



**KVALITET USLUGA U RURALNOM
TURIZMU**

DESTINACIJE SEOSKOG TURIZMA

- OBLASTI POSEBNO IDENTIFIKOVANE
- GRUPE NASELJA
- MALE REGIJE



KVALITET U RURALNOM TURIZMU

- Sa kim se borimo?
- Za šta se borimo?



- Tržište
- Kvalitet

SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA



**SU BUDUĆNOST
RAZVOJA**

ŠTA IH ČINI SPECIFIČNIM

- UNIKATNOST
- AUTENTIČNOST
- UKLJUČIVANJE LOKALNE ZAJEDNICE

DESTINACIJE RURALNOG TURIZMA U SRBIJI

- VOJVODINA
- ISTOČNA SRBIJA
- ZAPADNA SRBIJA
- CENTRALNA SRBIJA
- JUŽNA SRBIJA



KVALITET

- **Cilj ovakvog pristupa je da turisti budu zadovoljni boravkom u destinaciji, a nakon povratka da promovišu te proizvode i usluge svojim prijateljima i rodbini**

ULOGA MENADŽMENT KVALITETA

- **Briga o turistima**
- **Kvalitetne komunikacije**
- **Edukacija**
- **Znanje i veštine**
- **Motivacija**

SEOSKA NASELJA U SRBIJI

- Ruralno područje Srbije - 90% teritorije
- 43% ukupnog stanovništva
- 42% domaćinstava.

POTRAGA ZA KVALITETOM

- Najznačajniji element u poslovanju turističke privrede
- Integracija kvaliteta u turizmu:
 - *planiranje*
 - *upravljanje*
 - *procena turističkog proizvoda*

USPOSTAVLJANJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA

- **Kvalitet u srcu svega**
- **Kvalitet ključni princip**
- **Izuzetan kvalitet**

CILJEVI STRATEGIJE RURALNOG TURIZMA

- održavanje i povećanje dostupnosti i kvaliteta zapošljavanja u preduzećima ruralnog turizma
- obezbeđivanje visokog kvaliteta očekivanja posetilaca u seoskoj sredini
- održavanje i poboljšanje kvaliteta ruralne sredine
- širenje koristi koju donosi turizam kroz ruralne zajednice

INTEGRISANI MENADŽMENT KVALITETA U RURALNOM TURIZMU

- *Zadovoljstvo turiste*
- *Zadovoljstvo lokalne turističke industrije - procena kvaliteta poslova i karijera zaposlenih, kao i dobrobit lokalnih turističkih preduzeća*
- *Kvalitet života lokalnog stanovništva – brine se za dobrobit stanovništva kao i stalno istraživanje o tome šta stanovništvo misli o razvoju turizma u destinaciji ruralnog turizma i efektima od turizma*
- *ekološki kvalitet – iznosi pozitivne i negativne uticaje turizma na okolinu, t.j. prirodu destinacije ruralnog turizma, antropogene elemente i kulturu*

POBOLJŠANJE KVALITETA

- marketing i komunikacije
- dobrodošlice, orijentacije i informacije pružene posetiocu
- smeštaj
- lokalne proizvodnje i gastronomije
- turističke atrakcije i manifestacije
- rekreacija
- životne sredina i infrastruktura

GLAVNI PRINCIPI IQM

- Integracija
- Autentičnost
- Osobenost
- Tržišni realizam
- Održivost
- Orijehtacija prema potrošačima
- Sveobuhvatnost
- Pažnja posvećena detaljima
- Racionalizacija
- Partnerstvo



Glavni principi integrisanog menadžmenta kvaliteta

1. Integracija	briga za kvalitetom i menadžment tehnikama čiji je cilj njegovo postizanje i koji bi trebao biti integrisan u sve turističke funkcije destinacije
2. Autentičnost	posetioци traže i cene pravo iskustvo. Kvalitet turističkog iskustva ne treba da bude potcenjen ili fabrikovan
3. Osobenost	postizanje kvaliteta treba da se bavi uvođenjem specijalnih, osobenih karakteristika u jednu destinaciju
4. Tržišni realizam	menadžment kvaliteta treba da se bazira na informisanoj i realističnoj proceni potencijala koju neka oblast ima na tržištu, na taj način identifikujući prednosti i osiguravajući da se iste ne istroše
5. Održivost	ruralni predeli često imaju krhke pozicije i male zajednice podložne saobraćajnim problemima. Međutim, posetioци sve više traže neiskvarene predele- proces uspostavljanja kvaliteta mora se pozabaviti upravljanjem uticaja turizma

6. Orijentacija ka potrošačima	menadžment kvaliteta se bavi približavanjem posetiocu, razumevanjem njihovih potreba i utvrđivanjem da li su se one uopšte zadovoljile
7. Sveobuhvatnost	kvalitet ne treba da se primeni samo na nekolicinu-dobro iskustvo se mora obezbediti svim posetiocima, posebno onim sa posebnim potrebama
8. Pažnja posvećena detaljima	budite kreativni, ali takođe obratite pažnju na detalje-obebedite dovoljno informacija, proverite ponudu, obebedite dodatne usluge
9. Racionalizacija	mali broj dobrih inicijativa je bolji nego mnogo loših. Aktivnosti koje su lošeg kvaliteta treba da nestanu ili da se kombinuju u jači, održivi proizvod
10. Partnerstvo	dobro je sarađivati, a partnerstvo je neophodno za uspeh. Kvalitet se ne može postići kao solo projekat-turistička preduzeća/organizacije i grupe zajednica treba da rade zajedno



**SVI DELOVI PROIZVODA
MORAJU ZADOVOLJAVATI
KRITERIJUM KVALITETA**

PRENOŠENJE PRECIZNE SLIKE KVALITETA I IDENTITETA

- **Komunikacija**
- **Prezentacija**
- **Kvalitetna slika destinacije**
- **Objedinjavanje kroz zajedničku kampanju**

INFORMISANOST

- **STVARANJE KVALITETNOG ISKUSTVA**
- **PRAVA INFORMACIJA SE MORA OBEZBEDITI ONDA KADA JE POTREBNA I GDE JE POTREBNA**

DOČEK

- Poređenje stvarnog sa očekivanim
- Dobrodošlica
- Kvalitet je često povezan za efektivnost i vrednost više nego za izgled

TURISTIČKI INFORMATIVNI CENTRI

- **Suštinska veza između turiste i destinacije**
- **Oni su lice i srce destinacije**
- **Kvalitet usluga direktno povezan sa kvalitetom boravka**

Problemi

- Označavanje prostora i nedostatak putokaza
- Zakonska regulativa



SMEŠTAJ

- Širok asortiman
- Dijapazon cena
- Odredjeni stepen udobnosti i kvaliteta
- Smeštaj u autentičnom objektu i netaknutoj prirodi

IDENTIFIKACIJA STANDARDA KVALITETA

PRECIZNE INFORMACIJE I MOGUĆNOST IZBORA

- **AGROTURIZAM (SEOSKA ATMOSFERA)**
- **SEOSKA DOMAĆINSTVA (imanja) – kvalitet iskustva**
- **KAMPOVI – pitanje ekološkog uticaja**
- **RURALNI HOTELI – posebni standardi kvaliteta**

KVALITET PROIZVODA LOKALNE ZAJEDNICE

- **LOKALNI PROIZVODI (suveniri, stari zanati ...)**
- **GASTRONOMSKA PONUDA**

POVEĆANJE KVALITETA

- **Stvaranje specijalnih grupa (proizvođači mleka, proizvođači mesa...)**
- **Stvaranje grupa za kontrolu kvaliteta (svih delova lanca usluge)**
- **Stavljanje oznake kvaliteta**

Kvalitet turističkog proizvoda:

- **Kvalitet vazduha**
- **Kvalitet lokalne životne sredine**
- **Komunikacija koja prethodi dolasku**
- **Pristupačnost**
- **Transport**
- **Smeštaj**
- **Informacije**
- **Hrana i piće**
- **Aktivnosti**
- **Kvalitet vode za kupanje**
- **Vrednost za novac (VFM)**

IDENTIFIKACIJA PROBLEMATIČNIH OBLASTI

- *Kvalitet komunikacija pre dolaska u destinaciju ruralnog turizma*
- *Kvalitet lokalne okoline*
- *Kvalitet pristupačnosti destinacije ruralnog turizma*
- *Kvalitet dobrodošlice*
- *Kvalitet informacija*
- *Podrška lokalnoj turističkoj industriji*

ODNOS DOMAĆIN-GOST U RURALNOM TURIZMU

- INTERPERSONALNI ODNOSI
- VOLJNA KRETANJA
- OGRANIČAVANJE SLOBODA