



UNIVERZITET U NOVOM SADU
PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET
DEPARTMAN ZA GEOGRAFIJU, TURIZAM I HOTELIJERSTVO

DEFINISANJE POJMOVA RURALNO, RURALNA OBLAST I RURALNI TURIZAM

DEFINISANJE POJMOVA „RURALNO“ I „RURALNA OBLAST“

Država	Kriterijum
Austrija	mesta sa manje od 1000 ljudi, sa gustom naseljenosti manjom od 400 st/km ²
Danska	aglomeracija sa manje od 200 stanovnika
Engleska i Vels	naselja sa manje od 10000 stanovnika
Irska	razlika između ruralnih i urbanih oblasti je postavljena na 100 stanovnika
Italija	naselja sa manje od 10000 stanovnika
Norveška	aglomeracija sa manje od 200 stanovnika
Portugal	parohije sa manje od 10000 stanovnika
Škotska	lokalne oblasti sa manje od 100 st/km ²
Španija	naselja sa manje od 10000 stanovnika
Švajcarska	parohija sa manje od 10000 stanovnika

- **OECD-ova definicija ruralne oblasti:** Na lokalnom nivou, preferira se gustina naseljenosti od 150 osoba po kvadratnom kilometru.
- Na regionalnom nivou, geografske jedinice se grupišu u tri tipa: dominantno ruralno (50%), u značajnoj meri ruralno (15-50%) i dominantno urbanizovane regije (15%).
- **Savet Evrope je uveo pojam „ruralna oblast“** koji ima sledeće karakteristike: potez zemlje u unutrašnjosti ili na obali, koji uključuje manje gradove i sela, gde se glavni deo teritorije koristi za
 - poljoprivredu, šumarstvo, vodoprivredu i ribarstvo
 - ekonomske i kulturne aktivnosti stanovništva te seoske oblasti (zanatstvo, industrija, usluge)
 - neurbanu rekreaciju i slobodne aktivnosti
 - druge svrhe, kao npr. stanovanje

- Struktura seoskih naselja je takođe veoma heterogena- pod selima podrazumevamo ne samo ona najbrojnija sa dominantnom poljoprivrednom funkcijom, već i naselja koja su se afirmisala kao turistička, banjsko-lečilišna, prigradska, periurbana naselja itd.
- Kriterijumi koji određuju selo kao naseljsku kategoriju razlikuju se od jedne zemlje do druge i mogu se svrstati u pet grupa: (1) demografski; (2) fiziološki; (3) funkcionalni; (4) pravno-formalni i (5) kombinovani.
- U našoj zemlji se na bazi statističke klasifikacije gradskim naseljima smatraju naselja sa najmanje 2000 stanovnika i 90% nepoljoprivrednog stanovništva.

GLOBALNI POKAZATELJI RURALNOSTI

- Ruralni prostor u većini zemalja čini oko 80-85%, pa čak i do 95-99% ukupne površine teritorije.
- Više od polovine stanovništva EU živi u ovim oblastima i preko 40% domaćih proizvoda se tamo proizvodi.
- Prostorna distribucija ruralnog stanovništva ukazuje na značajne regionalne razlike- sa 63% ruralne populacije u 2000-oj godini Afrika i Azija, u ostalim regionima/kontinentima je u istom periodu od 23-26%
- Evropska unija- ruralno stanovništvo učestvuje u njenoj ukupnoj populaciji sa 17,5%, (od 3% u Holandiji do približno 67% u Švedskoj).
- Učešće ruralnog stanovništva u ukupnom stanovništvu Republike Srbije je veoma značajno i iznosi 43,60%.

*Populaciona distribucija i učešće ruralnog stanovništva
1975, 2000. i 2030. godine- stanje i projekcija*

	Stanovništvo (u milionima)						% učešće ruralnog stanovništva		
	1975.		2000.		2030.		1975.	2000.	2030.
	Urb.	Rur.	Urb.	Rur.	Urb.	Rur.			
Afrika	102	304	295	498	787	702	75	63	47
Azija	592	1805	1376	2297	2679	2271	75	63	46
Južna Amerika	198	124	391	498	127	608	39	25	15
Evropa	455	221	534	193	540	131	33	27	20
Severna Amerika	180	64	243	71	335	61	26	23	16
Okeanija	15	6	23	8	32	10	28	26	23
Svet	1542	2524	2826	3565	4500	3783	63	55	45

**Populaciona distribucija i učešće ruralnog stanovništva -
Republika Srbija 2002. godine**

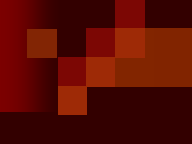
	Gradsko stanovništvo		Ruralno stanovništvo*	
	broj stanovnika	% učešća	broj stanovnika	% učešća
Srbija	4 218 096	56,4	3 261 341	43,6
Vojvodina	1 147 292	56,67	877 195	43,33
Centralna Srbija	3 070 804	56,29	2 384 146	43,71
-Beogradsko područje	1 280 639	81,36	293 411	18,64
- ostali deo Centralne Srbije	1 790 165	46,13	2 090 735	53,87

Ruralne oblasti okrenute ka turizmu i smeštajnim kapacitetima, zasnovane na objektima manjeg obima se karakterišu sledećim:

- mali, porodični objekti
- visoko integrisan identitet i društvena struktura
- visok procenat radne populacije uključene u turizam, neki honorarno zaposleni
- bliske veze između različitih lokalnih poslovnih sektora
- mala i srednja preduzeća koja su se razvila da snabdevaju lokalno tržište (a tu spada i turističko)
- ograničenja u izgradnji i zahtevi za infrastrukturom, značajna kontrola zajednice nad životnom okolinom i upotrebom resursa, a u nekim slučajevima i namerna politika ograničavanja broja turista
- intenzivno korišćenje mogućnosti stanovanja

ŠTA JE RURALNI TURIZAM?- POJMOVNO ODREĐENJE

- širi koncept- ruralni turizam podrazumeva ne samo turizam na seoskim domaćinstvima ili agroturizam, već i određene odmore u prirodi, izlete u seoske predele i boravišni turizam i usluga osim smeštaja uključuje i manifestacije, festivale, rekreaciju, proizvodnju i prodaju ručnih radova, zanatskih proizvoda i poljoprivrednih proizvoda.
- Encyclopedia of Tourism (2000) navodi da je ruralni prostor osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma
- Publikacija Rural Tourism in Europe - Experiences, Development and Perspectives (2004) navodi da se termin “ruralni turizam” koristi u slučajevima kada je ruralna kultura ključna komponenta ponuđenog turističkog proizvoda

- 
- Termin „ruralni turizam“ je prihvaćen od strane Evropske unije
 - odnosi se na sve turističke aktivnosti u ruralnim predelima.
 - Posebni oblici ruralnog turizma: turizam na seoskim domaćinstvima, lovni, ribolovni, ekoturizam, sportsko-rekreativni, rezidencijalni (kuće za odmor), edukativni, gastronomski i etnogastronomski, turizam zaštićenih delova prirode, kulturni turizam, ostali posebni oblici

TERMINOLOGIJA RURALNOG TURIZMA U EVROPSKIM ZEMLJAMA

Termin „ruralni turizam“ ima različita značenja u različitim zemljama.

- U Finskoj- izdavanje vikendica posetiocima i obezbeđivanje usluga ishrane u seoskim predelima.
- U Mađarskoj- postoji poseban termin „village tourism“, koji ukazuje da su u ovu vrstu turizma uključene samo aktivnosti i usluge koje se pružaju u selima.
- U Sloveniji, najvažnji oblik seoskog turizma je turizam na porodičnim farmama, gde gosti borave zajedno sa farmerskom porodicom ili u gostinskoj kući
- U Nizozemskoj, seoski turistički proizvod znači boravak na farmi, sa mnogo aktivnosti kao što su biciklizam, pešačenje ili jahanje konja
- U Grčkoj, seoski turistički proizvod podrazumeva noćenje i doručak, smeštaj u tradicionalno opremljenim sobama i sa tradicionalnim doručkom koji se zasniva na domaćim proizvodima.

ANALIZA POZICIJE I STRUKTURE RURALNOG TURIZMA PREMA KUŠENU

RURALNI TURIZAM														
TURIZAM TEMELJEN NA TRADICIONALNIM VREDNOSTIMA, agroturizam, seoski turizam														
PREDUZETNIČKE USLUGE														
USLUGE GRAĐANA														
SLIČNE VRSTE TURIZMA														
MARITIMNI KUPALIŠNI TURIZAM	GRADSKI TURIZAM	LOVNI TURIZAM	EKO-TURIZAM	ZDRAVSTVENI TURIZAM	SPORTSKO-REKREATIVNI TURIZAM	TURIZAM NACIONALNIH PARKOVA	KULTURNI TURIZAM	VERSKI TURIZAM	OBITELJSKI HOTELI	PANSIONI	KAMPOVI	JELI I PIĆA	USLUGE SOBE, STANOVI I KUĆE ZA IZNAJMLJIVANJE	TURIZAM NA SELJAČKOM GOSPODARSTVU

■ Ključni elementi ruralnog turizma:

- Locirano u ruralnim oblastima
- kontakt sa prirodom, nasleđem, „tradicionalnim“ društvima i „tradicionalnim“ praksama
- Dozvoljava učešće u aktivnostima, tradiciji i načinu života lokalnog stanovništva
- Obezbeđuje personalizovan kontakt
- Ruralno u smislu građevina i naselja - manjeg obima uglavnom
- Tradicionalnog karaktera i povezano sa lokalnim porodicama. Često je u velikoj meri kontrolisano lokalno i razvija se u pravcu dugoročnog dobra određene oblasti
- Različitih vrsta, predstavlja složen šablon ruralne životne sredine, privrede, istorije i lokacije
- Visok procenat prihoda od turizma i koristi ruralnoj zajednici

INDIKATORI ODRŽIVOSTI U RURALNOM TURIZMU

INDIKATOR	MERA
1. Pritisak	- broj posetilaca/turista (godišnje/po sezoni)
2. Društveni pritisak	- odnos broja posetilaca/turista i lokalnog stanovništva (godišnje/po sezoni)
3. Atraktivnost	- lista prirodnih i kulturnih resursa - stepen atraktivnosti prirodnih i kulturnih resursa
4. Planiranje	- postojanje lokalnog/regionalnog plana za razvoj
5. Turističko planiranje	- postojanje lokalnog/regionalnog plana za turistički razvoj

6. Zaštita prostora	<ul style="list-style-type: none">- kategorija zaštite- procenat zaštićene oblasti u odnosu na celu teritoriju destinacije
7. Učešće lokalne zajednice	<ul style="list-style-type: none">- odnos broja turističkih delatnosti koje vodi lokalno stanovništvo i ukupnog broja turističkih delatnosti
8. Kontrola lokalne zajednice	<ul style="list-style-type: none">- postojanje formalnih mera (javno mnjenje, sastanci lokalne zajednice, lokalni referendum) da bi se obezbedila kontrola od strane lokalne zajednice u planiranju razvoja.
9. Zapošljavanje	<ul style="list-style-type: none">- broj poslova u turističkoj delatnosti- odnos zaposlenog lokalnog stanovništva i broja gostujućih radnika
10. Doprinos turizma lokalnoj ekonomiji	<ul style="list-style-type: none">- odnos ukupnog poreza na prihod i poreza na prihod ostvarenog od turizma

11. Ekonomska raznolikost	- udeo različitih ekonomskih aktivnosti u ukupnom porezu na prihod.
12. Potrošnja energije	- odnos obnovljivih energetske izvora i neobnovljivih izvora energije (potrošnja)
13. Menadžment sušnih oblasti	- procenat domaćinstava sa odgovarajućim sistemom za odvod vode - način obrađivanja zemlje
14. Obrazovanje i vežbanje	- procenat lokalnog stanovništva uključenog u turizam nakon profesionalne edukacije i treninga - raspodela zaposlenih u turizmu na osnovu obrazovanja - procenat zaposlenih u turizmu (i lokalnog stanovništva) koji su učestvovali u obuci za posao u datom vremenskom periodu
15. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva	- opšte shvatanje lokalne zajednice o uticajima turizma
16. Zadovoljstvo turista	- opšte zadovoljstvo turista u odnosu na kvalitet i odnos vrednost/cena složenog turističkog proizvoda. - Procenat ponovljenih poseta u poređenju sa brojem prvih poseta.

Ruralni turizam EU

- Današnje tržište ruralnog turizma Evrope: 200000 smeštajnih objekata sa kapacitetom od 2 miliona ležajeva
- Najveća receptivna kao i emitivna tržišta ruralnog turizma su Francuska, Nemačka, Austrija, Velika Britanija i Italija, koje zajedno čine preko 77% ukupnog tržišta ruralnog turizma u Evropi.
- smeštaj na farmama, u privatnim seoskim kućama i u malim porodičnim pansionima i hotelima privlači direktnu godišnju turističku potrošnju od oko 12 milijardi evra. Uključujući lokalno dodatu vrednost i multiplikativne efekte, taj iznos dostiže 26 milijardi evra u korist evropske seoske privrede.
- Broj direktno i indirektno zaposlenih se procenjuje na 500.000
- Ukoliko se uključe dnevne posete, ukupan uticaj seoskog turizma u evropskim seoskim područjima 65 milijardi evra

Ruralni turizam Srbije


- Razvoj turističke delatnosti u selima Srbije od 70-ih godina prošlog veka.
- u početku nije bio praćen adekvatnim stimulativnim merama, nije mu pridavan odgovarajući značaj
- osnivanje turistička društva (Devići, Brankovina, Studenica), turistički savezi opština (Kosjerić, Ivanjica, Knić)
- Godine 2006. prema podacima Turističke organizacije Srbije u Srbiji je organizovan turistički promet u ruralnom turizmu u 18 opština. Registrovano je 140 domaćinstava sa oko 750 ležajeva u 44 sela
- Prosečno u okviru ruralnog turizma u Srbiji se odvija 408580 noćenja, odnosno oko 6,2% od ukupnog broja noćenja u Srbiji.
- Domaći posetioци čine skoro 100% svih posetilaca ruralnog turizma u Srbiji
- cena smeštaja- 15 eura, prosečna zarada ruralnog turizma oko 6200000 eura.
- Prema proceni autora Strategije razvoja turizma u Srbiji do 2015. godine, ruralni turizam u Srbiji će u 2015. godini obuhvatati 6,6% ukupnog broja turističkih noćenja, sa procenom tržišnog potencijala od milion noćenja u okviru ruralnog turizma, a udeo stranih gostiju u ukupnom broju noćenja, činiće 15%.

Ruralni turizam Vojvodine

- Osnovne karakteristike dosadašnjeg razvoja ruralnog turizma Vojvodine- područje sa značajnim resursima, ali bez dovoljno tradicije u razvoju ovog vida turizma.
- Turistički proizvod u ruralnom turizmu Vojvodine može biti značajan predmet turističke tražnje:
 - ❖ salaši
 - ❖ turistička sela
 - ❖ seoska arhitektura
 - ❖ etno kuće
 - ❖ seoske turističke manifestacije.

KLJUČNI PRINCIPI STRATEGIJE TURISTIČKOG RAZVOJA RURALNOG TURIZMA VOJVODINE

- ***Integrativan pristup u stvaranju turističkog proizvoda*** (udruživanje- lokalna vlast, nevladine organizacije, turističke organizacije, ekološki pokreti, privatni preduzetnici).
- ***Komplementarni nastup svih delatnosti od interesa za turizam*** (poljoprivreda, stari zanati, saobraćaj, i druge usluge).
- ***Turistička ponuda mora biti sadržajna*** (raznovrsna, bogata i prilagođena različitim segmentima turista)

- 
- ***Autentičnost seoske sredine*** (princip autentičnosti- izgled naselja, život lokalnog stanovništva, negovanje tradicije)
 - ***Održivost životne sredine.*** (uzimati u obzir kapacitete mesta i njegov fizički, prirodni i kulturni limit; izraditi indikatore, uključiti turiste)
 - ***Efikasan marketing*** (web portal ukupne ruralne tur. Ponude, obuka domaćina-internet, lokalni informativni centri)

- **Obezbeđivanje finansijske pomoći i davanje podsticajnih sredstava za razvoj ruralnog turizma u Vojvodini.** (Ministarstvo poljoprivrede, međunarodne agencije)
- **Koordinacija (lokalna vlast, državni sektor, agencije za razvoj turizma) i kooperacija (udruženja seoskih domaćina)**
- **Edukacija i osposobljavanje.** (svi akteri i svi elementi)
- **Standardizacija i kategorizacija.** (mali broj objekata kategorisan, izvršiti registraciju, napraviti oznake, pratiti promet)

