

KUD 338.48

RURALNI RAZVOJ AGROTURIZMA – TEORIJSKI PRISTUP

MSc Emin Neziraj

Apsrtakt

Autor analiziraa aktuelni problem ruralnog razvoja i agroturizma. Polazna hipoteza autora je da agroturizam usmerava ukupan agrokompleks ka održivom razvoju. Termin agroturizam upućuje na neraskidivu međuzavisnost između turiz i poljoprivrede. Autor posebno koncipiraju mesto agroturizma u konceptu ruralnog razvoja, kao i mesto agroturizma u konceptu privrednog razvoja. Razmatra se, takođe, i veza agroturizma i regionalnog razvoja. Posebno se ističu ekonomski efekti agroturizma.

Gljučne reči: ruralni razvoj, agroturizam, poljoprivreda, privredni razvoj, regionalni razvoj, ekonomski efekti.

Absrtakt

Author analyzed the current issue of rural development and agro-tourism. The starting hypothesis is that by the total agricultural complex agro directed towards sustainable development. The term agro tourism refers to unbreakable interdependence of tourism between and agriculture. The author particularly conceptualize place in the concept of agro-rural development, agro-tourism and a place in the concept of economic development. Is considered also a link agro tourism and regional development. Particular note are the agro-economic effects.

Keywords: rural development, rural tourism, agriculture, economic development, regional development, economic effects.

UVOD

Turizam kao masovna pojava i jedna od vodećih delatnosti u svetu (po broju učesnika i ostvarenom prometu na globalnom nivou, turizam je na trećem mestu) ekonomskim interesima u direktnoj i indirektnoj je korelaciji sa poljoprivredom.

Shodno statističkim podacima, prihodi od inostranog turizma u svetu 2006. godine iznosili su 735.000.000.000 američkih dolara, što preračunato iznosi 1.304.109.500 američkih dolara dnevno. Turizam je delatnost koja danas zapošljava 260.000.000 ljudi. Od 100 zaposlenih uopšte, od turizma u

=====

Francuskoj živi 6 ljudi, u Portugalu i Austriji po 7, Švajcarskoj 9, Španiji 11, Grčkoj 12 i Austriji 15. Analitičari turizma predviđaju da će 2030. godine udeo onih koji kao turisti putuju u strane zemlje u odnosu na ukupan broj svetskog stanovništva dostići 14,1%, što teško može zabeležiti bilo koja druga delatnost¹.

Sa aspekta zdrave ishrane i zdrave prirodne sredine, tj. iskonske životne potrebe, preko zdravlja ljudi, može se reći, da je turizam životno zavistan od poljoprivrede, mada, s druge strane, direktno ili indirektno podstiče prosperitet poljoprivrede.

Sam termin–agroturizam-upućuje na neraskidivu međuzavisnost turizma i poljoprivrede, bez obzira da li je ona organizovana po monofunkcionalnom ili profitnom modelu. Samo značenje pojma – agroturizam- može se tumačiti na više načina. Može se reći, da agroturizam predstavlja vid turizma usmeren na suštinska pitanja, zdravu ishranu turista i boravak u zdravoj sredini, kroz integralni razvoj poljoprivrede, uvažavajući aspekte održivosti.

Multifunkcionalnost i integralni razvoj poljoprivrede s jedne, i heterogenost zahteva ili želja, s druge strane (strane turizma), uz implementaciju principa antropocentrizma i ekocentrizma, čine njihovu povezanost veoma kompleksnom.

Interdisciplinarna analiza međuzavisnosti ove dve delatnosti (više turizma od poljoprivrede) profilise agroturizam kao citadelu ukupnog turizma, koja ima bazu u poljoprivredi. **Agroturizam usmerava ukupan agrokompleks ka održivom razvoju**, proizvodnji zdrave hrane i njen plasman na tržištu. Ne podstiče i podržava samo orijentaciju turističkih aktivnosti ka izvornom značenju pojma »agro« (grč. agros; lat. ager), već održivom integralnom razvoju sa primarnom poljoprivredom u središtu.

Indirektno preko koncepta integralnog razvoja poljoprivrede turizam se susreće sa nizom delatnosti povezanih sa agrobiznisom. Kompatibilnost i integrativnost kulturnih i zdravstvenih vrednosti potrebnih pojedincima (turistima, posetiocima) čine aksiom ponude u zdravim ruralnim područjima sa organizovanom ponudom. Dalje, kompatibilnost i integrativnost prirodnih i antropogenih vrednosti ruralnih sredina i turizma sa svim njegovim specifičnostima (turistička tražnja, motivi, potrebe, preferencije, indiferentnosti, doživljaji i sl.) upućuju na nužnost izučavanja svih funkcija turizma, prvenstveno društvenih i ekonomskih.

Mesto agroturizma u konceptu ruralnog razvoja

Ruralni razvoj je deo koncepta **nove razvojne filozofije EU**, koja je uveliko zaživela u ovoj moćnoj regionalnoj integraciji. Budućnost agrarnog sektora usko je povezana sa balansiranim razvojem ruralnih područja, koja

zauzimaju oko 80% evropske teritorije, kao i dominantno učešće u Republici Kosovo. U Nacionalnom programu za integraciju Republike Kosovo u EU, koga je usvojila Vlada (2008), ističe se deo podnazivom: Poljoprivreda i ruralni razvoj, što govori o našem jasnom opredelenju kako za ove integracije, tako i za ovaj koncept. Potrebno je, stoga, i nešto konkretno učiniti. „**Neoruralizam**“ se javlja u EU u periodu 60-ih godina i prve polovine 70-ih godina prošlog veka, kao reakcija na dotadašnje tretiranje i nepovoljan položaj poljoprivrede i ruralnih regiona u konceptu industrijskog razvoja zemalja. Pokazalo se, kao što se i kod nas pokazuje, da je nužan novi, drugačiji pristup razvoju privrede i poljoprivrede (kao višefunkcionalne delatnosti) i ruralnim sredinama (kao regionalnim centrima privrednog razvoja). To je postignuto usvajanjem Agende 2000 iz 1999. godine, kojom je u EU i zvanično usvojen koncept integralnog ruralnog razvoja.

Agenda 2000 je najznačajniji reformski dokument zajedničke agrarne politike (CAP) EU, kojim je reformisana dotadašnja agrarna politika u politiku ruralnog razvoja. Ovaj dokument predstavlja novi evropski pogled na budućnost ruralnog razvoja. Na ovaj način promovisan je u EU novi evropski koncept multifunkcionalne poljoprivrede. **Multifunkcionalna poljoprivreda** podrazumeva akcije koje nisu usmerene jedino na povećanje proizvodnje i bavljenje poljoprivredom, nego i na ostale koristi života na selu, kao što su: **(1)** korist od očuvanja okoline (biodiverzitet, zaštita od poplava, erozije, očuvanja prirodnih pejzaža...); **(2)** korist od obezbeđivanja prehrambene sigurnosti u ruralnim područjima; **(3)** razvoj ruralnih područja (obezbeđivanje zaposlenosti i povezivanje poljoprivrede sa ostalim sektorima); **(4)** socijalno – ekonomska korist (očuvanje tradicionalnih seoskih vrednosti, kulturnog nasleđa, promovisanje tradicionalne gastronomije, itsl.). Reč je, naime, o prelazu od "poljoprivrede radi proizvodnje" (agriculture of production) na "poljoprivredu radi zaštite" (agriculture of protection) (PEJANOVIĆ, R., NJEGOVAN, Z.2009:95).

Tabela 1. Stupnjevi produbljivanja regionalne integracije

Dubina integracije	Trgovinska liberalizacija	Zajednička trgovinska politika	Sloboda kretanja faktora proizvodnje	Zajednička monetarna i fiskalna politika	Zajednička vlada
Sporazumi o slobodnoj trgovini	+				
Carinska unija	+	+			
Zajedničko tržište	+	+	+		
Ekonomska unija	+	+	+	+	
Plitička unija	+	+	+	+	+

Izvor: Shadeva 2009, str. 234.

Razvoj regionalne integracije na zapadnom Balkanu, mogao bi se odvijati u tri osnovna pravca:

- Jačanje formalnih vidova bilateralne i multilateralne saradnje preko državnih administracija;
- Formalna i neformalna saradnja, na osnovu konvergencije političkih režima), ekonomskih politika i bezbednosnih aranžmana; i
- Pasivna integracija kroz učešće u evropskim strukturama i politikama (Hettne 1997, str.35).

Multifunkcionalnost (multiaktivnost) je ključna reč **nove agrarne i ruralne politike EU**, koja se često povezuje sa sintagmom "**seoski razvoj**". Poljoprivredne delatnosti u ovom kontekstu nisu povezane samo sa obradom zemlje i proizvodnjom hrane, nego i sa upravljanjem životnom sredinom, kao i pružanjem usluga lokalnoj zajednici i čitavom društvu. U svom osnovnom značenju ovo nije novi koncept, budući da je poljoprivreda i pre imala multifunkcionalnu ulogu u privrednom i društvenom razvoju, ali su se uslovi danas prilično izmenili.

Prisutna je široka rasprava o novim zadacima koje poljoprivredna gazdinstva treba da obavljaju za društvo i u tom smislu ističe se značaj analize multifunkcionalnosti. Jedno od tumačenja multifunkcionalnosti polazi od postojanja brojnih proizvodnih i neproizvodnih outputa koje proizvodi poljoprivreda, koji se mogu vrednovati na postojećim tržištima ili pak ne podležu tržišnim mehanizmima. Multifunkcionalnost protumačena na ovaj način nije specifična samo za poljoprivredu, već je svojstvo i drugih privrednih delatnosti i može se nazvati "pozitivnim" konceptom multifunkcionalnosti (OECD, 2001). "Normativni" pristup tumačenja multifunkcionalnosti temelji se na brojnim funkcijama poljoprivrede, ne samo u proizvodnom procesu, već i na drugim funkcijama koje izviru iz nje same i koje joj društvo poveri. Naime, tokom poslednjih decenija, u razvijenim evropskim državama pojavili su se brojni preduzetnici koji su započeli poljoprivrednu delatnost, a postepeno uveli i nove profitabilne nepoljoprivredne delatnosti. Brojni su primeri takvog "**seoskog preduzetništva**", koji pokazuju da je koncept multifunkcionalnosti strogo vezan za prisutnost poljoprivrednih i nepoljoprivrednih delatnosti unutar istog gazdinstva, gde postoji zajedničko korišćenje istih resursa. U ovom slučaju multifunkcionalnost poljoprivrede predstavlja mnogo više od mogućnosti ostvarivanja dodatnog prihoda (PEJANOVIĆ, R., NJEGOVAN, Z.2009:88). U suštini, radi se o **novom organizacionom obliku preduzetništva**, koji povezuje (udružuje) poljoprivrednu proizvodnju sa drugim delatnostima, kao što su: turizam, prehrambena industrija, trgovina,

=====

proizvodno i uslužno zanatstvo, zadrugarstvo različitog tipa, obrazovanje, usluge, kultura, zdravstvo, čuvanje krajolika i životne sredine, izdavanje u najam zemljišta i kuća za stanovanje i druge profitabilne aktivnosti. Pri tome, seosko preduzetništvo ne mora da bude locirano samo u seoskim područjima (primarnim seoskim naseljima, centrima sela ili centrima zajednice sela), već nalazi svoju primenu i blizu većih gradskih naselja, gde postoji potencijalna tražnja za poljoprivrednoprehrambenim proizvodima, kao i za aktivnostima koje uključuju rekreaciju, rehabilitaciju ili brigu o "žrtvama" socijalne patologije urbanih sredina.

Multifunkcionalna poljoprivreda otvara put razvoja sela, kao i malih poljoprivrednih i porodičnih gazdinstava, za revitalizaciju salaša u ravničarskom području (posebnost Vojvodine), kao i za razvoj u brdsko-planinskim područjima. Iskustva razvijenih zemalja pokazuju da stepen i karakter **državne podrške** predstavlja presudan faktor u razvoju sektora malih i srednjih preduzeća, proizvodnje i prehrambene industrije na selu. Njihovo funkcionisanje doprineće racionalnijem korišćenju prirodnih potencijala, suzbijanju prekomerne koncentracije privrede u gradovima, zaustavljanju negativnih migracionih kretanja i oživljavanju i razvoju sela. Potrebno je, takođe, **negovati preduzetnički duh i podsticati preduzetnički mentalitet** na našim prostorima.

Agroturizam u konceptu privrednog razvoja

Agroturizam je, dakle, deo koncepta multifunkcionalne poljoprivrede, odnosno šire gledano koncepta integralnog ruralnog razvoja. Agroturizam je, pre svega, deo turističke delatnosti, koja obuhvata ukupnost odnosa i poslova vezanih za putovanja i privremeni boravak ljudi izvan njihovog prebivališta, radi odmora, razonode i sl.

Turizam može biti: letovališni, seoski, lovni, zdravstveni, zabavni, kulturni, sportski, izletnički, boravišni; sezonski i vansezonski; domaći, inostrani i pogranični; individualni i kolektivni, i tome slično. Turizam je važan za lokalnu i nacionalnu ekonomiju, jer donosi prihode od turista (ČEROVIĆ, S 2002: 23)..

Oksfordskom rečniku znači: zadovoljstvo od putovanja, sa zadržavanjem u raznim mestima. Turista je osoba koja preduzima takva putovanja. Razvoj turizma (i agroturizma) dovodi do brzog unapređenja svih delatnosti koje su sa njim povezane (promet, industrija, poljoprivreda, komunalne službe, kulturne ustanove, domaća radinost, ugostiteljstvo). Turizam je posebno važan za zapošljavanje stanovništva. Zato sve zemlje, naročito one koje za razvoj turizma imaju povoljne prirodne uslove (kao Srbija), osnivaju posebne organizacije (obrazovne, turističke, i sl.) i agencije koje se brinu o unapređenju turizma. Prati se, kontinuirano, turistička tražnja,

=====

turistička ponuda, turistička politika, sprovode naučna istraživanja i ispitivanja turističkog tržišta, radi stalnog unapređenja turizma, predviđanja kretanja i realnih očekivanja. Zadržaćemo se, ukratko, na osnovnim pitanjima (agro)turizma.

Turistička destinacija je definisana prostorna celina koja poseduje kapacitet za boravak turista, ali i privlačnu moć za njih. Sadržaj svake turističke destinacije bi trebalo da bude što više prilagođen zahtevima i potrebama turista za upotrebnim i estetskim vrednostima. Stvaranje ponude turističke destinacije polazi od sagledavanja i analize prednosti i slabosti svake destinacije, što je, takođe posao za našeg menadžera agroturizma. Sagledavanje prirodnih atrakcija, kao što su: ruralni ambijent, reke, jezera, izvori, pećine, planine, salaši, pogodnost klime, raznovrsnost flore i faune, omogućava procenu prednosti i slabosti turističke destinacije (ČEROVIĆ, S 2002: 23). Turističke destinacije imaju, naime, svoje kulturne, prirodne, demografske, privredne, arhitektonske specifičnosti.

Atraktivnost pojedinih destinacija zavisi, međutim, i od društvenih potencijala za razvoj turizma, kao što su život, običaji stanovništva, folklor, ali i razvijenost i stabilnost privrede, kulture, nauke, sporta i obrazovanja. Turistička ponuda je količina turističkih dobara koja se želi plasirati, uz određeno stanje cena na domaćem tržištu, odnosno uz različite devizne cene na inostranom tržištu.

Turistička dobra se sastoje, pre svega, od turističkih usluga u koje su uključene različite vrste robe i specifična dobra jedne zemlje, a čine ih ekološki očuvana priroda, kulturnoistorijska baština, sigurnost političkog i društveno-ekonomskog sistema, infrastruktura (putevi, ugostiteljstvo, trgovina, zanatstvo, zdravstvo, putničke agencije, komunalne delatnosti, nauka i ostalo), kojima se stvaraju uslovi za podmirenje turističke tražnje. Većina segmenata turističke ponude je neprenosiva, neumnoživa i nepotrošiva i tek u turizmu dobija tržišnu valorizaciju (npr. klima, priroda, kulturna baština). Turistička tražnja je količina turističkih dobara, usluga i roba koju su turisti skloni prihvatiti uz određeni nivo cena. Osnovu za definisanje turističke tražnje predstavlja kombinacija turističkih potreba za putovanjem, odmorom, upoznavanjem novih krajeva, ljudi i komunikacijom. Pretvaranje potreba u stvarnu turističku tražnju moguće je tek kada se upotpuni efektivnom kupovnom moći stanovništva, kao presudnom prepostavkom uključivanja na turističko tržište. Osnovne karakteristike turističke tražnje su: sezonski karakter i visok nivo njene elastičnosti, čiji su uzroci često vanekonomske. Od ekonomskih kriterijuma tražnja najviše zavisi od: raspoloživog prihoda pojedinca i domaćinstva, cena turističkih usluga, turističkog marketinga, kao i od individualnih razloga, odnosno želja i preferencija čoveka, zadovoljenja i ispunjenja očekivanja, i sl.

=====

Turističko tržište je, dakle, posebna oblast za čije poznavanje, praćenje i analiziranje je potrebna posebna struka kakav je npr. menadžer agroturizma i ruralnog razvoja. Reč je o tržištu posebne vrste (sui generis) ne po svojim konstitutivnim elementima (subjekti, ponuda, tražnja, objekti razmene – usluge i cene) već po međudejstvu ovih elemenata iz kojih proizilaze brojne specifičnosti (npr. veoma velika heterogenost tražnje, njena izražena elastičnost na promene u cenama, dohotku i promociju, mobilnost, izražena heterogenost ponude i njena krutost, sezonski karakter poslovanja, i druge karakteristike: poklapanje procesa proizvodnje i potrošnje, nemogućnost lagerovanja, prodaja proizvoda unapred i sl.). Turistički marketing je značajna aktivnost u okviru turističkog tržišta. Zadatak marketinga u turizmu, koji sve više dobija na značaju, je stvaranje i održavanje konkurentskih prednosti turističkih preduzeća, organizacija, agencija, kao i turizma kao privredne grane. Turistička politika treba da bude svesno usmerena na postavljanje ciljeva i utvrđivanje sredstava kojima će se aktivirati sve društvene i ekonomske funkcije turizma (PEJANOVIĆ, R., NJEGOVAN, Z.2009:91) Polazeći od ekonomskog, a potom i od društvenog zanačaj turizma, država u razvijenim zemljama nastoji da formuliše odgovarajuću turističku politiku, kao osnovu za razvoj turizma. Afirmacija turističke politike u velikom broju zemalja omogućila je uspešan razvoj turizma, što bi trebao da bude putokaz i za našu zemlju. Pri tom, razvoj agroturizma kao dela turizma, ne smeta razvoju poljoprivrede, već ga dopunjuje.

Agroturizam i regionalni razvoj

Agroturizam sve više zahvata pojedine regije, pa stoga postaje **regionalni makroekonomski izazov**. Problem je, međutim, što uticaj agroturizma na regionalni razvoj nije još dovoljno izučen, niti su utvrđene metode za uspešno kvantifikovanje tog uticaja. Stoga se uticaj agroturizma na regionalni razvoj još sistematski ne prati, nema svih potrebnih pokazatelja, pomoću kojih se može izvršiti verifikovanje, pa se teško mogu utvrditi ukupni rezultati uticaja turizma na razvoj određenog regiona. Da li je agroturizam izvršio uticaj na izmenu ekonomske slike pojedinih regiona vidimo iz toga što on nije samo ekonomska već i sociološka, geo-strategijska i politička kategorija. Danas agroturizam predstavlja deo jedinstvene funkcije društvenoekonomskog sistema, što znači da aktivira sve one delove sekundarnog proizvoda drugih grana i delatnosti u stvaranju najkvalitetnijeg ruralnog turističkog proizvoda.

Iskustvo ruralnog i regionalnog razvoja u okviru EU pokazuje da razvoj agroturizma **omogućava:**

- Stabilizaciju ukupnog regionalnog razvoja;
- Potpunu valorizaciju prirodnih i antropogenih vrednosti ruralnog prostora;
- Čuvanje tradicije, kulture i prepoznatljivog identiteta ruralnih zajednica;
- Optimizaciju odnosa ruralnih i urbanih celina regiona;
- Podizanje konkurentne sposobnosti regiona kao turističke destinacije; i
- Stvaranje balansa između svih privrednih aktivnosti regiona, životne sredine ruralnog prostora i napore odgovarajućih upravljačkih struktura da se turistički proizvod ruralnih prostora smatra adekvatnim sastavnim delom ukupnog društvenog bruto proizvoda (DBP) regiona. Prihvatajući izazove regionalnog razvoja agroturizam u razvijenim zemljama EU zadovoljava sledeće:
 - Svoj identitet (ekonomski, socijalni, politički i ekološki);
 - Uspostavlja optimalne odnose urbanizovanih i ruralnih prostora (pošto je većina stanovništva urbanih celina naše zemlje poreklom iz ruralnih prostora, postiže se tzv. vraćanje izvorima, tj. korenima);
 - Ekonomsku preraspodelu sekundarnih delova turističkog proizvoda;
 - Socijalnu stabilnost;
 - Stvaranje odgovarajuće turističke kulture u skladu sa međunarodnim kodeksima ponašanja;
 - Otvaranje prihvatljivosti, odnosno kompatibilnosti u svim segmentima društveno-ekonomskog razvoja;
 - Postizanje pune zaposlenosti, kako viška stambenog prostora, tako i viška
 - radne snage (pretežno žene); i
 - Određivanje turističkog kapaciteta podnošljivosti u skladu sa raspoloživim resursima regiona (BUTTS, S., BRIEDENHANM, J 2006: 124).

Tabela 2: Ekonomski indikatori (2010)

	BDP per capita (PPP u USD)	Relativni nivo (EU-15 = 100)	BDP Stope rasta	Tekući platni bilans u odnosu na BDP	Trgovinski bilans (milioni USD)	SDI (milioni USD)	Indikatori tranzicije (1–4+)procena		
							Restrukturiranje preduzeća	Liberalizacija cena	Liberalizacija spoljne trgovine
Albanija	6.289	19,1	6,0	-8,3	-2.500	450	2,3	4,3	4,3
Bosna i Hercegovina	6.963	21,1	5,8	-12,9	-4.843	1.500	2,0	4	3,7
Bugarska	11.302	34,3	6,1	-21,4	-8.511,4	5.389	2,7	4,3	4,3
Hrvatska	15.549	47,2	5,7	-8,5	-12.667	3.845	3,0	4,3	4,3
BJR Makedonija	8.468	25,7	5,0	-2,7	-1.330	170	2,7	4,3	4,3
Crna Gora	3.322*	11,3*	7,5	-37	-1.290,7	750	2,0	4	4,0
Moldavija	2.900	8,8	5,0	-9,7	-1.937	300	2,0	4	4,3
Rumunija	11.386	34,5	6,0	-13,9	-14.726,4	5.131	2,7	4,3	4,3
Srbija	10.375	31,4	7,3	-16,5	-9.729	3.000	2,3	4	3,3
EU-15	32.938	100,0							

Izvori: IMF, World Economic Outlook Database, April 2008; EBRD Transition Report 2010

U okviru EU ruralno stanovništvo sve više prihvata turizam kao jednu od strategija održivog razvoja lokalne zajednice. Agroturizam u područjima koje se ne smatraju turističkim destinacijama u tradicionalnom smislu, razvija se dvojako: s jedne strane nastaje **kao rezultat preduzetničkih aktivnosti** usmerenih na privlačenje turista, a s druge strane porast broja turista, u ruralnim područjima, dovodi do generisanja tražnje za turističkim uslugama, što vodi rastu preduzetničkih aktivnosti na lokalnom nivou. U balkanskim zemljama (gde spadamo i mi) još uvek nije usklađena definicija regionalnog izazova i agroturizma, zbog toga što:

- Područja, gde se agroturizam razvija, su nedefinisana;
- Sve turističke aktivnosti, u ruralnim područjima, nisu strogo „ruralne“, već po svome sadržaju mogu biti i urbane, ali se samo odvijaju u ruralnim područjima;
- Različiti regioni razvijaju različite oblike agroturizma, pa je zato teško naći zajednička obeležja za sve zemlje; i
- Ruralna područja su zahvatili složeni procesi promena na globalnom turističkom tržištu.

Što se tiče naše zemlje treba posebno istaći da **agroturizam još uvek traži svoje mesto u regionalnom razvoju**, zbog toga što nije definisana razvojna strategija tog oblika turizma.

Ekonomski aspekti agroturizma

Aдекватno kvalitativno i kvantitativno vrednovanje međuzavisnosti i povezanosti ruralnog razvoja i turizma, u svetlu agroturizma, utvrđuje se

=====

analizom ekonomskih efekata turizma i delom obostranih ekonomskih efekata. Kao direktni, ispoljavaju se sledeći uticaji turizma na poljoprivredu: veća proizvodnja i veći plasman poljoprivrednih proizvoda, veće zarade zaposlenih, nova radna mesta, razvoj nerazvijenih i slabo razvijenih područja, zaustavljanje iseljavanja iz pojedinih sela i opština zbog nedostatka posla, podsticaj prirodnog priraštaja stanovništva, zaštita i valorizacija kulturno istorijskih vrednosti (spomenici, manastiri, muzeji, galerije i sl).

Turizam preko indirektnih ekonomskih uticaja na poljoprivredu, indirektno podstiče i niz ostalih delatnosti i segmenata ekonomskog sistema na širem nivou: uključivanje privrede u međunarodnu podelu rada, opšte privredni i kulturni razvoj, socijalna i penziona politika, i sl (BUTTS, S., BRIEDENHANM, J 2006: 134).

Ekonomski efekti i za receptivna ruralna područja Kosova veoma su važni i brojni: razvoj niza napuštenih seoskih zajednica valorizacijom zapostavljenih-napuštenih imanja, seoskih kuća, salaša, sojenica, mehanizacije, oživljavanjem brojnih zaboravljenih tradicionalnih aktivnosti i sl. Suština ponude u ruralnim područjima jeste boravak u renoviranim seoskim kućama u tradicionalnom stilu sa mogućnošću samostalnog spremanja hrane, upoznavanje tradicionalnih kulturnih vrednosti i običaja i sve to u ekološki zdravoj sredini. Smeštaj i ishrana turista na ovaj način, mnogo su atraktivniji, ekonomski jeftiniji i istovremeno zdraviji od uobičajenog hotelskog smeštaja i ishrane. Znači, samostalno pripremanje hrane u seoskim kućama i salašima, objedinjava klasične usluge smeštaja i ishrane u jednu, za razliku od klasičnih usluga hotelijerstva i restoraterstva. Zatim, ovaj oblik turizma u ruralnim sredinama, konkretno salašima odvijao bi se tokom cele godine, za razliku sezonskog karaktera ostalih selektivnih oblika turizma. Direktni uticaji poljoprivrede na turizam ispoljavaju se kroz ponudu zdrave hrane, povećanje turističke potrošnje, upoznavanje turista sa kulturnim i tradicionalnim vrednostima (te komercijalni efekat i po ovom osnovu), boravak u zdravoj prirodnoj sredini i tsl.

Kao poseban značaj agroturizma i njegovu prednost u odnosu na sve ostale oblik turizma, može se navesti njegov nesezonski karakter, tj. funkcionalnost 365 dana. Međutim, višestruki ili multuplikativni efekti agroturizma na ekonomski razvoj zemlje, mogu se sagledati posredstvom turističke potrošnje. Analize i istraživanja u svetu, primene teorije multilpkatora u turizmu, pokazuju da novac ostvaren prodajom turističkih usluga stranim turistima, cirkuliše u privredi zemlje domaćina, praveći dodatne efekte za privredu, čak u 13 do 14 transakcija, pre nego nestane posredstvom uvoza proizvoda ili usluga iz te zemlje (Clement, 1961).

Ko su budući turisti i koje su karakteristike njihove tražnje, važno je za kreatore i nosioce ruralnog razvoja iz više razloga: kako organizovati

=====

ponudu, strukturu ponude, kvalitet i kvantitet ponude, prilagoditi sve kapacitete počev od saobraćajnih, komunalnih, smeštajnih, bezbednosnih, i dr.

Na ekonomske efekte turizma na određeno mesto, uticaj imaju grupe različitih faktora. Neke od njih, sa značajnijim intezitetom su:

- prirodne i antropogene vrednosti područja,
- materijalna osnova,
- pristupačnost (udaljenost od emitivnih turističkih područja, saobraćajna povezanost),
- organizacija i politika razvoja turizma
- organizovana ponuda sa svim sadržajima

Navedeni faktori i vrednosti određuju uticaje i značaj turizma za konkretno mesto. Turizam kontinuirano **podstiče razvoj niza ostalih delatnosti** u ruralnom području, koje direktno ili indirektno učestvuju u pružanju usluga turistima (saobraćaj, trgovina, proizvođači hrane i pića, građevinarstvo, i druge delatnosti koje učestvuju u ponudi).

Razvoj turizma podstiče ili donosi efekte i na makro-državnom nivou:

- uticaj na platni bilans zemlje,
- uticaj na zaposlenost i životni standard stanovništva,
- podsticaj razvoja ostalih privrednih delatnosti uključenih u turističku privredu,
- uticaj na investiciona ulaganja,
- podsticaj razvoja drugih nerazvijenih područja.

Prostorna odvojenost turističke tražnje i ponude određenog ruralnog područja ili destinacije ukazuje na značaj organizacionih aktivnosti u smislu uspostavljanja efikasnih odnosa između nosilaca tražnje i ponude. Slučajevi u praksi potvrđuju da obim turističkog prometa i potrošnje, zavisi od efikasne organizacije ruralnog razvoja i turizma uopšte, a posebno u smislu uspostavljanja povoljnih odnosa između nosilaca turističke tražnje i ponude.

Zaključak i poruka

Poljoprivreda nije jedina, ali je veoma značajan pokretač razvoja ruralnih regiona Evropske Unije. Sa Agendom 2000 i politikom razvoja ruralnih oblasti, kao drugim stubom Zajedničke agrarne politike (ZAP) Evropska Unija je razvila politiku podrške koja odgovara značajnoj ulozi poljoprivrednika i sve većim društvenim zahtevima koji se postavljaju pred učinak poljoprivrede. Drugi stub – politika razvoja ruralnih oblasti – odražava **filozofiju evropskog modela poljoprivrede** i njegove ciljeve, koji u poljoprivredi vide mnogo više od puke proizvodnje životnih namirnica.

Reforme iz 2003. godine, preko obavezujućih promena (modulacija), dovele su do smanjenja direktnih plaćanja velikim poljoprivrednim gazdinstvima u okviru ZAP-a, kako bi se finansirala nova politika razvoja ruralnih oblasti. Nova politika ruralnog razvoja posebno mesto i ulogu dodeljuje multifunkcionalnoj poljoprivredi, u okviru koje posebno mesto dobija, između ostalog, i agroturizam. Sva ta i mnoga druga pitanja iz domena privrednog i ruralnog razvoja, ekonomske, agrarne, turističke i ruralne politike, kao i pitanja odnosa poljoprivrede i turizma – predmet su studiranja na ovom, **atraktivnom i perspektivnom** studijskom programu, kako na osnovnim, tako i na master studijama.

Literatura

1. BUTTS, S., BRIEDENHANM, J.: Ruralni turizam: projektni okoliš i održivost, Acta turistica, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2006.
2. CLEMENT, H.G.: The Future of Tourism in Pacific and Far East, Washington, 1961.
3. ČEROVIĆ, S.: Raznovrsnost turističkog tržišta, Privredna izgradnja, Novi Sad, br. 3- 4/2002.
4. Grupa autora: Strategija regionalnog razvoja Srbije, Ekonomski fakultet, Kragujevac, 2004.
5. ĐEKIĆ, S.: Održivi ruralni turizam kao komponenta održivog ruralnog razvoja, Turizam, Novi Sad, br. 6/2002, str. 22-23.
6. ĐEKIĆ, S., VUČIĆ, S.: Ograničenja u razvoju održivog ruralnog turizma, Turizam, Novi Sad, 2004, str. 34-35.
7. ĐEKIĆ, S.: Osnove razvoja turizma Srbije u uslovima globalne konkurencije, zbornik radova, Ekonomski fakultet, Niš, 2008, str. 331-342.
8. MILINKOVIĆ, S.: Regionalni izazovi ruralnog turizma Balkanskih zemalja, zbornik radova, Ekonomski fakultet, Niš, 2008, str. 169-175.
9. PEJANOVIĆ, R., NJEGOVAN, Z., TICA, N.: Tranzicija, ruralni razvoj i agrarna politika, monografija, Poljoprivredni fakultet – Novi Sad, Ekonomski institut, Beograd, 2007.
10. PEJANOVIĆ, R., NJEGOVAN, Z.: Aktuelni problemi poljoprivrede i sela Republike Srbije, Industrija, Ekonomski institut, Beograd, br.1/2009, str. 87-99.
11. WALL, G.: Turistička industrija: njena ranjivost i prilagodljivost promeni klime, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2006.