

РУРАЛНИ ТУРИЗАМ КАО ФАКТОР РЕВИТАЛИЗАЦИЈЕ СЕЛА У ВОЈВОДИНИ – ИЗАЗОВИ И ПРАВЦИ РАЗВОЈА

Б. Мухи¹

Резиме: Рурални туризам је значајна компонента интегралног и одрживог развоја села, као и важан фактор у подстицању развоја локалне пољопривредне и непољопривредне делатности на селу, а такође представља и посебан подстицај запошљавању. У великом броју земаља Европске уније у стратегије развоја регија и руралних подручја увршћен је и рурални туризам, која помаже у задржавању становништва у месту, ствара нова радна места и доприноси друштвено-економском напретку неразвијених и заосталих подручја.

У Војводини скоро половина становника живи у селима и регија располаже изузетним природним и антропогеним ресурсима за развој свих облика руралног туризма. Развој туризма у руралним областима може да одигра битну улогу и у повећању разноликости туристичке понуде у Војводини. У овом раду се указује на значај руралног туризма у функцији ревитализације села, фокусирајући се при том на изазове из окружења и могуће правце развоја у контексту креирања једног препознатљивог туристичког производа и брэнда руралног туризма Војводине, који би се могао афирмисати како на домаћем тако и на међународном тржишту.

Кључне речи: рурални туризам, Војводина, ревитализација, маркетинг

Увод

Рурални туризам је у исто време и стара и нова појава. Интересовање за рекреацију у сеоским пределима почело је да расте већ у XIX веку, као реакција на притисак растуће урбанизације и индустријализације. Термин „сеоски“, односно „рурални“ туризам усвојен је од стране Европске комисије

¹ Мр Бела Мухи, асистент, Универзитет Едуконс, Факултет пословне економије, Војводе Путника бб, 21 202 Сремска Каменица, Србија

за туризам у жељи да се опишу и објасне све туристичке активности у сеоским-руралним подручјима.

Србија, па тако и Војводина има велике потенцијале за развој руралног туризма. Природне лепоте у комбинацији са културом, традицијом, гастрономским специјалитетима и музиком, могу постати препознатљив туристички бренд, који би допринео значајном девизном приходу и поправио имиџ земље.

Међутим тренутно достигнути ниво конкурентности Србије, па тако и Војводине у сфери руралног туризма није нарочито добар, независно од чињенице да за његов развој постоје сви природни, културни и социјални предуслови (природни потенцијали, значајно пољопривредно земљиште, значајан број пољопривредно активног становништва, традиционални приступ пољопривреди, незагађеност тла хемијским супстанцама и могућност производње „здраве хране“, добар потенцијал за развој комплементарних активности као што су шетње, рекреација, лов, риболов, јахање, учествовање у свакодневним пословима сеоских домаћинстава, традиционални локални гастрономски специјалитети и сл.).

Туризам као фактор ревитализације села

Светска Туристичка Организација (*World Tourism Organization - WTO*) на основу детаљних анализа констатује да масовни туризам и рекреационе навике грађана све мање се оријентишу на „туризам под сунцем“, а расте заинтересованост према нетакнутој природи, све више се преферирају природна богатства и културна наслеђа сеоских предела, области изван урбаних средина.

Иако изгледа једноставно дефинисати рурални, односно сеоски туризам као „туризам који се одвија у руралном (сеоском) простору“, ова дефиниција не укључује сложеност активности и различите облике и значења који су развијени у различитим земљама. Према широј дефиницији: „Рурални туризам укључује широк опсег активности, услуга и задовољстава обезбеђених од стране пољопривредника и сељака да би привукли туристе у њихову област у циљу стварања додатног прихода“. Слична дефиниција би била и следећа: „Рурални туризам подразумева и укључује спектар активности, услуга и додатних садржаја које организује сеоско становништво на породичним газдинствима и имањима у циљу привлачења туриста и стварање додатног прихода, поштујући принципе одрживог развоја и очувања природних ресурса.“ (Штетић, 2007)

Основни циљ руралног туризма је, да на основу туристичке потражње сеоском становништву обезбеди додатну зараду и тиме побољша њихов животни стандард и смањи одлажење, пре свега младих из сеоских средина. Циљ примене туристичке политике која се односи на рурални туризам треба да се огледа у поспешивању раста животног стандарда становништва у регионима атрактивним за туристички промет, толико да бар за почетак задовољи њихове основне потребе. Локално становништво треба да буде повезано са туристичким активностима и учествује у правичној расподели економских, друштвених и културних користи које оне стварају, а нарочито у директном и индиректном запошљавању које из њих произлази.

Рурални туризам је реални адут ревитализације многобројних мањих и већих сеоских просторних целина, ако не сасвим замрлих, онда веома успаваних. Развој туризма у овим подручјима може зауставити одлазак младих, јер развој туризма данас значи стварање елементарних услова за један општи, знатно виши заједнички комфор сеоских насеља. У таквим околностима млади људи могу наћи не само економске, него и социо-културне мотиве да наставе живот на породичним огњиштима у средини у којој се општи квалитет живота стварно приближава оном нивоу који се данас у свету сматра неопходним. (Вратуша, 2002)

Србија је земља руралног карактера и спада у ред најаграрнијих земаља Европе. Рурални развој, као једна од области регионалне политике, кључан је инструмент за реструктурирање пољопривредног сектора и требало би да има задатак да усмери и стратешки искористи потенцијал туристички атрактивних села. Имајући у виду изражене економске и друге функције туризма, као и разнолике и високовредне потенцијале просторним планом Републике Србије и њеном економском политиком дата је могућност и одговарајући значај развоју ове делатности. Поред тога, Стратегијом развоја туризма у Србији утврђен је селективни приступ, при чему се рурални туризам третира као приоритетан у оквиру оних видова туризма који су везани за посебна интересовања.

Изазови и могући правци развоја руралног туризма у Србији и Војводини

Појавом урбанизације и индустријализације, а самим тим исцрпљујућег рада, буке, разних загађења, све је више туриста који жуде за подручјима очуване природе, чистог ваздуха, здраве хране. Идеална склоништа за овакве туристе су управо рурална, сеоска предела и салаши - оазе мира, који су раније у Војводини били симболи богатства, плодности и престижа.

Србија, односно Војводина имају изузетно повољне услове за развој туризма на селу. Пре свега, то су посебно повољни услови очуване природе, уз благу климу, чист ваздух, још увек незагађене реке и језера, богату флору и фауну. Боравак у природи пружа туристима могућност за шетње, рекреацију, бављење спортом, могућност лова и риболова, јахања, планинарења, брање шумских плодова и лековитог биља и друге рекреативно-забавне активности у природи. Туристи који за то покажу интересовање могу се укључити и у обављање пољопривредних радова.

Развој туризма у селима Србије, као организована активност, започео је пре нешто више од четврт века. Сами зачеци развоја туризма на селу везани су за спонтани покрет туриста, који су желели да, макар на кратко, побегну из градске, еколошки нарушене средине, и одређено време проведу у природи. У почетку су се овим видом туризма бавила само поједина домаћинства. Временом, подстакнут од стране туристичких организација, односно других државних органа туризам на селу је добио масовнији карактер. У циљу развоја туризма на селу почела су, претежно у брдско-планинским селима, да се оснивају туристичка друштва (Дивићи, Бранковина, Студеница), туристички савези општина (Косјерић, Ивањица, Кнић), а у ову активност укључиле су се и земљорадничке задруге и угоститељско-туристичка привреда. Према информацијама из архива туристичких савеза, крајем осамдесетих година прошлог века, туризмом се у Србији бавило 50 села са близу 3.000 лежаја у 800 домаћинстава.

Развој туристичке делатности у селима Војводине нема дугу традицију, јер се организованији промет туриста на овим просторима почео одвијати од краја 70-их година. Досадашњи развој сеоске туристичке понуде Војводине обележен је некоординираним и несинхронизованим развојем компонената понуде, без усклађивања са другим субјектима. Такав развој формирао је некомплетну и недовољно диференцирану понуду руралног туризма у Покрајини. (Храбовски-Томић, 2004)

Војводина има добар географски положај. Њеном територијом се пружа источноевропски туристички правац, представљен аутопутем Е-75, а трасиране су и друге прометне друмске саобраћајнице, железничке пруге, а пружају се и коридори авионских линија, те се на 70 км од Новог Сада налази и главни аеродром у Србији. Велики значај у Војводини имају и три пловне реке Дунав, Сава и Тиса, а нешто мањи значај Тамиш и Бегеј, као и бројни пловни канали у систему Дунав-Тиса-Дунав, који до сада нису коришћени у туристичке сврхе, али остају као значајан ресурс воденог саобраћаја. Природно-географске карактеристике Војводине су разноврсне и пружају могућности за коришћење ресурса и формирање селективних облика туризма, који су тражени на туристичком тржишту, као што су заштићена природна

добра, пловне путеве, ловне терене, као и аутохтона села која имају остатке традиционалности. Значајна природна занимљивост Војводине је Панонска равница, из које се издижу две планине - Фрушка гора, која је проглашена националним парком и Вршачки брег. Не мање занимљива је и Делиблатска пешчара коју многи зову и „Европска Сахара”. Њен живи песак је умирен пошумљавањем тако да сада постоје услови за формирање рекреативних зона са пријатним амбијентом за одмор.

Један од најважнијих задатака у развоју руралног туризма је едукација сеоских домаћина за бављење овом активношћу. Најпре је потребно, кроз стручну обраду домаћих и страних позитивних искустава у бављењу туризмом на селу, указати сеоским домаћинима на економску оправданост бављења овом делатношћу. Уз то применом агресивног маркетинга и тржишног наступа, пропаганде и информација може да се постави циљ да се јавност наше земље, односно домаћи и страни туристи упознају са изузетним лепотама и могућностима које нуди рурални туризам.

Стратегије развоја руралног туризма и њена реализација нужно мора да се одвија кроз сарадњу не само на нивоу локалних заједница већ и кроз регионалну кооперацију и интеграцију у шире интернационалне програме. Повезивање са националним и међународним асоцијацијама, чија је делатност везана не само за развој руралног туризма већ и за интегрални и одрживи развој у целини, поред тога што омогућава размену информација, искустава и усвајање методологија доприноси ефикаснијем маркетингу. Да би стекао значајну промоцију у региону рурални туризам, треба да примени професионални маркетинг приступ, који би предузеле локалне самоуправе, туристичке организације, невладине организације, приватни сектор итд.

Интересовање за рурални туризам у Војводини – анкетно испитивање

Да би се искористио пун потенцијал руралног туризма и да би се створио одрживи, конкурентни туристички производ руралног туризма неопходно је спровести истраживање тржишта, односно потреба, мотива и преференција потрошача (туриста). На основу ових информација и имајући у виду расположиве ресурсе, рурални туризам се може развијати на одговарајући начин.

Препознавање различитих категорија потенцијалних посетилаца (нпр. породице, старији људи, омладина, активни туристи, туристи са посебним интересовањима итд.) игра кључну улогу у формирању адекватне понуде. Свака од ових категорија посетилаца има различите преференције, интересовања и захтеве, тако да је потребно за сваки од ових сегмената формирати различиту понуду и услуге у оквиру руралног туризма.

Сходно овим констатацијама у даљем тексту се наводи део резултата анкетног испитивања грађана (случајних пролазника у центру Новог Сада). Анкетирано је укупно 80 особа, 44 жена (55%) и 36 мушкараца (45%). Иако се резултати не могу сматрати репрезентативним за целу Покрајину (мали број испитаника и само једна локација) могу се ипак добити квалитативни закључци.

На прво питање у спроведеној анкети - *Да ли бисте отишли на одмор у рурално окружење (село, салаш)?*, које је имало за циљ да укаже да ли би наши суграђани уопште отишли на одмор на село и какво интересовање за овај вид туризма код нас постоји, одговори су били следећи:

- Свакако, редовно – 30 особа (37,5%)
- Можда, повремено – 46 особа (57,5%)
- Никако, не интересује ме – 4 особе (5%)

Податак да би 37,5% испитаника редовно одлазио на одмор у рурално окружење, а чак 57,5% повремено, указује на то да постоји реални потенцијал у тражњи и интересовање за даље развијање овог вида туризма. Из овог се може закључити да су људи свесни значаја и могућности и да су отворени према туристичким садржајима које пружа сеоско окружење.

Табела 1: Табеларни приказ одговора испитаника по питању заинтересованости за одмор на селу
Table 1: Respondents answer on the issue of interest in countryside holiday

	Одговори	У процентима
Свакако, редовно	30	37,5%
Можда, повремено	46	57,5%
Никако, не интересује ме	4	5%
Укупно	80	100%

Фактор мотивације је од изузетне важности при одабиру туристичке дестинације. Свака особа има посебне мотиве, па тако и жеље и захтеве, али то је немогуће евидентирати, стога је одређено шест категорија на основу којих се могло одлучити за једну групу главних мотива. Тако су на питање - *Који би био Ваш главни мотив да се определите за рурални туризам (само један)?*, анкетирани грађани одговорили на следећи начин:

- одмор, тишина, мир – 16 одговора (20%)

- релативно ниске цене – 11 одговора (13,8%)
- физичке активности – 10 одговора (12,5%)
- здрава храна и свеж ваздух – 29 одговора (25%)
- блискост природе, пољопривредних култура и домаћих животиња – 17 одговора (21,3%)
- емотивни разлози, сећања – 6 одговора (7,5%)

Највећи број испитаника се определило за здраву храну и свеж ваздух као главни мотив, што показује да би људи који живе углавном у урбаним срединама радо провели неколико дана у сеоском окружењу, на свежем ваздуху, уз здраву домаћу храну.

Табела 2. Табеларни приказ мотива испитаника у опредељењу за одмором на селу
Table 2 Respondents commitment motive for a holiday in the countryside

	Одговори	У процентима
Одмор, тишина, мир	16	20%
Релативно ниске цене	11	13,8%
Физичке активности	10	12,5%
Здрава храна и свеж ваздух	29	25%
Блискост природе, пољопривредних култура и домаћих животиња	17	21,3%
Емотивни разлози, сећања	6	7,5%
<i>Укупно</i>	<i>80</i>	<i>100%</i>

У спроведеној анкети анализирано је и мишљење испитаника, како процењују природне, културне и друге потенцијале наше регије везане за развој руралног туризма и како гледају на могућности наше средине као руралне туристичке дестинације. Добијени одговори (подаци) указују на то да су анкетирани грађани углавном упознати са овим видом туризма, и то је испољено на следећи начин:

- Не знам, нисам упознат са детаљима – 15 одговора (18,8%)
- Потенцијали су добри – 44 одговора (55%)
- Потенцијали су скромни – 21 одговор (26,3%)

На основу добијених одговора може се закључити да испитаници углавном сматрају да Војводина поседује добре природне, културне и друге ресурсе за развој руралног туризма.

Табела 3: Табеларни приказ мишљења испитаника по питању потенцијала Војводине за развој руралног туризма
 Table 3: Opinion of respondents about the potential of Vojvodina for the development of rural tourism

	Одговори	У процентима
Не знам, нисам упознат са детаљима	15	18,8%
Потенцијали су добри	44	55%
Потенцијали су скромни	21	26,3%
<i>Укупно</i>	<i>80</i>	<i>100%</i>

На питање - *Сматрате ли да постоји шанса да рурални туризам привуче не само домаће него и иностране туристе?*, структура добијених одговора изгледа:

- Да, вероватно – 53 одговора (66,3%)
- Мале су шансе – 22 одговора (27,6%)
- Не – 5 одговора (6,3%)

Резултати указују на чињеницу да су испитаници свесни значаја овог вида туризма у нашем региону и с разлогом сматрају да имамо потенцијала да привучемо интересовање како домаће тако и иностране тражње.

Табела 4: Табеларни приказ мишљења испитаника по питању привлачности руралног туризма Војводине за иностране туристе
 Table 4: Opinion of respondents about the attractiveness of rural tourism for foreign tourists in Vojvodina

	Одговори	У процентима
Да, вероватно	53	66,3%
Мале су шансе	22	27,6%
Не	5	6,3%
<i>Укупно</i>	<i>80</i>	<i>100%</i>

Циљ овог анкетног истраживања је био да се прикаже да ли су и у којој мери испитаници заинтересовани за рурални туризам, као један релативно нови туристички тренд, који је у експанзији у свету, а има предиспозиција за ефикасан развој (па се очекује да ће имати популарност) и код нас. Иако се резултати не могу сматрати потпуно репрезентативним због малог узорка,

могу указати на квалитативане закључке, јер се и на основу малог узорка може закључити да се већи број грађана позитивно односи према руралном туризму и радо би провео одмор у руралном окружењу под условом да су испуњени сви неопходни услови за боравак и смештај. Грађани у руралном туризму виде велики туристички потенцијал Војводине и заинтересовани су за туристичке садржаје у оквиру руралног туризма.

Закључак

У моменту појачане урбанизације и глобализације специфична и аутохтона насеља, која верно осликавају дух и традицију прошлих времена, све више добијају одређени културни значај и атрактивност. Војводина има добре услове за развој руралног туризма захваљујући географском положају, разноликом пејзажу погодном за разне видове рекреације, гастрономији, фолклору, богатој културној баштини. Рурални туризам у Војводини требало би да допринесе очувању сеоске средине и културне баштине, али и да економски мотивише локално становништво да остане на селу. Овакав вид туризма могао би значајно да допринесе заштити природе, али и да омогући средства за опстанак и развој села.

Упркос препознавању важности руралног туризма као могућег средства у развоју руралних простора, али и могућег брэнда на међународном туристичком тржишту, Војводина се налази у почетној фази развоја. Рурални туризам у Војводини логично треба да припада приоритетним тржишним усмерењима. То би требало да буде постављено у само језгро пословања и промотивних и тржишних активности свих туристичких субјеката у Војводини.

Литература

1. Бакић О. (2008): *Маркетинг у туризму*, Факултет за услужни бизнис, Сремска Каменица
2. Disez N. (1999): *Agritourisme: logiques d'acteurs ou logiques de territoires*, Economie rurale, SFER, Paris
3. Храбовски-Томић Е. (2004): *How to achieve sustainable development of rural tourism in Vojvodina?*, 17th Biennial International Congress: Tourism and Hospitality Industry, Оpatija
4. Храбовски-Томић Е. (2008): *Селективни облици туризма*, Факултет за услужни бизнис, Сремска Каменица

5. Ивановић Ј., Пантић М. (2008): *Специфичности села у Србији у контексту туристичког потенцијала*, Институт за архитектуру и урбанизам Србије
6. Јелинчић Д. (2007): *Агротуризам у Европском контексту*, Институт за међународне односе, Загреб
7. Лазић Л. (2007): *Туризам и рурална подручја*, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
8. *Маркетинг стратегија туризма Војводине*, Универзитет Едуцонс, Сремска Каменица, 2009.
9. Мухи Б. (2009): *Примена маркетинга у сеоском туризму Војводине*, Универзитет Едуконс, Факултет Пословне економије, Сремска Каменица
10. Мухи Б. (2009): *Маркетиншки аспекти брендинг стратегије сеоског туризма Војводине*, часопис Туристичко пословање, Висока туристичка школа Београд, број 4.
11. Muhi B. (2010): *Falusi turizmus és vidékfejlesztés – A falusi turizmus szerepe az Európai Unió és hazánk vidékfejlesztési politikájában*, Árgus, Újvidék
12. Ромелић Ј. (2007): *Улога локалне заједнице у руралном туризму*, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад
13. *Rural tourism - Special Length Focus*, Mintel - Europe, august 2003.
14. Ружић П. (2005): *Рурални туризам*, Институт за пољопривреду и туризам, Пореч
15. *Стратегија развоја туризма Републике Србије*, први фазни извештај, Хорват Консалтинг Загреб, Економски Факултет, Београд, 2005.
16. *Стратегија развоја туризма Републике Србије*, други фазни извештај - Стратешки маркетинг план - Хорват Консалтинг Загреб, Економски Факултет Београд, 2006.
17. Штетић С. (2007): *Посебни облици туризма*, Форма Б, Београд
18. Вратуша В., Анастасијевић Н. (2002): *Одрживи развој, уређивање простора и сеоски туризам у Србији на почетку 21. века*, Часопис Департмана за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад, Туризам 6/2002.
19. <http://www.eurogites.com> - Европска федерација за сеоски туризам
20. <http://www.world-tourism.org> - World Tourism Organization - Светска туристичка организација

Примљено: 07.06.2010.

Одобрено: 29.09.2010.

UDC: 338.48-44(1-22)497.113)

**RURAL TOURISM AS A FACTOR OF REVITALIZATION OF
VILLAGE IN VOIVODINA - CHALLENGES AND POSSIBLE
DIRECTIONS OF DEVELOPMENT**

Mr Bela Muhi, teaching assistant,
Faculty of Business Economics, Sremska Kamenica, Serbia

Abstract

Rural tourism is an important component of integrated and sustainable development and revitalization of villages, as well as an important factor in encouraging the development of local agricultural and non-farmer activities in rural areas, and also a special incentive to employment.

In many countries of the European Union rural tourism is included in the development strategies of regions and rural areas. Rural tourism helps maintaining the population in place, creates new jobs, and contributes to socio-economic progress of outstanding areas.

In Voivodina nearly half of the population lives in villages and the region has numerous resources for rural tourism development. Rural tourism can also play an important role in increasing the diversity of the tourist offer in Voivodina.

This work highlights the importance of rural tourism in the function of the revitalization of the village, focusing on the challenges of the environment and the possible directions of development in the context of creating a recognizable tourist product and brand of rural tourism in Voivodina, which could target both domestic and international market.

Key words: rural tourism, Voivodina, revitalization, marketing

Author's Address:

Мр Бела Мухи
Универзитет Едуцонс
Факултет пословне економије
Војводе Путника бб
21202 Сремска Каменица
Србија
е-маил: muhi.bela@gmail.com