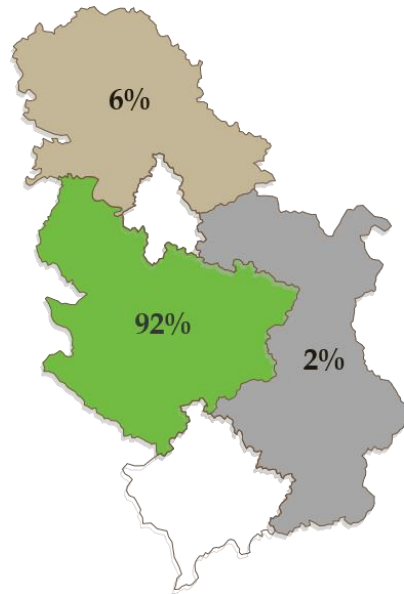
Графикон 2. Број туриста у сеоском туризму Србије



Посматрано према статистичким регионима Србије, највећи број туриста (92%) посетио је регион Шумадије и Западне Србије, затим регион Војводине (6%), док је најмањи проценат посетио регион Јужне и Источне Србије (2%).

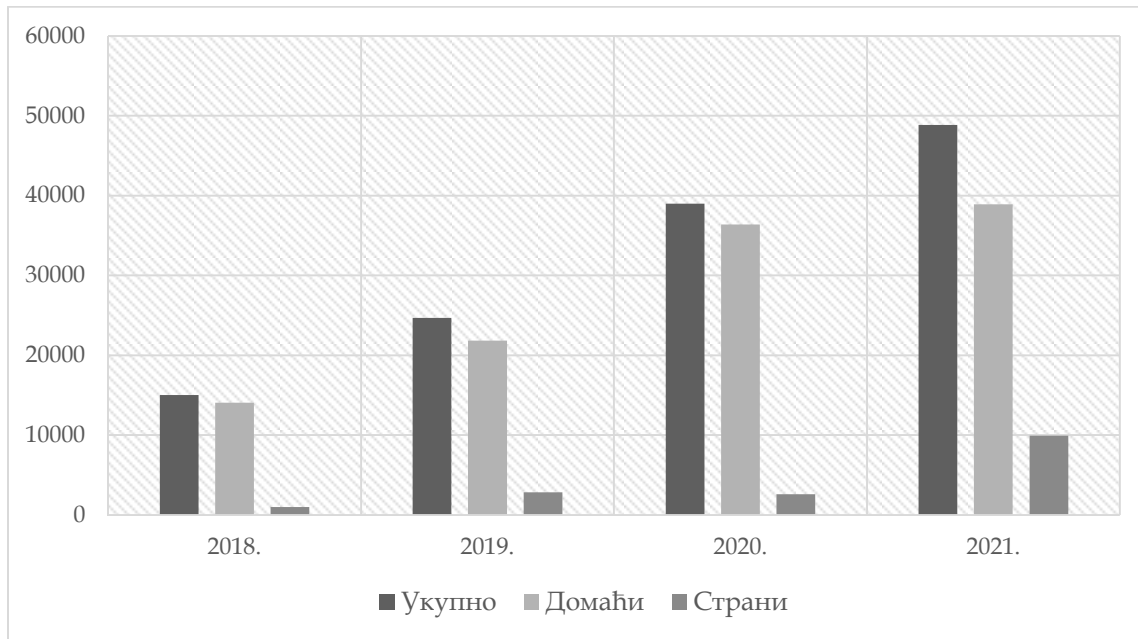


Слика 7. Процентуални удео статистичких региона Србије у укупном броју туриста у сеоском туризму



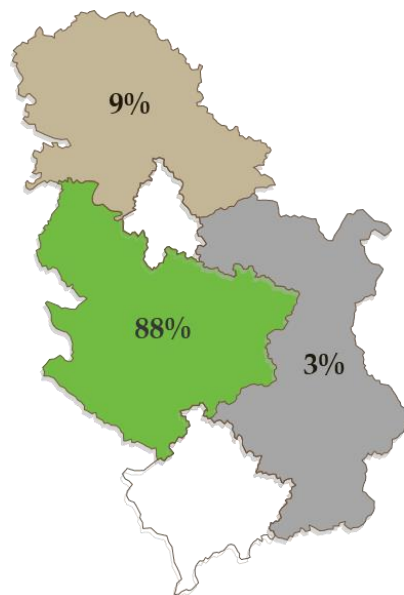
Током посматраног периода забележен је и тренд раста броја ноћења у сеоском туризму (Графикон 3). У поређењу са 2018. годином, током 2019. године остварено је 64% више ноћења гостију у сеоском туризму. Повећање броја ноћења настављено је и током 2020. године када је забележено повећање од 58% у поређењу са претходном годином. Током последње године посматраног периода, остварено је за 25% више ноћења у поређењу са претходном годином. Број ноћења домаћих туриста бележи тренд раста током читавог посматраног периода. Домаћи туристи остварили су за 64% више ноћења током 2019. године у поређењу са 2018. годином, док је током 2020. године проценат повећања броја ноћења износио 58% у односу на претходну годину. Током последње године посматраног периода забележено је повећање броја ноћења домаћих туриста од 25% у поређењу са 2020. годином. Са друге стране, број ноћења иностраних туриста током 2019. године забележио је повећање од 185% у односу на претходну годину, док је током 2021. године проценат повећања био 282% у поређењу са 2020. годином. Током 2020. године број ноћења иностраних гостију смањио се за 7% у односу на претходну годину.

Графикон 3. Број остварених ноћења у сеоском туризму Србије



Посматрано према статистичким регионима Србије, највећи број ноћења (88%) остварен је у региону Шумадије и Западне Србије, затим региону Војводине (9%), док је најмањи проценат ноћења остварен у региону Јужне и Источне Србије (3%).

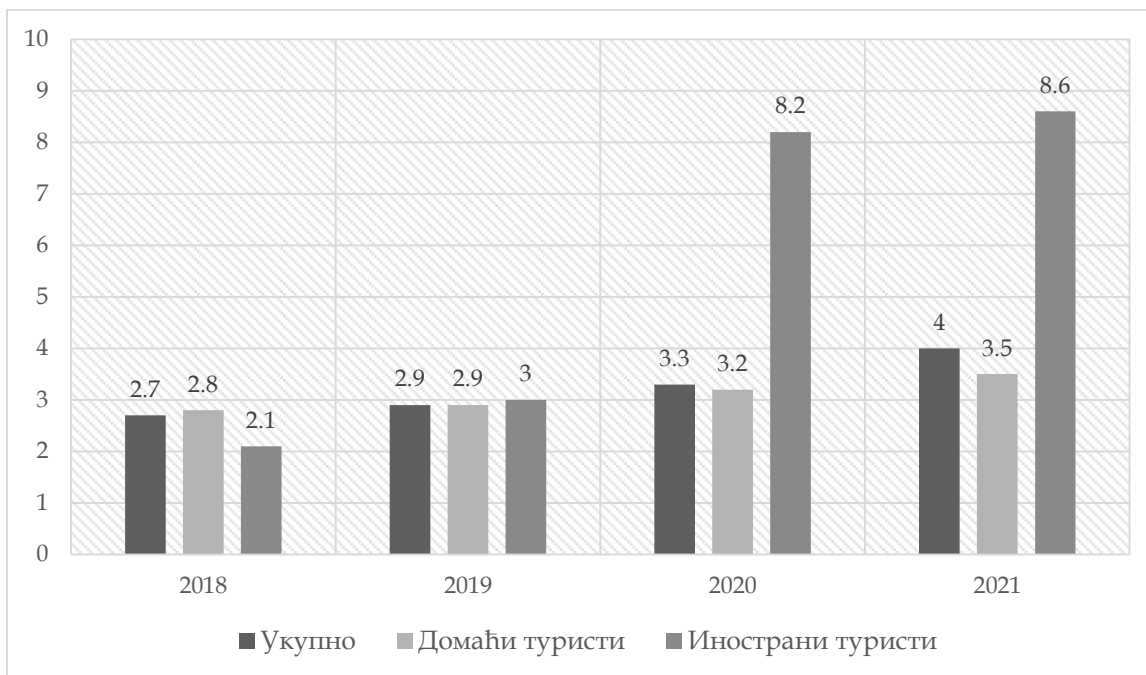
Слика 8. Процентуални удео статистичких региона Србије у укупном броју ноћења туриста у сеоском туризму



Током посматраног периода забележено је повећање дужине боравка туриста у сеоском туризму. Просечна дужина боравка туриста током 2018. године

била је 2,7 дана, након чега бележи благи раст током 2019. године (2,9 дана). Током 2020. године просечан број дана износи 3,3 дана, док током 2021. године износи 4 дана. Позитиван тренд раста дужине боравка присутан је и код домаћих и код иностраних туриста. Просечна дужина боравка домаћих туриста током 2018. и 2019. године (или пре пандемије корона вируса) била је 2,8, односно 2,9 дана, док током пандемије износи 3,2 дана (2020. година), односно 3,5 дана (2021. година). За разлику од домаћих туриста, код иностраних туриста током пандемије корона вируса дошло је до значајне промене у дужини боравка. Просечна дужина боравка иностраних туриста порасла је са 2,1 (2018. године), односно 3 дана (2019. године), на 8,2 (2020. година), односно 8,6 дана (2021. година).

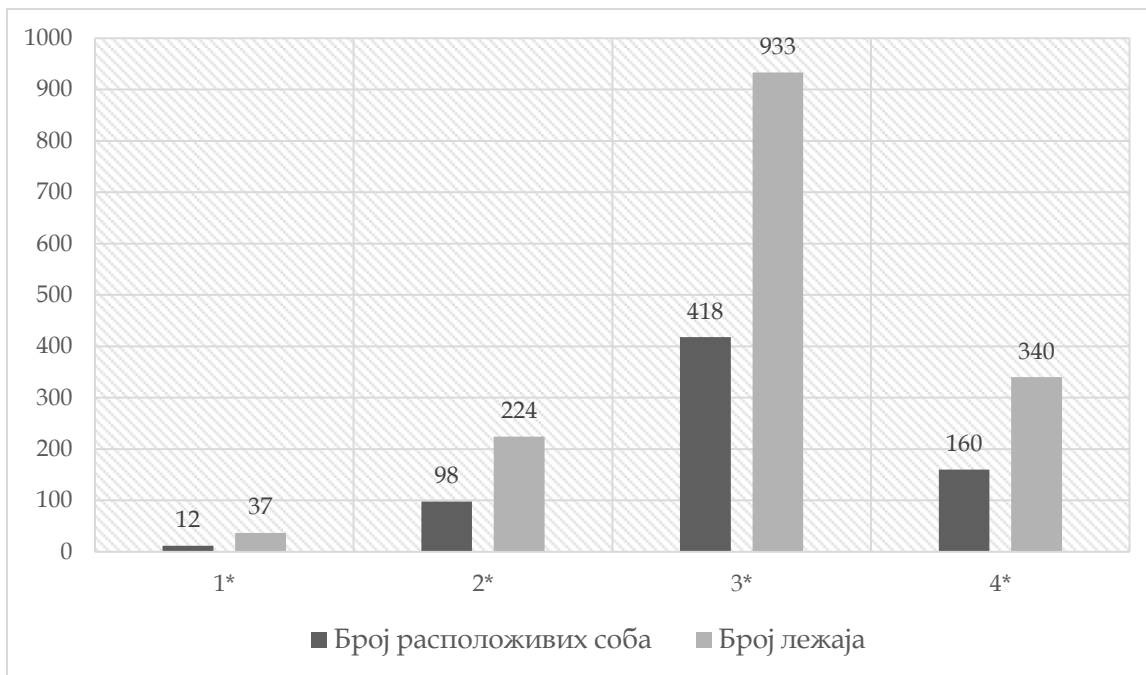
Графикон 4. Просечна дужина боравка туриста у сеоском туризму (у данима)



За пружање туристичких услуга у сеоском туризму Србије категорисано је укупно 186 сеоско-туристичких домаћинстава. Највећи број сеоско-туристичких домаћинстава припада региону Шумадије и Западне Србије (143), затим региону Јужне и Источне Србије (24), док најмањи број припада региону Војводине (19). Највећи број сеоско-туристичких домаћинстава категорисан је са три звездице (110), затим са две звездице (39), четири звездице (36), док је само једно сеоско-

туристичко домаћинство категорисано са једном звездом. Сеоско-туристичка домаћинства располажу са укупно 688 смештајних јединица и 1.534 лежаја. На Графикону 5 приказана је расподела броја смештајних јединица и броја лежаја према категоријама сеоско-туристичких домаћинстава.

Графикон 5. Смештајни капацитети у сеоском туризму (према категоријама)



## 5.2 Анализа резултата истраживања - Сеоска туристичка домаћинства

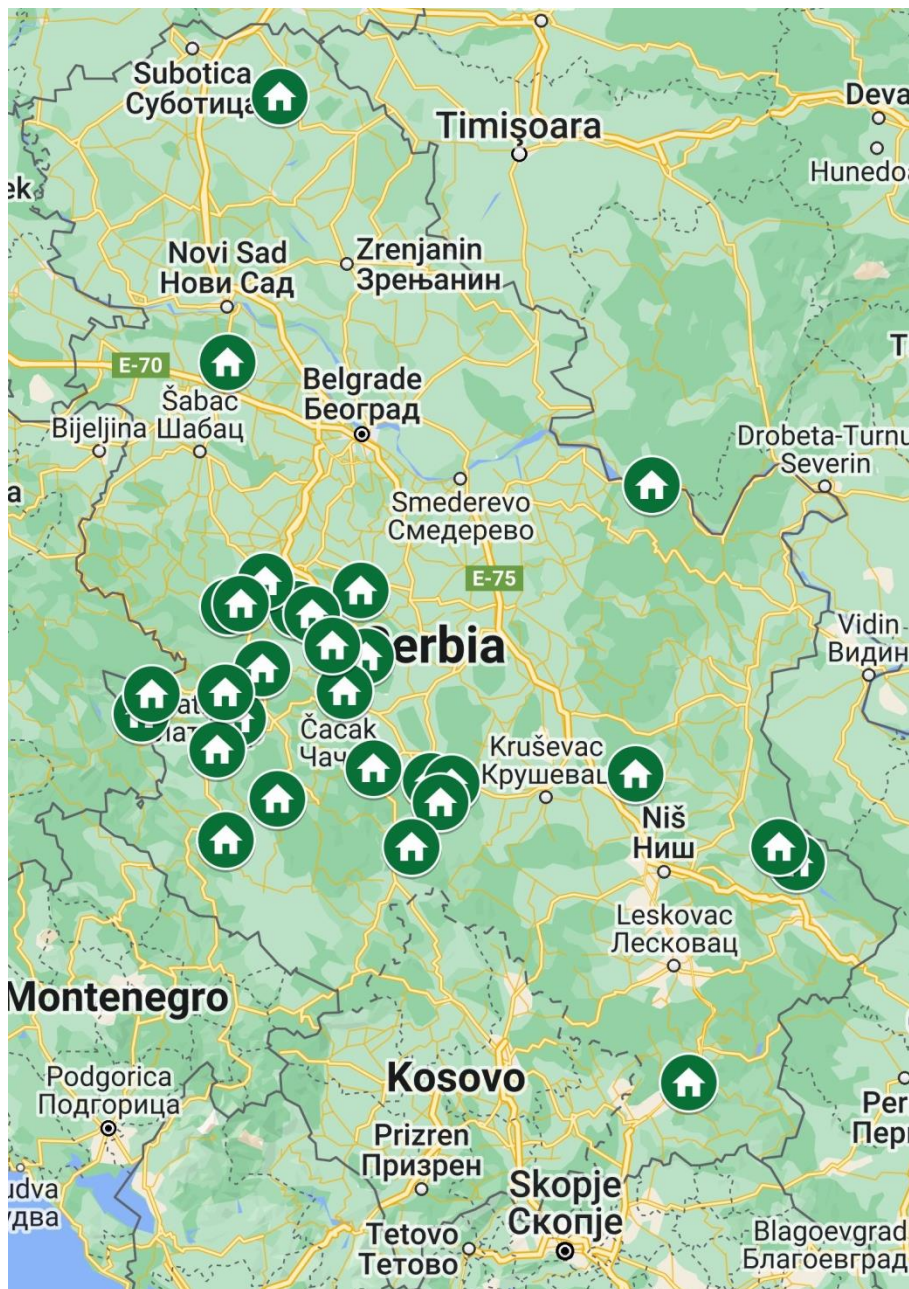
У истраживању је учествовало укупно 29 сеоско-туристичких домаћинстава (Табела 2). Највећи проценат сеоско-туристичких домаћинстава је са подручја региона Шумадије и Западне Србије (76%), затим региона Јужне и Источне Србије (17%), док је најмањи број сеоско-туристичких домаћинстава са подручја региона Војводине (7%). Оваква расподела потврђује да је узорак репрезентативан, односно да је у складу са посматраном популацијом.

Табела 2. Сеоско-туристичка домаћинства, учесници у истраживању

Сеоско-туристичко домаћинство	Село	Општина
Апартман Бруно		Сента
Белино сокаче		Ужице
Бојовићи	Дрмановићи	Нова Варош
Брвнара Глишовић	Велереч	Горњи Милановац
Брвнара Петра	Берковац	Мионица
Вилин врт	Отроци	Врњачка Бања
Винарија Грабак		Врњачка Бања
Воденица и вино	Ривица	Ириг
Габар	Ћуштица	Књажевац
Емили	Трубаревац	Сокобања
Етно село Лелић-Радосављевић	Лелић	Ваљево
Етно село Трбовић	Озрем	Горњи Милановац
Кампиралиште Асин	Добра	Голубац
Кедар село Гоч	Гоч	Врњачка Бања
Код Цвела	Лопатница	Краљево
Конаци Градина	Заовине	Бајина Башта
Мало село Бојановићи	Голово	Чајетина
Марковић	Лукавац	Ваљево
Мерак	Корбевац	Врањска Бања
Мики	Ослуша	Бајина Башта
Милка	Соколићи	Чачак
Мојсиловић	Дегурић	Ваљево
Пансион Обрадовић	Катићи	Ивањица
Паунове стене	Гараши	Аранђеловац
Сајића кућа	Гукош	Љиг
Стефановић Студио 1	Иново	Књажевац
Студенац	Мионица	Косјерић
Удахни природу	Прибој	Рашка
Шебовина	Гостиница	Ужице

На Слици 9, приказана је територијална дистрибуција сеоско-туристичких домаћинстава која су чинила узорак. Интернет мапа креирана је помоћу апликације *Google Maps* и могуће јој је приступити скенирањем QR кода истакнутог у доњем левом углу.

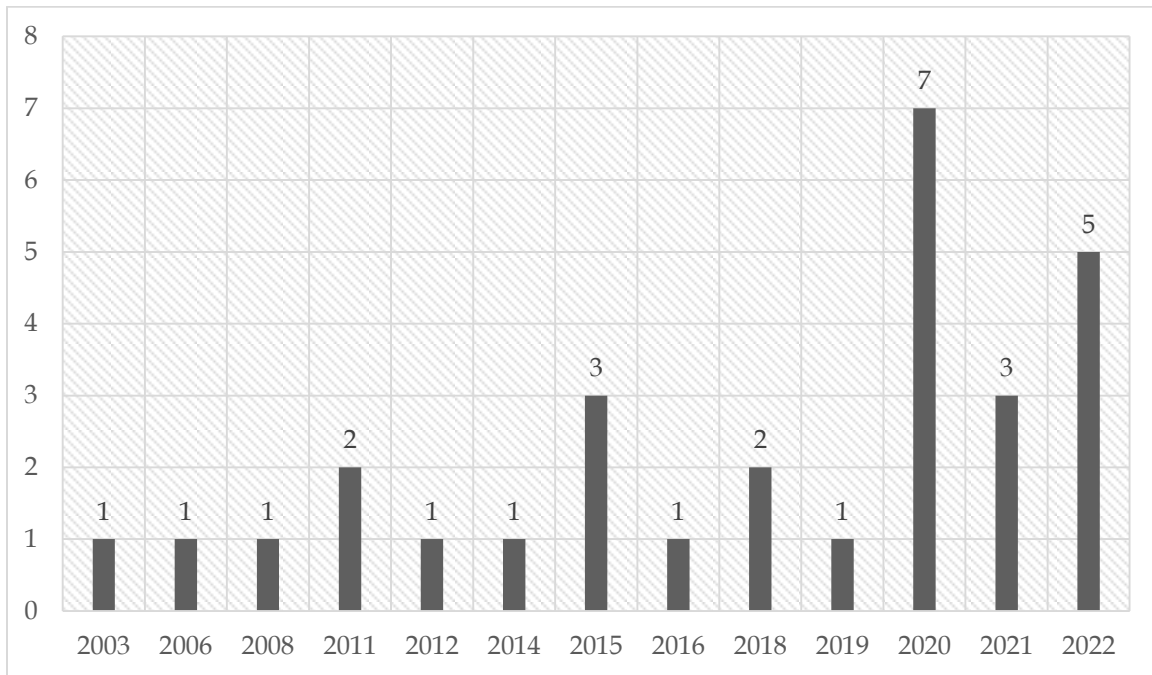
Слика 9. Територијална дистрибуција сеоско-туристичких домаћинстава, учесника у истраживању



Сеоско-туристичка домаћинства која су чинила узорак основана су у периоду од 2003. до 2022. године. У истраживању је учествовало 14 сеоско-туристичких домаћинства која су основана пре пандемије корона вируса и 15 сеоско-туристичких домаћинства основаних током пандемије.



Графикон 6. Година оснивања сеоско-туристичких домаћинстава



У Табели 3 приказан је број смештајних јединица којима располажу посматрана сеоско-туристичка домаћинства. Највећи број посматраних сеоско-туристичких домаћинстава располаже са једном смештајном јединицом, док је најмање сеоско туристичких домаћинстава која имају 5 и више смештајних јединица.

Табела 3. Број смештајних јединица у сеоско-туристичким домаћинствима, учесницима у истраживању

Број смештајних јединица	Број сеоско-туристичких домаћинстава	Процент
1	10	34,48%
2	4	13,79%
3	6	20,69%
4	4	13,79%
5	2	6,90%
>5	3	10,34%
<b>Укупно</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

На основу Табеле 4 може се закључити да највећи проценат посматраних сеоско-туристичких домаћинстава располаже са осам кревета, док је најмање сеоско-туристичких домаћинстава која имају седам, девет и десет кревета.

Табела 4. Број кревета у сеоско-туристичким домаћинствима, учесницима у истраживању

Број кревета	Број сеоско-туристичких домаћинстава	Процент
2	4	13,79%
3	3	10,34%
4	3	10,34%
5	2	6,90%
6	3	10,34%
7	1	3,45%
8	5	17,24%
9	1	3,45%
10	1	3,45%
11-20	2	6,90%
21-30	4	13,79%
<b>Укупно</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

Процент попуњености капацитета бележи тренд раста у периоду 2018-2020. година, док током 2021. године долази до благог пада у проценту попуњености капацитета (Графикон 7). Просечна цена смештаја у посматраним сеоско-туристичким домаћинствима износи 2.000 динара по особи, при чему је најнижа цена 1.000 динара, док је највиша 4.000 динара по особи.

Уколико се у обзир узме број остварених ноћења у периоду 2018-2021. година и просечна цена смештаја може се проценити остварени приход у руралном туризму.

Табела 5. Процена прихода у руралном туризму

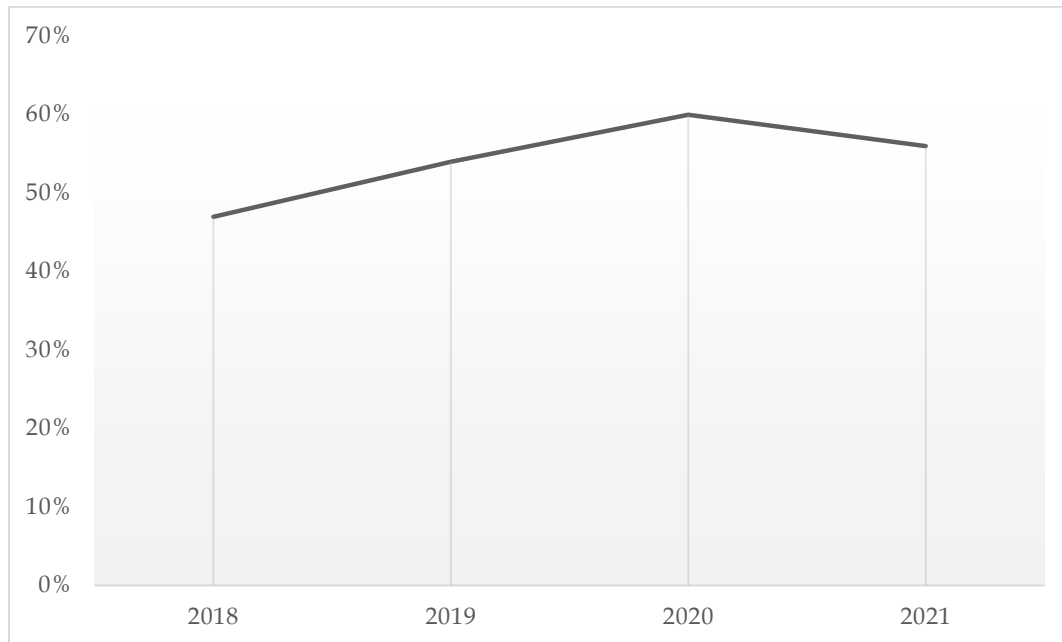
Година	Број ноћења	Просечна цена	Процењени приход
2018	15'039	2'000	30'078'000
2019	24'677	2'000	49'354'000



2020	38'981	2'000	77'962'000
2021	48'838	2'000	97'676'000

Процењени приход од услуга смештаја у руралном туризму у 2018. години је 30,07 милиона динара, док у 2021. години ови приходи су износили 97,68 милиона динара, што представља раст од 224,7% у односу на базну 2018. годину.

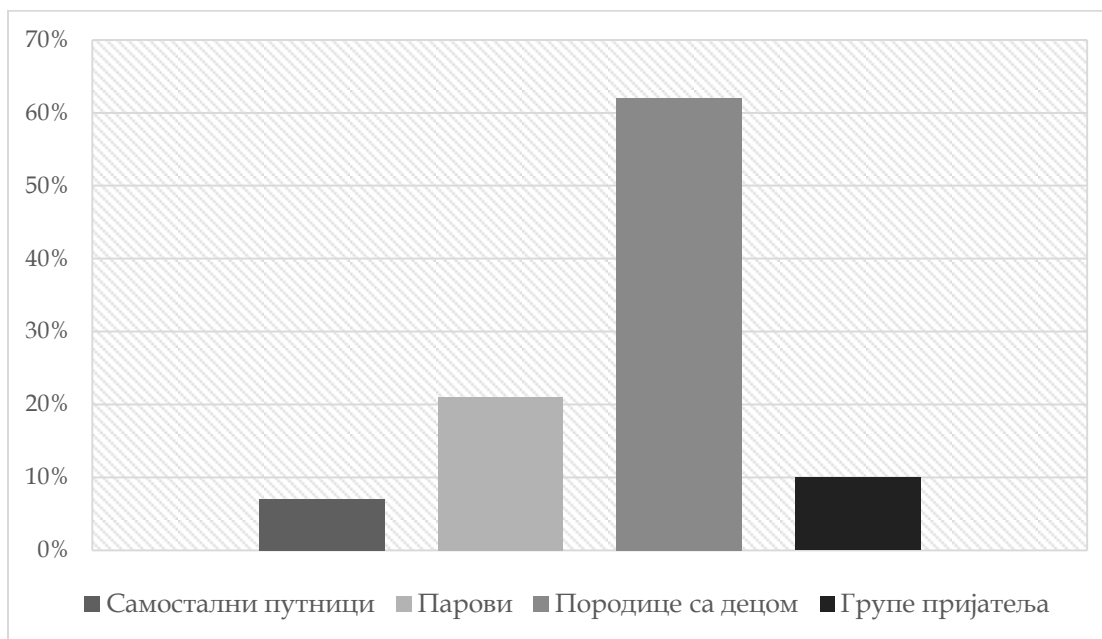
Графикон 7. Процент попуњености капацитета у периоду 2018-2021. година



Гости посматраних сеоско-туристичких домаћинстава су у највећем проценту породице са децом (62%), док је најмање самосталних путника (7%) (Графикон 8).

Просечна дужина боравка гостију пре пандемије корона вируса износила је 4 дана. Током пандемије није дошло до значајне промене у дужини боравка гостију. Просечна дужина боравка гостију током пандемије је 4,21 дан.

Графикон 8. Гости сеоско-туристичких домаћинстава



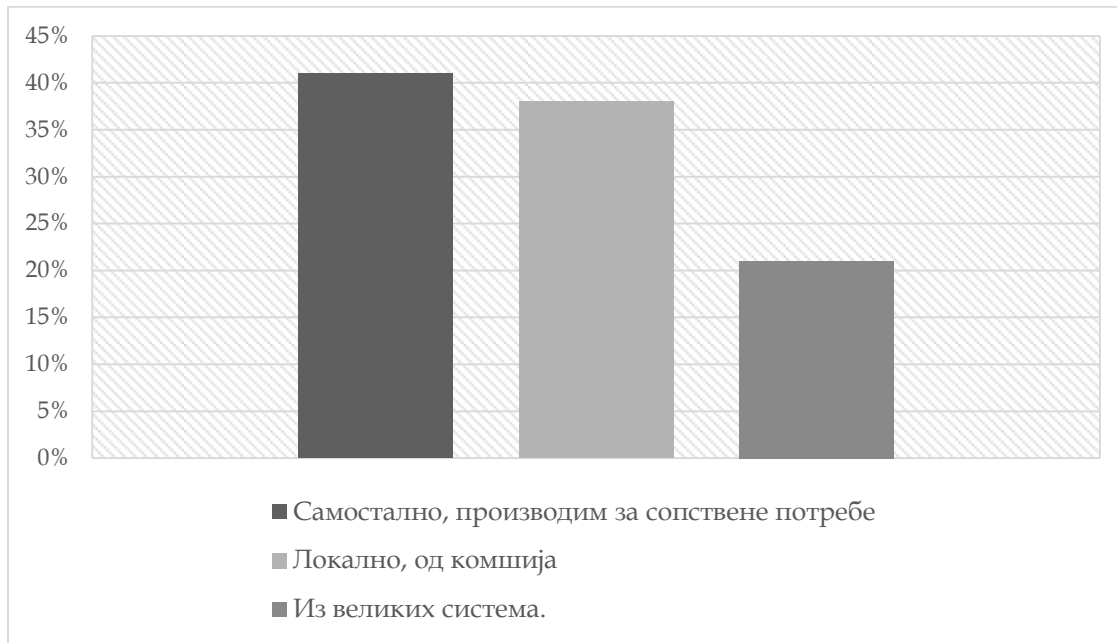
Најчешћи гости посматраних сеоско-туристичких домаћинстава су из највећих градова Србије, односно Београда, Новог Сада, Ниша и Крагујевца. Осим домаћих туриста, и инострани туристи посећују сеоско-туристичка домаћинства у Србији. На Слици 10, приказана је територијална дистрибуција држава из којих долази највећи проценат гостију посматраних сеоско-туристичких домаћинстава.

Слика 10. Државе из којих долазе гости посматраних сеоско-туристичких домаћинстава



Током пандемије корона вируса 41% сеоско-туристичких домаћинстава забележио је већу потрошњу хране/намирница. Највећи проценат сеоско-туристичких домаћинстава неопходне намирнице производи самостално или набавља од комшија, док најмањи проценат набавља намирнице из великих система (Графикон 9).

Графикон 9. Начин снабдевања намирницама



Иако је дошло до значајног повећања броја гостију током пандемије корона вируса, потреба за ангажовањем додатне радне снаге није забележила исти тренд код 27 сеоско-туристичка домаћинства. Два сеоска-туристичка домаћинства су током поменутог периода ангажовала додатну радну снагу на следећим позицијама: собарица, кувар, конобар и домар.

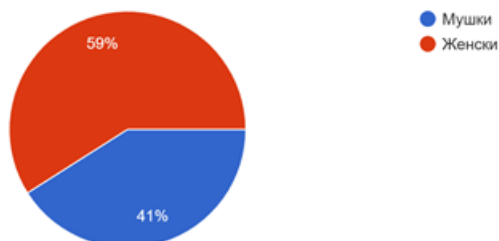
Процент промене у броју гостију и приходима током последње године посматраног периода (2021. година) у поређењу са првом посматраном годином (2018. година), за 11 сеоско-туристичких домаћинстава је позитиван и износи 20%, док 2 сеоско-туристичких домаћинстава су у поређењу са 2018. годином током 2021. године забележила смањење броја гостију за 30%, односно смањење остварених прихода за 35%.

### 5.3. Анализа резултата истраживања – Анкетирање туриста

Истраживање је обухватило и госте који су посетили сеоска туристичка домаћинства – туристе који су конзумирали производе и услуге сеоског туризма у

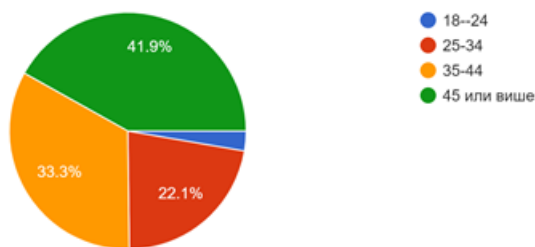
периоду 2018-2021. Од укупног броја испитаника који су попунили анкету, 41% је било мушког пола, док је 59% испитаника женског пола.

Слика 11. Пол испитаника који су посетили сеоска туристичка домаћинства



Социодемографски подаци показују да мушкарци имају водећу улогу када је у питању вођење домаћинства у руралним подручјима, док су жене више спремне да дају одговоре на питања везана за истраживачке упитнике (Niemiinen, 2012).

Слика 12. Године старости испитаника



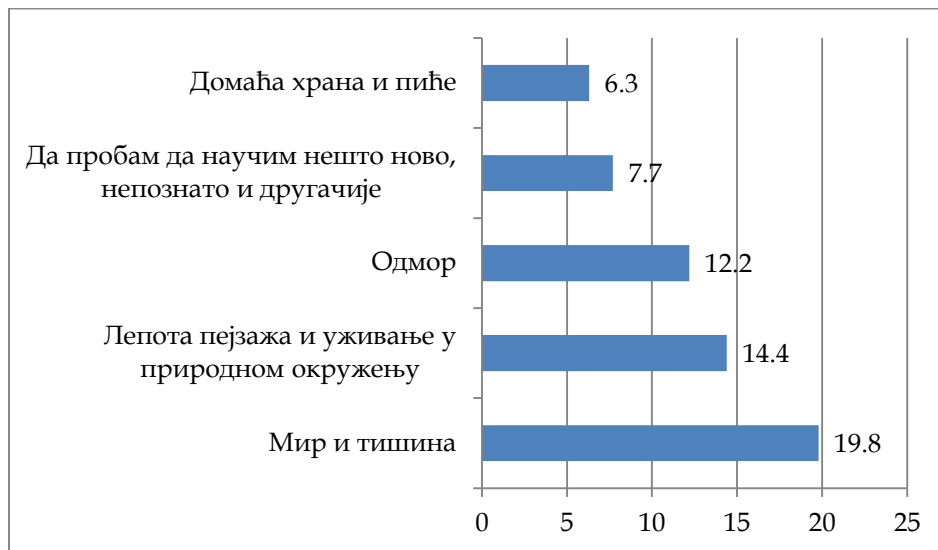
Старосна структура испитаника иде у прилог генерацији X, односно највише испитаника старости од 45 година - и више, радо посећује рурална туристичка домаћинства. Недавне студије истичу да основни фактор посете генерације X руралним домаћинствима управо лежи у чињеници да највећи део популације ове генерације живи у градовима (Jamal & Newbold, 2020). Међутим, старосна структура испитаника од 35-44 године износи 33,33%, док су чести посетиоци сеоских домаћинастава и старости 25-34 године. Ситуација је и донекле логична, имајући у виду да се ради углавном о радно способном делу популације.

Табела 6. Образовни и радни статус испитаника

<i>Образовна структура</i>	
Основна школа	0%
Средња школа	2,3%
Виша школа	3,6%
Факултет	26,6%
Мастер	42,8%
Докторат	24,8%
<i>Радни статус</i>	
Запослен/а	92,8%
Незапослен/а	5,4%
Студент	1,8%

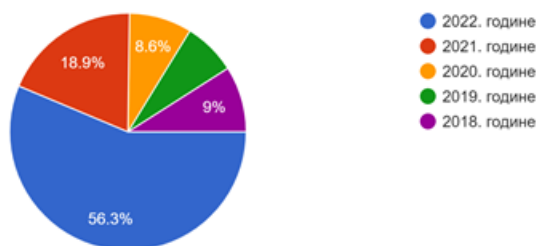
Образовна структура испитаника показује да је највећи број испитаника који су посетили сеоско туристичка домаћинства има завршен мастер (42,8%) или факултет (26,6%). Значајан број испитаника има и завршен докторат (24,8). Што се радног статуса тиче, потврђена је чињеница да највише путује управо радно способно становништво, што је случај и код посете сеоско туристичких домаћинстава (92,8%).

Слика 13. Најдоминантнији мотиви боравка у сеоско-туристичким домаћинствима (%)



Од понуђених 17 мотива за боравак у сеоско туристичким домаћинствима, као најдоминантније мотиве туристи су извојили мотиве као што су мир и тишина (19,8%), лепота пејзажа и уживање у природном окружењу (14,4%), одмор (12,2%), потреба за учењем нечег новог и другачијег (7,7%) и домаћа храна и пиће (6,3%).

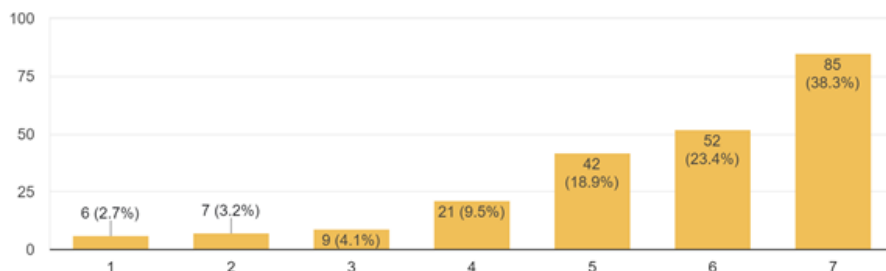
Слика 14. Последња година посете сеоског туристичког домаћинства



Последња година у претходно посматраном периоду када су испитаници посетили сеоско туристичка домаћинства је 2022. година и управо те године је и највећи број испитаника посетио домаћинства (56,3%). Године 2021. је 18,9% испитаника последњи пут посетило неко сеоско туристичко домаћинство, док је свега 7,2% посетило последњи пут сеоска туристичка домаћинства 2019. године. Такође, током пандемије, сеоска туристичка домаћинства су била посећена од

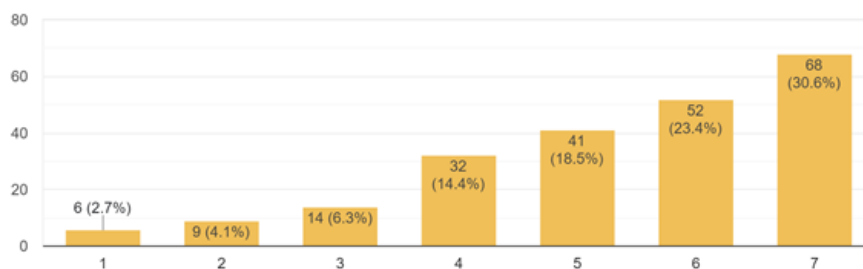
стране 8,6% испитаника, што указује на чињеницу да и током пандемије није било потпуног застоја у пословању ових домаћинстава.

Слика 15. Лакоћа резервације смештаја



При резервацији смештаја у сеоско туристичким домаћинствима може бити потешкоћа. Међути, испитаници који су посетили домаћинства су упитани да на скали од 1-7 оцене колико је лако резервисати смештај у сеоско туристичком домаћинству. Већина испитаника дала је највишу оцену 7 (38,3%), као и оцену 6 (23,4%), док је веома мали број испитаника дао оцену 1 (2,7%) или свега 6 анкетираних туриста.

Слика 16. Приступ сеоско туристичком домаћинству

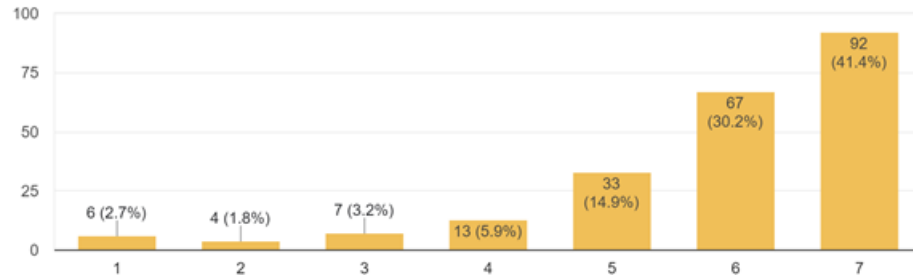


Такође, један од услова конкурентности на међународном туристичком тржишту јесте и приступ смештају. Имајући то у виду, испитаници су потврдили да није било проблема око приступа домаћинствима, односно, преко 50% испитаника



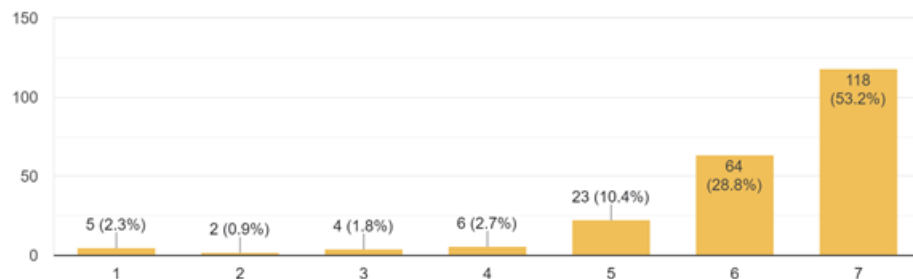
дало је највише оцене 6 (њих 23,4%) и 7 (њих 30,6%). Укупна просечна оцена за овај показатељ лакоће присуца домаћинствима је 5,4/7.

Слика 17. Јеловник садржи јела која су карактеристична за регион



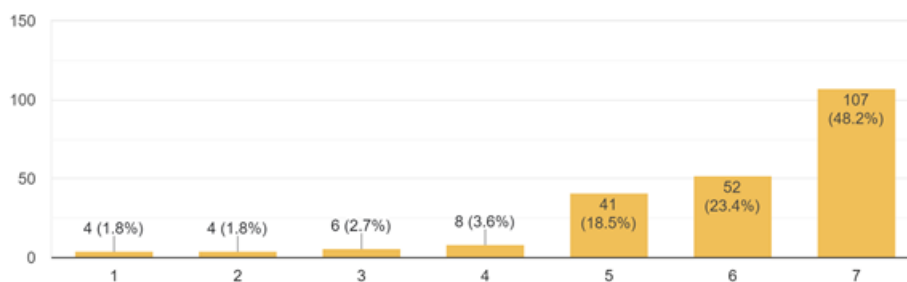
Као што су претходне анализе показале, један од доминантних фактора који мотивише туристе да посете сеоска туристичка домаћинства јесте управо домаћа храна и пиће. У том смислу, испитаници су највишу оцену 7 дали за одговор да јеловник садржи јела која су карактеристична за регион у коме су боравили (41,4%). Поред тога, високом оценом 6 оценило је јеловник још 30,2% испитаника – посетиоца сеоско туристичких домаћинстава.

Слика 18. Задовољство испитаника по питању хране



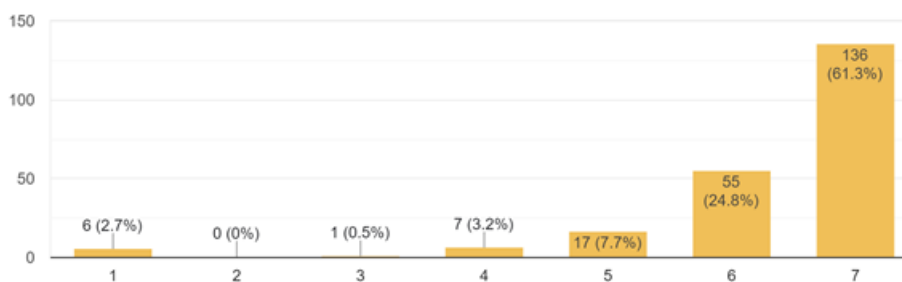
Поред наведеног, највећи број испитаника показао је веома високо задовољство по питању хране у сеоско туристичком домаћинству (53,2%). Високо задовољство по питању хране истакло је још 64 испитаника или 28,8% узорка.

Слика 19. Доступност домаћина за госте



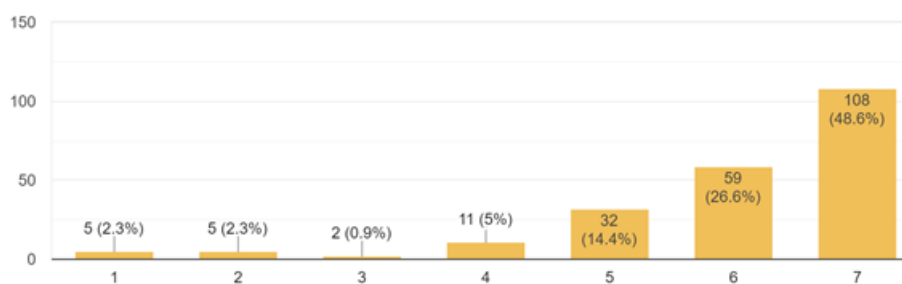
Домаћини сеоско туристичких домаћинстава су претежно у потпуности доступни за госте, што је потврдило скоро половина испитаника или 48,2%. Такође, високу оцену 6 дало је 23,4% посетилаца сеоско туристичких домаћинстава, што показује високо присуство домаћина у пословању сеоско туристичких домаћинстава.

Слика 20. Срдачност и љубазност према гостима



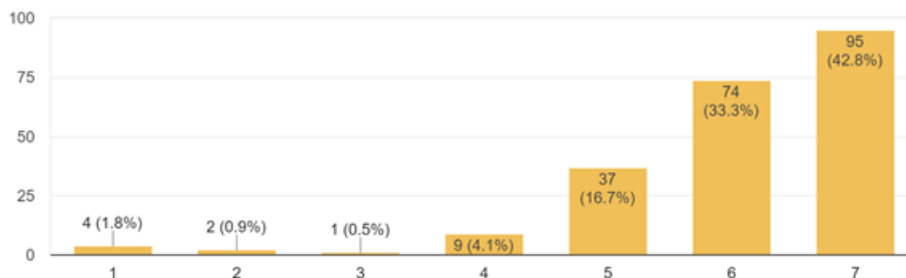
Љубазно и срдечно особље је потребно да одликује сваки туристички ентитет. У том смислу, веома високе оцене за љубазност и срдачност добила су сеоско туристичка домаћинства од стране својих посетилаца и то 6 (њих 24,8%) и 7 (њих 61,3%).

Слика 21. Поступање према жељама и потребама туриста



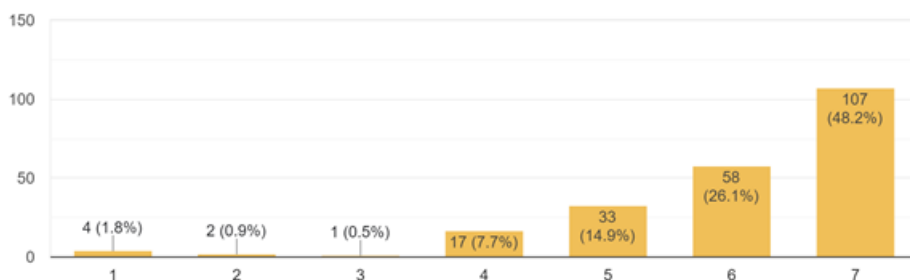
У вези са срдачношћу и љубазношћу, на веома високом нивоу поступало се и према задовољењу потреба и жеља туриста. По питању овог показатеља, више од 70% испитаника дало је највише оцене 6 (26,6%) и 7 (48,36%), што указује на високо задовољство туриста.

Слика 22. Чистоћа сеоско туристичког домаћинства



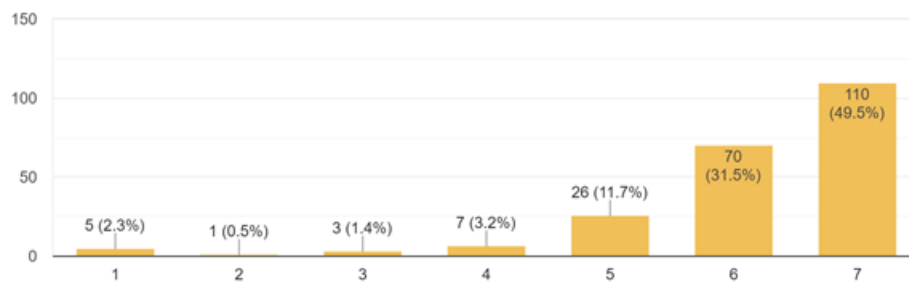
Хигијена сеоско туристичких домаћинстава је такође високо оцењена. На питање „Сеоско туристичко домаћинство и собе су чисти“ просечна оцена одговора испитаника износила је 6,04 што указује на висок степен посвећености хигијени. Овај фактор је веома важан у периоду пандемије, а након ње се на овај фактор посматра с посебном пажњом.

Слика 23. Сигурност гостију



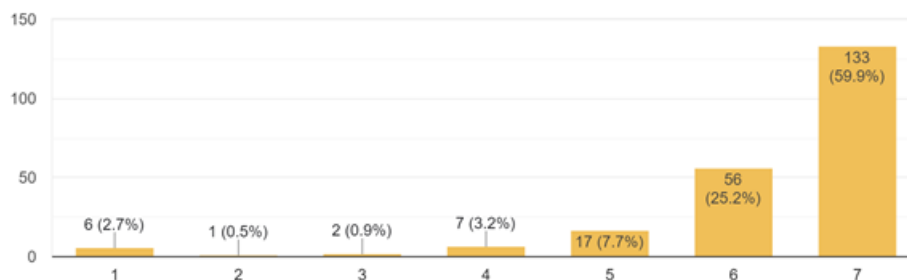
Новонастале ситуације услед пандемије ковид вируса утицале су и на то да се сигурност гостију посматра двојачко: као безбедност и посебно као здравствена сигурност. Управо то су схватила и сеоска туристичка домаћинства и односећи се са посебном пажњом према овом фактору, испитаници сигурност гостију оценили су просечном оценом 6,04/7.

Слика 24. Сеоско туристичко домаћинство је пружило очекивану услугу



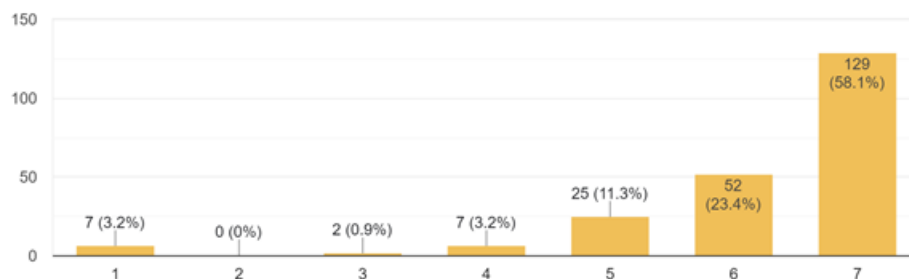
Посетиоци сеоско туристичких домаћинстава су сагласни и са изјавом да је „Сеоско туристичко домаћинство пружио очекивану услугу“ што указује да чак 50% испитаника даје највишу оцену 7 овом фактору. Имајући то у виду, потребно је уочити и позитивне ставове и искуства која ће утицати на будуће доласке туриста.

Слика 25. Јачина позитивног искуства гостију



На скали од 1 до 7 показано је веома јако позитивно искуство гостију у вези са укупном посетом сеоском туристичком домаћинству. Чак 60% туриста дало је највишу оцену 7, док је њих 25,2% дало оцену 6.

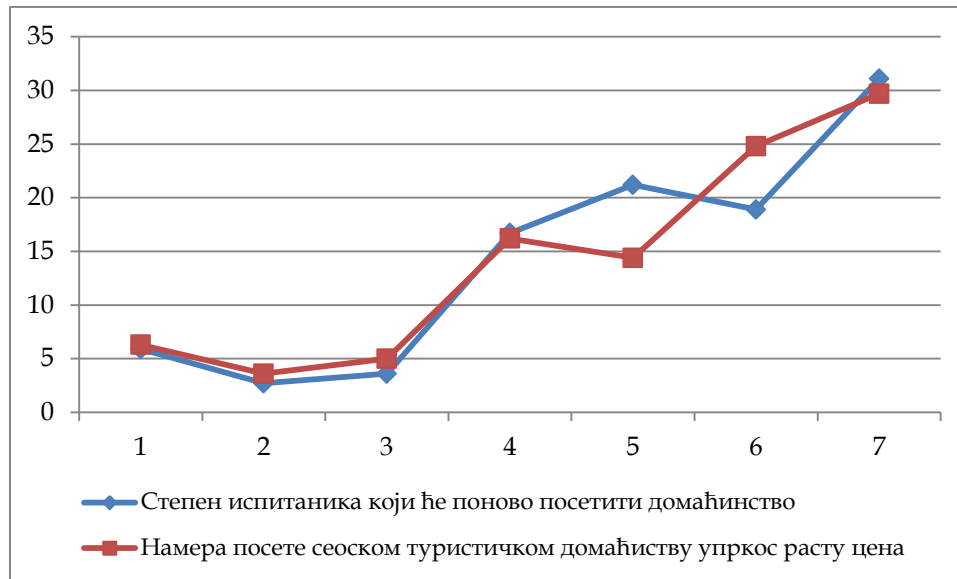
Слика 26. Гости ће пренети своје позитивно искуство другима



Веома важно за маркетинг дестинације јесте и размена искустава међу туристима. У том смислу, своје позитивно искуство већина посетилаца сеоско туристичких домаћинстава ће пренети рођацима, пријатељима или другим познаницима, што

је од великог значаја за будући развој. Чак 58,1% гостију ће своје позитивно искуство апсолутно пренети другима, док ће њих 23,4% сигурно пренети такође на своје познанике.

Слика 27. Степен испитаника који ће поново посетити домаћинство (%)



На крају, веома важно за оцену лојалности сеоског туристичког домаћинства јесте намера да се оно поново посети. Имајући то виду, испитаници су имали избор на скали од 1 до 7 када је у питању намера поновне посете и када је у питању намера посете упркос расту цена. Велики број испитаника сагласан је да посети поново сеоско туристичко домаћинство, што указује на висок степен лојалности (31,1%). Просечна оцена намере поновне посете износи 5,25. Ситуација са намером поновне посете није битно измењена иако ће доћи до раста цена, што указује да туристи високо вреднују сеоска туристичка домаћинства (оцену 7 дало је 29,7% туриста). Просечна оцена намере поновне посете сеоско туристичком домаћинству упркос расту цена износи 5,22.

## 6. ЗАКЉУЧЦИ ФОКУС ГРУПЕ

Последњих неколико деценија дешавају се бројне промене у сектору туризма. Са насталим променама расте и тражња за алтернативним облицима туризма, од којих све значајније место заузима туризам у руралним подручјима. Тражња за овим обликом туризма је у сталном порасту будући да су туристи све више заинтересовани за интеракцију са природом, упознавање нових предела, људи, другачијих култура и обичаја. Рурална подручја која су до скоро била неразвијена и туристички неинтересантна доспевају у средиште пажње, посебно након пандемије изазване вирусом COVID-19.

Прва Фокус група одржана је 12.12.2022. године, а друга 27.02.2023. године у просторијама Факултета за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу. Гостима који су били присутни у великом броју презентовани су циљеви и идеје пројекта. Велики значај за све присутне било је присуство министра трговине, туризма и саобраћаја кантона Тузле, као и директора Туристичке организације Врњачка Бања на првој одржаној фокус групи. Већ на другој, није било представника локалних управа нити туристичких организација.

Међу окупљенима били су власници великог броја сеоских туристичких домаћинстава из околине Врњачке Бање: „Кедар село Гоч“, „Вилин врт – кућа за одмор“, „Ранч Дебељак“, „Вила Дел Реј“ Лопатница, „Код Цвела“ Лопатница, али је било представника и из других делова Србије: „Кућа мирне душе“ село Крћевац код Тополе, „Кампинг одмориште Асин“ Добра, Голубац, „Етно село Латковац“. Значајан допринос дискусији дали су и представници удружења „Златне нити“ из Врњачке Бање као и удружења грађана „Новоселац“ и удружење жена Врњачке Бање. Своју понуду, посебно значајну за рурални туризам представили су и запослени из „Бутика качкаваља“ из Штулца (околина Врњачке Бање), произвођачи преко 15 различитих врста сирева.

Туризам је генерално био јако погођен пандемијом COVID-19 и назнаке за опоравак очекују се током 2023. године. Није изненађујуће што су управо због поменуте пандемије, власници сеоских туристичких домаћинстава своје понуде

још додатно унапредили и тако нису имали проблем са одсуством гостију, чак ни у том периоду. Логично је да су се бројна сеоска туристичка домаћинства основала баш у том периоду, када су се и сами власници склонили од градске вреве на село да се опораве од вируса.

Бројне су биле препреке и изазови на том путу. Није баш једноставно да се објекти са почетка 20. века прилагоде потребама данашњег туристе који је веома захтеван. Такође, обезбеђивање мира и тишине, али опет уз извесне садржаје које би госте задржали и по неколико дана.

Иако су сви присутни имали бројне заједничке карактеристике: да су њихови објекти у руралном подручју, окружени прелепом природом, чистим ваздухом и водом, одисали миром и тишином што је заправо код туриста и чинило основни мотив да посете овакве објекте. У данашње време стреса, недостатка квалитетних активности и времена, рурални туризам представља адекватно решење за бег из такве свакодневнице и пружа осећај смирености, опуштености, слободе, релаксације, што је у супротности са модерним начином живота у урбаној средини и што је негде доминантан мотив посете овим домаћинствима. Са друге стране, свако је имао извесну јединственост, један део понуде који их разликује од осталих, на основу чега је закључено да они једни другима нису конкуренција чак и ако се налазе у истом селу. Неки су у својој понуди имали храну која је припремљена на начин да одговара дијабетичарима, други су ентеријер својих објеката опремили на модеран начин иако у руралном окружењу, трећи су се базирали на смештај циљних група као што су бициклисти или планинари који су у транзиту.

Кроз дискусију сви су изнели своје проблеме са којима се суочавају у раду, али и похвале које им константно стижу од стране њихових туриста што им је свакако најдрагоценије и представља значајни покретач за даљу иновативност и рад. Доминантан закључак је потреба за умрежавањем понуде руралног туризма Републике Србије и повећана видљивост. То би било могуће решити кроз прављење јединствене базе сеоских туристичких домаћинстава и њихове обједињене презентације. Такође, умрежавање је неопходно и због привлачења

страних туриста, који би онда остајањем у дужем временском периоду могли да упознају специфичности различитих региона Републике Србије и појединачних домаћинстава, односно њихове понуде. На такав начин би се постигло задовољство са обе стране и очекивања би била испуњена.

Кроз позитивне примере који су презентовани на фокус групама, сеоских туристичких домаћинстава који послују са ваучерима које додељује Министарство трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије, дошло се до закључка да објекти који нису укључили овај систем рада у своје пословање то треба што пре да учине и на тај начин обезбеде посећеност објектима током читаве године.

Данашњи туристи очекују иновативност са друге стране, што потврђује да су радионице за унапређење туристичке понуде, њихова потреба јер чине да се различите понуде обједине на једном месту, да се размене искуства и покрене иновативност на свим нивоима и промоције и понуде домаћинстава.

Што се тиче подршке локалних самоуправа ситуација је различита. Град Краљево помаже развој сеоског туризма на читавој територији своје општине. Док власници сеоских туристичких домаћинстава и удружења грађана са простора Врњачке Бање углавном се самофинансирају или уз малу подршку локалне самоуправе, за коју сматрају да мора да буде још интензивнија с обзиром и на значај који Врњачка Бања има као туристичка дестинација. Представници из региона Тополе указали су на сопствени позитиван пример умрежавања сеоских туристичких домаћинстава која су углавном регистрована и послују потпуно самостално, али у промоцији им помаже удруживање, као и у образованости за додатна унапређања рада.

Досадашњи напори на пољу развоја руралног туризма у Републици Србији нису били на задовољавајућем нивоу, то су показале и у дискусији у оквиру две фокус групе. Пре свега, треба истаћи недостатак кооперације између органа власти (држава, општине, локалне заједнице), што је у обе одржане фокус групе и подвучено – недостајао је представник државе који би све изнете закључке могао адекватним плановима и стратегијама да реши у будућности.



## 7. АНАЛИЗА МОГУЋНОСТИ ПОВЕЋАЊА ПРИХОДА У РУРАЛНОМ ТУРИЗМУ

Позитивна искуства европских земаља са развијеним руралним туризмом као што су Аустрија, Француска, Немачка, Италија, Словенија указују на могућност да се управо туризам искористи као допунски фактор привредног развоја руралних подручја. Закључке фокус група можемо сумирати кроз следеће тезе.

Унапређење руралног туризма и повећање прихода могуће је ако се остваре одређени предуслови. У том смислу потребна је:

- подршка локалне самоуправе и државе, а факултет и друге образовне институције на том путу могу да буду покретачи добрих примера
- умрежавање и повезивање кључних стејтколдера
- едукација људи у руралном туризму
- јединствена туристичка понуда руралног туризма
- креирању обједињене базе туристичке понуде Републике Србије и на тај начин повећане „видљивости“ свих њених заинтересованих страна.

Јасно је да Република Србија располаже бројним природним и антропогеним ресурсима за развој руралног туризма.

Пре свега, то се односи на:

- очувану природу,
- чист ваздух,
- повољну климу,
- богату флору и фауну,
- незагађене реке и језера и
- велики број културно-историјских споменика.

Развој руралног туризма у Републици Србији, као организована активност, започео је пре нешто више од четврт века. Међутим, он се не одвија адекватно могућностима којима располаже и са потребама са овим обликом туризма које су након пандемије само још веће.

У том смислу, посебно се издвајају следећа ограничења:

- Непостојање јасног концепта и стратегије развоја руралног туризма,
- Непостојање подстицајне подршке,
- Недостаци законске регулативе (категоризација објеката у руралном туризму).

Поред тога, велики број фактора и даље константно успорава унапређење руралног туризма. Неки од најважнијих су:

- Непостојање адекватне туристичке инфра и супраструктуре,
- Лоша комунална и саобраћајна инфраструктура,
- Недовољна брига о очувању животне средине и природних вредности,
- Недостатак адекватних кадрова за потребе развоја туризма,
- Недовољна примена савремених информационо-комуникационих технологија,
- Неадекватна расподела финансијских средстава,
- Демографски трендови и процес старења руралног становништва,
- Недовољна едукација заинтересованих руралних домаћинстава о начину прихватања и анимирања туриста,
- Недовољна ангажованост свих субјеката на конкретним мерама за припремање туристичке сезоне.

Недостатак финансијских средства, смањен обим туристичког промета, економска криза, неадекватна инфраструктура и неодговарајући кадрови само су

неки од фактора који су утицали на стање у коме се тренутно налази рурални туризам у Републици Србији. Чињеница да 85 % територије Републике Србије чине рурална подручја у којима је присутан велики географски диверзитет (низије, брдско-планински предели), богатство природних и антропогених ресурса, мултиетничко становништво и бројни други фактори који само потврђују да би рурална подручја и интензивнији развој туризма могли да имају кључну улогу у будућем привредном развоју Републике Србије. Да би се остварили очекивани ефекти од руралног туризма неопходно је планско стимулисање и организационо деловање у изградњи туристичке понуде села. Осим тога, потребно је да рурални туристички производ буде локално контролисан, заснован на аутентичности и на промоцији која истиче реална очекивања од коришћења производа. Све ово би довело до бржег развоја руралног туризма у нашој земљи који се тренутно налази испод реалних могућности и са бројним дефинисаним проблемима.

Позитивни резултати који се огледају у порасту броја посета, броја ноћења домаћих и страних туриста последично је утицао и на повећање прихода у руралном туризму. Резултати спроведеног истраживања који су презентовани у овој Студији требало би да дају позитиван импулс носиоцима власти на свим нивоима у циљу подстицања иницијатива и давању подршке носиоцима туристичке понуде руралног туризма.

Ово би несумњиво довело у кратком року до:

- унапређења туристичког производа
- повећања броја гостију,
- повећања броја ноћења
- раста прихода сеоских домаћинстава,
- запошљавања локалног становништва

Средњерочно, развој руралног туризма би утицао на:

- повезивање и умрежавање заинтересованих актера,
- пораст пољопривредне производње,
- побољшање стандарда у руралним срединама

- позитивних ефеката на повезане делатности (трговина, саобраћај, угоститељство)

Дугорочни ефекти се могу посматрати у оквиру следећих показатеља:

- раст Буто домаћег производа (БДП)
- раст удела руралног туризма у укупном туризму Србије и услужном сектору
- раст зарада у руралним срединама
- оживљавање неразвијених подручја
- спречавање миграција село-град
- очување или повећање броја становника у руралним срединама

Може се закључити да рурални туризам у Србији има велику развојну шансу. Природни и антропогени фактори су добра основа за развој афирмативних облика туризма у руралним срединама, а социо-економски ефекти су недвосмислено велики.

## 8. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Пандемија COVID-19 имала је далекосежне негативне последице на све секторе привреде, међу које је био и туризам. Може се рећи да је чак први на мети пандемије био туризам. Затварање граница је учинило туристичка путовања немогућим. Преко ноћи авиони су приземљени, железнички, друмски, речни и морски туристички превоз драстично је смањен. Индустрија смештаја доживела је пад попуњености капацитета, пад просечне цене и прихаде по соби.

Међутим, негативни утицај пандемије имао је позитиван утицај на миграције становништва на релацији град-село. У многим развијеним земљама Европе, као што су Аустрија, Француска, Немачка, Шпанија, у којима становништво поседује викендице у руралним срединама, напуштало је велике градове и одлазило у рурална подручја. Слична ситуација је била у Србији.

Сprovedено истраживање је показало пораст броја гостију у сеоском туризму током 2019. године у односу на 2018. годину за 53%. Позитивна тенденција раста настављена је и током 2020. године када је дошло до повећања броја гостију за 37% у поређењу са претходном годином. Током последње године посматраног периода, долази до успоравања раста броја туриста и током ове године забележен је пораст броја гостију од 5% у поређењу са претходном годином. Сprovedено истраживање је показало пораст броја гостију у сеоском туризму у 2021. године у односу на 2018. годину за 118,73%. Највећи број туриста (92%) посетио је регион Шумадије и Западне Србије, затим регион Војводине (6%), док је најмањи проценат посетио регион Јужне и Источне Србије (2%).

Слична тенденција је забележења и у броју остварених ноћења. У поређењу са 2018. годином, током 2019. године остварено је 64% више ноћења гостију у сеоском туризму. Повећање броја ноћења настављена је и током 2020. године када је забележено повећање од 58% у поређењу са претходном годином. Током последње године посматраног периода, остварено је за 25% више ноћења у поређењу са претходном годином. Сprovedено истраживање је показало пораст броја ноћења у сеоском туризму у 2021. године у односу на 2018. годину за 224,74%.

У истраживању је учествовало укупно 29 сеоско-туристичких домаћинстава. Највећи проценат сеоско-туристичких домаћинстава је са подручја региона Шумадије и Западне Србије (76%), затим региона Јужне и Источне Србије (17%), док је најмањи број сеоско-туристичких домаћинстава са подручја региона Војводине (7%). Подаци показују да је највећи број анкетираних домаћинстава основан у 2020. години, њих 7, односно 14 сеоско-туристичких домаћинстава је основано пре пандемије, 15 током пандемије, што указује на позитиван ефекат пандемије на развој руралног туризма.

Истраживање је показало да током пандемије корона вируса 41% сеоско-туристичких домаћинстава забележио је већу потрошњу хране/намирница. Неопходне намирнице производили су самостално или набављали од комшија, док најмањи проценат набављао је намирнице из великих система.

Просечна цена смештаја у посматраним сеоско-туристичким домаћинствима износи 2.000 динара, при чему је најнижа цена 1.000 динара, док је највиша 4.000 динара по особи. Уколико се у обзир узме просечна цена боравка и број остварених ноћења процењени приход од услуга смештаја у руралном туризму у 2018. години је износио 30,07 милиона динара, док у 2021. години ови приходи су износили 97,68 милиона динара, што представља раст од 224,7% у односу на базну 2018. годину. Док највећи број анкетираних сеоско-туристичких домаћинстава је изразио став да је током пандемије имао повећање броја гостију и прихода за око 30% у односу на базну годину.

Резултати спроведеног истраживања су показали да је пандемија имала позитиван утицај на развој руралног туризма, кроз повећање броја гостију и броја ноћења, повећање просечне дужине боравка гостију, повећање производње и потрошње локалне хране и пораст прихода сеоско-туристичких домаћинстава.

## LITERATURA

1. Aleksić, M., Popov Raljić, J., Gajić, T., Blešić, I., Dragosavac, M., Penić, M., & Bugarčić, J. (2022). Factors of Airline Selection and Reflight Intention During the Pandemic/Case of Serbian Airlines Users. *Frontiers in Psychology*, 1-10
2. Anzai, A., Kobayashi, T., Linton, N. M., Kinoshita, R., Hayashi, K. (2020). Assessing the impact of reduced travel on exportation dynamics of novel Coronavirus infection (COVID-19). *Journal of Clinical Medicine*, 9, 2, 1-9.2.
3. Ashley C., & Maxwell S. (2001). *Rethinking Rural Development*. Development. Policy Review, 19 (4), 395-425, London, Blackwell Publishing.
4. Assaf AG, Kock F., & Tsionas M. (2021). Tourism during and after COVID-19: An Expert-Informed Agenda for Future Research. *Journal of Travel Research*, 61, 2, 454-457.3.
5. Arahi, Y. (1994). On the Farm Inns for Japanese Green Tourism. *Journal of Rural Life Studies* 38,3, 3-8.
6. Baron, R.M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51, 6, 1173-1182.4.
7. Blešić, I., Petrović, M., Gajić, T., Tretiakova, T., Vujičić, M., Syromiatnikova, J. (2021). Application of the analytic hierarchy process in the selection of traditional food criteria in Vojvodina (Serbia). *Journal of Ethnic Foods*, 8, 20,5.
8. Božović, T., Blešić, I., Nedeljković Knežević, M., Đeri, L., & Pivac, T. (2021). Resilience of tourism employees to changes caused by COVID-19 pandemic. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 71(2), 181-194.
9. Bouarar, A.C., Mouloudj, K., Mouloudj, S. (2020). The impact of coronavirus on tourism sector -an analytical study. *Journal of Economics and Management*, 20, 1, 323-335.
10. Bowman, C. P. (2020). Coronavirus Moving Study: People Left Big Cities, Temporary Moves Spiked In First 6 Months of COVID-19 Pandemic.
11. Cao, W., Fang, Z., Hou, G., Han, M., Xu, X., Dong, J., & Zheng, J. (2020). The psychological impact of the COVID-19 epidemic on college students in China. *Psychiatry Research*, 281, 1-5.7.
12. Cvijanović, D., Subić, J., & Paraušić, V. (2014). *Poljoprivredna gazdinstva prema ekonomskoj veličini i tipu proizvodnje u Republici Srbiji*, Republički zavod za statistiku.
13. Cvijanović, D., & Gajić, T., (2020). The Level of Engagement of the Female Workforce in the Rural Tourism Development of Serbia. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 2, 1, 36-428.
14. Cvijanović, D., Gajić, T., & Cvijanović, D. (2021). Achieving the Complete Quality of the Rural Gastronomy in Vojvodina. *International Yearbook Faculty of Security Skoplje*, 1, 43-53.
15. Čomić, Lj. (2002) Ruralni turizam u Srbiji - mogućnosti i perspective. *Turizam, Novi Sad*, 6(1), 119-120.

16. Dickinson, J. E., & Robbins, D. (2008). Representations of tourism transport problems in a rural destination. *Tourism Management*, 29(6), 1110-1121.
17. Dimitriadou, E., Bournaris, T., Stavrinoudis, T., Iakovidou, O. (2021). The efficiency score of small accommodation businesses in non-coastal rural areas in Greece. *Sustainability*, 13, 11005.
18. Erokhin, V., & Gao, T. (2020). Impacts of COVID-19 on trade and economic aspects of food security: Evidence from 45 developing countries. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 16, 1-28.13.
19. Fountain, J. (2021). The future of food tourism in a post-COVID-19 world: insights from New Zealand. *Journal of Tourism Futures*, 1-14.
20. Fountain, J., Cradock-Henry, N., Buelow, F., & Rennie, H. (2020). Agrifood Tourism, Rural Resilience, and Recovery In a Postdisaster Context: Insights and Evidence From Kaikōura-hurunui, New Zealand. *Tourism Analysis*, 26(2-3), 135-149.
21. Fotiadis, A., Polyzos, S., Cheng, T. & Huan, T.C. (2021). The good, the bad and the ugly on COVID-19 tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 87, 103117.
22. Fountain, J. (2021). The future of food tourism in a post-COVID-19 world: insights from New Zealand. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
23. Gajić, T., Popov Raljić, J., Čerović, S., Aleksić, M. & Sikimić, V. (2021). Attitude of Employees on the Application and Significance of HACCP System in Rural Tourist Households in Serbia During COVID-19. *Economics of Agriculture*, 68, 929-945.
24. Gajić, T., Petrović, D.M., Blešić, I., Radovanović, M., & Syromjatnikowa, J. (2021a). The Power of Fears in the Travel Decisions: COVID-19 vs. Lack of Money. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.17.
25. Gajić, T., Vukolić, D., Petrović, M., Blešić, I., Zrnić, M., Cvijanović, D., Sekulić, D., Spasojević, A., Obradovi., A., Obradović, M., Savić, I., Jovanović, J., Gajić, M., Lukić, D., & Anđelković, Ž. (2022). Risks in the Role of Co-Creating the Future of Tourism in “Stigmatized” Destinations. *Sustainability* 2022, 14, 1-19, 15530
26. Garibaldi, R., & Pozzi, A. (2020). Gastronomy Tourism and COVID-19: Technologies for Overcoming Current and Future Restrictions. In: *Tourism Facing a Pandemic: from crisis to recovery*, Università degli Studi di Bergamo.
27. Gajic, T., Petrovic, D.M., Radovanovic, M., Tretiakova, T.N. and Syromiatnikova, J.A. (2020). Possibilities of turning passive rural areas into tourist attractions through attained service quality. *European Countryside Journal*, Vol. 12 No. 2, pp. 179-276.
28. Gao, S., Huang, S. and Huang, Y. (2009). Rural tourism development in China. *International journal of tourism research*, 11(5), 439-450.
29. Godinic, D., Obrenovic, B. & Khudaykulov, A. (2020). Effects of economic uncertainty on mental health in the COVID-19 pandemic context: social identity disturbance, job uncertainty and



- psychological well-being model. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 6, 1, 61-74.
30. Gossling, S., Scott, D. & Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19", *Journal of Sustainable Tourism*, 29,1, 1-20.
  31. Gu, H. & Wall, G. (2006). SARS in China: tourism impacts and market rejuvenation. *Tourism Analysis*, 11, 6, 367-379.
  32. Gulan, B. (2019). *Ruralne sredine u Srbiji. Spasavanje sela i države*. Prometej, Novi Sad.
  33. Hasanat, M. W., Hoque, A., Shikha, F. A., Anwar, M., Abdul Hamid, A. B., Tat. H. H. (2020). The impact of coronavirus (Covid-19) on e-business in Malaysia. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3,1, 85-9.
  34. Halstead, I., McKay, R.T., and Lewis, G.J. (2020). COVID-19 and Seasonal Flu Vaccination Hesitancy: Links to Personality and General Intelligence in a Large, UK Cohort. Department of Psychology, Royal Holloway, University of London
  35. Huynh, D.V., Truong, T.T.K., Duong, L.H., Nguyen, N.T., Dao, G.V.H., Dao, C.N. (2021). The COVID-19 Pandemic and Its Impacts on Tourism Business in a Developing City: Insight from Vietnam. *Economies*, 4, 172.20.
  36. Khartishvili, L., Muhar, A., Dax, T. and Khelashvili, I. (2019). Rural tourism in Georgia in transition: Challenges for regional sustainability. *Sustainability*, 11(2), 410
  37. Kim, J., & Lee, J.C (2020). Effects of COVID-19 on preferences for private dining facilities in restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 67-70
  38. Kock, F., Nørfelt, A., Josiassen, A., Assaf, A. G., Tsionas, M. G. (2020).
  39. Understanding the COVID-19 Tourist Psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 85, 103053.
  40. Ko, T. G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach. *Tourism Management*, 26(3), 431-445.
  41. Lane, B. (2009), *Rural Tourism: An Overview*, in *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, (Ed. Tazim Jamal and Mike Robinson), SAGE Publications, pp. 354-370.
  42. Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1), 7-21.
  43. Lee, T. S. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34(1), 37-46.
  44. Liew, V.K.-S. (2020). The effect of novel coronavirus pandemic on tourism share prices. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
  45. Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
  46. Lin, F.Y., and Wang, C.H. (2020). Personality and individual attitudes toward vaccination: a nationally representative survey in the United States. *BMC Public Health*, 20:1759, 2-8

47. Mancilla, C., Ferrada, L.M. (2021). Labour reconversion from the agricultural sector to rural tourism: Analysis of rural areas in Chile. *Sustainability*, 13, 11152
48. Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S. & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.
49. Medojevic, J., Milosavljevic, S., Punisic, M. (2011) Paradigms of rural tourism in Serbia in the function of village revitalisation. *Human Geographies - Journal of Studies and Research in Human Geography*, 5,2, 93-10
50. Министарство трговине, туризма и телекомуникација, 2022.
51. Muhi, B. (2013) Ruralni turizam kao komponenta integralnog i održivog razvoja sela u Vojvodini. *Zbornik Matice srpske za društvene nauke*, 142, 129-137
52. Nair, V., Munikrishnan, U. T., Rajaratnam, S. D., King, N. (2015), Redefining rural tourism in Malaysia: a conceptual perspective, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 23, No. 3, pp. 314-337.
53. Negrusa, A. L.; Cosma, S. A.; Bota, M. (2007), Romanian rural tourism development a case study: rural tourism in Maramures, *International Journal of Business Research*, 7, 4
54. OECD. (1994). *Tourism Strategies and Rural Development*. Paris: OECD.
55. Park, DB., & Yoon, Y-S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study, *Tourism Management*, 30, 99-108.
56. Pina, I. P. A., & Delfa, M. T. D. (2005). Rural tourism demand by type of accommodation. *Tourism Management*, 26(6), 951-959.
57. Santos D. V. A. (2020). The tourism industry and the impact of COVID-19 scenarios and proposals, *Global Journey Consulting*, Madrid
58. Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140.
59. Saxena, G., Clark, G., Oliver, T., & Ilbery, B. (2007). Conceptualizing integrated rural tourism. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 9(4), 347-370
60. Sharpley, R.; Roberts, L. (2004), *Rural Tourism-10 Years On*, *International Journal of Tourism Research*, 6, 119-124.
61. Stukalo, N., Krasnikova, N., Krupskiy, O. and Redko, V. (2018). Fostering Sustainable Tourism in Global Economy. *Revista ESPACIOS*, 42(39)
62. Touat, O., & Tabani, A. (2020). The Corona virus crisis and its implications on the Air transport sector in Algeria a comparative study with some Arab countries. *Les cahiers du CREAD*, 36, 3, 475-499.27.
63. Vaishar, A., & Šťastná, M. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia Preliminary considerations. *Current Issues in Tourism*, 1-5.

64. Wolf, I.D.; Stricker, H.K.; Hagenloh, G. Outcome-focused national park experience management: Transforming participants, promoting social well-being, and fostering place attachment. *J. Sustain. Tour.* 2015, 23, 358–381
65. World Tourism Organization (2021). <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>, (15 December 2021).
66. Jamal, S., & Newbold, K. B. (2020). Factors associated with travel behavior of millennials and older adults: A scoping review. *Sustainability*, 12(19), 8236.
67. Nieminen, K. (2012). Religious tourism-a Finnish perspective. Thesis Masters of Hospitality Management.

# ПРИЛОЗИ

## 7.1. Сlike са Прве радионице 12.12.2022. године



Више информација на линку:  
<https://www.hit-vb.kg.ac.rs/index.php/3839-odrzana-radionica-u-okviru-projekta-unapredjenje-ruralnog-turizma-u-post-covid-periodu>

## 7.2. Сlike са Друге радионице 27.02.2023. године



Више информација на линку:  
<https://www.hit-vb.kg.ac.rs/index.php/3958-odrzana-druga-radionica-u-okviru-projekta-unaprednjenja-ruralnog-turizma-u-post-covid-periodu>

