

ECOLOGICA, Vol. 29, No 108 (2022), 587-596

<https://doi.org/10.18485/ecologica.2022.29.108.16>

Originalni naučni rad

UDC: 338.48-44(497.16-22)

338.484:502.131.1(497.16)

Ruralni turizam u funkciji održivog razvoja Crne Gore

Rural tourism in the function of sustainable development of Montenegro

Sanja Smolović

Agencija „Sword“, Univerzitet Adriatik, Vladimira Rolovića F-42, 85000 Bar, Crna Gora /
“Sword” Agency, Adriatic University, Vladimira Rolovića F-42, 85000 Bar, Montenegro

e-mail: sanjasmolovic83@gmail.com

orcid.org/0000-0002-9893-0593

Rad primljen / Received: 03.09.2022, Rad prihvaćen / Accepted: 10.11.2022.

Sažetak: Predmet istraživanja ovog rada je razvoj ruralnog turizma sa aspekta održivog razvoja Crne Gore. Rezultati istraživanja ukazuju na izazove i probleme sa kojima se zainteresovane strane susreću u ruralnom turizmu, uz identifikovanje niza problema koji se protive uspehu razvoja ruralnog turizma. Cilj istraživanja ogleda se u dokazivanju postojanja pozitivnog uticaja turizma na ruralna područja Crne Gore i potvrđivanju prisutnosti značajne veze između turističkih aktivnosti sa jedne strane i nivoa održivog razvoja sa druge strane. U vidu osnovne tehnike namenjene prikupljanju podataka korišćen je konceptualni okvir uspostavljen za potrebe prethodnog istraživanja autora, kojim je vršeno ispitivanje stavova stanovnika ruralnih predela. Kroz rad je izvršeno poređenje sa rezultatima dobijenim prethodnim istraživanjem sprovedenim pre godinu i po dana. Na ovaj način utvrđene su razlike i promene koje su se dogodile tokom ovog perioda. Rezultati dobijeni istraživanjem pokazuju da (1) postoje mogućnosti za boljim rezultatima održivog razvoja u Crnoj Gori; (2) ruralni turizam doprinosi održivom razvoju Crne Gore; (3) ruralni turizam doprinosi razvoju poljoprivrede u ruralnim područjima, sa jedne strane, dok lokalni proizvodi mogu motivisati posetioce da dođu na određenu ruralnu lokaciju, sa druge strane; (4) u Crnoj Gori postoji neophodnost za oživljavanjem sela.

Ključne reči: ruralni turizam, značaj, organska poljoprivreda, održivi razvoj, Crna Gora.

Abstract: The subject of research in this paper is the development of rural tourism from the aspect of sustainable development of Montenegro. The results of the research will indicate the challenges and problems that stakeholders face in rural tourism, while identifying a number of problems that oppose the success of rural tourism development. The goal of the research is to prove the existence of a positive impact of tourism on the rural areas of Montenegro and to confirm the presence of a significant connection between tourist activities on the one hand and the level of sustainable development on the other. In the form of the basic technique intended for data collection, the conceptual framework established for the needs of the author's previous research was used, which was used to examine the attitudes of residents of rural areas. Through the work, a comparison was made with the results obtained by the previous research conducted a year and a half ago. In this way, the differences and changes that occurred during this period were determined. The results obtained from the research show that (1) there are opportunities for better results of sustainable development in Montenegro; (2) rural tourism and agriculture contribute to the sustainable development of Montenegro; (3) rural tourism contributes to the development of agriculture in rural areas, on the one hand, while local products can motivate visitors to come to a certain rural location, on the other hand; (4) in Montenegro, there is a necessity for revitalizing villages.

Keywords: rural tourism, importance, organic agriculture, sustainable development, Montenegro.

UVOD / INTRODUCTION

Četiri osnovna principa su viđena kao ključna za koncept održivosti: (1) ideja holističkog planiranja i izrade strategije, a ne neplanirani razvoj; (2) važnost očuvanja suštinskih ekoloških procesa; (3) potreba da se zaštiti i ljudsko nasleđe i biodiverzitet; i (4) ključni zahtev: da se razvija na takav način da se produktivnost može održati na duži rok za buduće generacije (Lane et al., 2022).

Ruralni turizam je predmet transdisciplinarnog istraživanja i ravan praktične implementacije Ciljeva održivog razvoja (Khoja et al., 2021). Sa naučne tačke gledišta, ruralni turizam je višestruka delatnost, čije proučavanje zahteva integrisane pristupe (Chase et al., 2018), opravdanje njegovih ekonomskih ciljeva (Ryglova et al., 2017), razotkrivanje njegovih društvenih strana (Shevchenko et al., 2020), prioriteta njegovih prirodnih i ekoloških aspekata (Prokopenko & Petrushenko, 2013). Da bi se turizam mogao opisati kao ruralni turizam, on treba da odražava karakteristike koje označavaju ruralno područje uključujući mala naselja, nisku gustinu naseljenosti, agrarnu ekonomiju i tradicionalna društva (Okech et al., 2012). Ruralni turizam ima mnogo različitih oblika i razvija se iz različitih razloga. Postoje razvojni razlozi za promovisanje turizma kao pola rasta, kao što je regeneracija nakon agroindustrijskog kolapsa, ili diversifikacija udaljenog marginalnog poljoprivrednog područja u avanturistički ili kulturni turizam. Štaviše, ruralni turizam zadržava određenu dubinu u svetu koji je sve više spljošten od strane sila globalizacije (Tanahashi, 2010). Drugi razlozi se više odnose na razvoj turističkog proizvoda, kao što je diversifikacija imidža zemlje ili ublažavanje uskih grla na popularnim lokacijama. Sa padom ruralnih ekonomija u poslednje tri decenije, možda je razumljivo da su neke vlade posvetile veliku pažnju ekonomskim koristima turizma, posebno za ruralna područja koja pokušavaju da održe korak i prilagode se snažnoj globalizovanoj ekonomiji (Dašić i dr., 2021).

Cilj agroturizma je razvoj jedinstvenog proizvoda za integrisani ekoturizam koji će doprineti održivom razvoju ruralnih područja. Održivi razvoj ruralnih lokacija, s druge strane, može se tumačiti kao optimizacija razvojnih parametara s obzirom na ograničenja rasta i objektivno određena unutrašnjim karakteristikama sistema i eksternim silama sistema. Razvoj agrarnog turizma određuje: loša stopa socio-ekonomskog rasta u ruralnim područjima, migracija stanovništva iz sela; nedostatak mogućnosti za učešće u drugom obliku poslovanja za mala i srednja preduzeća koja nemaju resursa za modernizaciju udaljenost ruralnih kopnenih područja od velikih centara, nizak nivo jedinstvene strategije razvoja domaćeg turizma (Kothari & Perwej, 2021). U

većini slučajeva, stanovnici sela ne vide „agroturizam“ kao rešenje za svoje probleme. Većina njih favorizuje tradicionalne prakse. Želja za seoskim putovanjima kod gradskog stanovništva se zasniva na značajnom trendu: težnji za sticanjem iskustva i živopisnim utiscima. Industrijske zemlje su došle do tačke da ekonomski razvoj više nije vođen namerom ljudi da kupe više stvari, već njihovom željom da steknu „nova iskustva“ i „uvid u život i tradicije seoskog stanovništva“.

Seoska društva su suočena sa gubitkom značajna poljoprivredne industrije kao najznačajnijeg sektora po prihodima, resursima i broju kupaca, kao što je to bilo poslednjih decenija, usled suštinskih promena koje se sastoje uglavnom od prenosa privrednih delatnosti seoskog stanovništva u urbane centre, iako to nije univerzalno. Ruralni razvoj uključuje napore koji su ekonomske i socijalne prirode koji imaju za cilj da podstaknu koncepte zadržavanja, rasta i širenja u oblastima van gradova, uključujući poboljšanje kvaliteta života ruralnih stanovnika kroz takve aktivnosti (Berdegue et al., 2015). Ideja ruralnog razvoja sada postaje veoma komplikovana, širi se van granica tržišne ekonomije i ukazuje na sve veći fokus na ne preterano iskorišćavanje prirodnih resursa i predela, već i na stimulisavanje i unapređenje postojećih materijalnih resursa (arhitekturni spomenici, infrastruktura, tradicionalna lokalna hrana, narodna nošnja i dr.) i nematerijalnih dobara (baština kulture, tradicije, običaje, istorijsko-kulturno nasleđe, folklor) (Tenea, 2021).

Rast ruralnog i agroturizma je prilično teško kvantifikovati jer se statistike među zemljama razlikuju i mnogi niti odvajaju ruralni turizam od drugih oblika turizma niti jedan od drugog. Ipak, većina nacionalnih turističkih zajednica potvrđuje njegov rast (Stamenović, 2021). Iako neki žele da to nazovu samo modernim trendom, ruralni i agroturizam se ne mogu smatrati slučajnim i kratkoročnim fenomenom jer njihov rast podržavaju sile dugoročne prirode: povećan nivo obrazovanja; rastuće interesovanje za nasleđe (prirodno i veštačko); povećanje slobodnog vremena i raspoloživih prihoda; brži transport i bolje komunikacije uopšte; zdravstvena svest; bolja odeća na otvorenom; rastuće interesovanje za gastronomske specijalitete i organsku i bio-hranu; rastuće interesovanje za „zeleno“ i „eko“; povećan značaj autentičnosti; povećana potreba za mirom i spokojem; sve veći udeo starijeg, aktivnog stanovništva; sve veći značaj pravog putovanja (putovanja zasnovana na elementima nagrađivanja, obogaćivanja, avanturizma i učenja); akcenat na individualnosti; i sve veći broj agencija specijalizovanih za ponudu ruralnog turizma (Fagioli et al., 2014; Vesić et al., 2021).

Poslednjih decenija Evropa je iskusila rastuće interesovanje za ruralni turizam što je progresivno dovelo do povećanja potražnje i ponude infrastrukture i usluga. Danas, ovu pojavu, nekada marginalnu i spontanu, karakteriše segment turističke potražnje i ponude koji ima veliki ekonomski i finansijski uticaj u ruralnim područjima.

U Crnoj Gori ruralne oblasti prekrivaju više od 90% ukupne teritorije (Despotović et al., 2016). Uprkos činjenici da Crna Gora poseduje snažne osnove za razvoj ruralnog turizma, njegov razvoj je izuzetno usporen. Razlog za usporen razvoj se u određenoj meri krije u usporenosti razvoja ruralnih područja. Samim tim ruralni turizam može se iskoristiti u vidu leka za razvoj ruralnih područja (Babović i dr., 2015). Na području Crne Gore razvoj ruralnih područja zasnovan je na unapređenju poljoprivredne proizvodnje i razvoju turizma. Istovremeno, ne postoji mogućnost upoređivanja dosadašnjeg razvoja ruralnog turizma sa kretanjima u državama Evrope (Smolović i Kuzman, 2020). Važno je istaći da je poljoprivredna proizvodnja, usled svog sezonskog karaktera i proizvodnog ciklusa, specifična u pogledu finansiranja u skladu sa činjenicom da zahteva ulaganje sredstva odjednom i hvatanje na duži period, usled sporog obrta (Smolović i Živanović, 2019).

Autor je objavio dva rada vezano za ovu temu. Prvi rad odnosi se na poljoprivrednu proizvodnju i turizam – šansu za razvoj ruralnih područja Crne Gore (Smolović & Kuzman, 2020). Drugi rad predstavlja doktorska disertacija u kojoj je istraživana značaj ruralnog turizma sa aspekta održivog razvoja Crne Gore (Smolović, 2022).

Cilj istraživanja ogleda se u dokazivanju postojanja pozitivnog uticaja turizma na ruralna područja Crne Gore i potvrđivanju prisutnosti značajne veze između turističkih aktivnosti sa jedne strane i nivoa održivog razvoja sa druge strane.

U radu su, pri istraživanju naučno-teorijskih saznanja, relevantne literature i savremene prakse, primenjivane (1) metoda analize i sinteze, metoda indukcije i dedukcije, apstrakcije, specifikacije i generalizacije kao posebne naučne metode; (2) komparativna i hipotetičko-deduktivna metoda kao opšte naučne metode; i (3) metoda posmatranja, metoda ispitivanja i metoda analize sadržaja kao pojedinačne (empirijske) metode.

1. MATERIJALI I METODE / MATERIALS AND METHODS

Predmet istraživanja ovog rada je razvoj ruralnog turizma sa aspekta održivog razvoja Crne Gore. Rezultati istraživanja ukazaće na izazove i probleme

sa kojima se zainteresovane strane susreću u ruralnom turizmu, uz identifikovanje niza problema koji se protive uspešnom razvoju ruralnog turizma.

U vidu osnovne tehnike namenjene prikupljanju podataka korišćen je konceptualni okvir uspostavljen za potrebe prethodnog istraživanja (Smolović, 2022), kojim je vršeno ispitivanje stavova stanovnika ruralnih predela. Anketom su bila obuhvaćena (1) opšta pitanja vezana za održivi razvoj, održivi razvoj na području Crne Gore, i povezanost resursa i održivog razvoja i (2) pitanja koja su vezana za značaj ruralnog turizma sa aspekta održivog razvoja.

Uzorak istraživanja činilo je 138 ispitanika iz ruralnih područja Crne Gore. Reč je o članovima domaćinstava koja se već bave nekim vidom ruralnog turizma (poput rekreativnog turizma, sportskog turizma – raftinga, planinarenja), kao i članovima domaćinstava koja imaju u planu bavljenje i učestvovanje u direktnom razvoju ruralnog turizma.

Anketiranje ispitanika sprovedeno je onlajn. U pitanju je anonimno anketiranje, sa ciljem obezbeđivanja što veće objektivnosti tokom faze prikupljanja relevantnih podataka, a samim tim i pouzdanosti prilikom izvođenja zaključaka. Istraživanje je sprovedeno u septembru 2022. godine u ruralnim područjima Crne Gore. Rezultati dobijeni istraživanjem obrađeni su u oktobru 2022. godine.

Rezultati dobijeni istraživanjem obrađeni su pomoću SPSS (Statistical Package for Social Science) programa za obradu podataka. Rezultati dobijeni pomoću anketnog upitnika prikazani su tabelarno i tekstualno, sa ciljem da se obezbedi jasnoća i preglednost prikazanih sadržaja. Prilikom prikazivanja rezultata primenjene su deskriptivne naučno-istraživačke metode.

2. REZULTATI I DISKUSIJA / RESULTS AND DISCUSSION

Prvo pitanje u okviru istraživanja odnosilo se na pol ispitanika. Među ispitanicima je bilo 86 muškaraca (62.3%) i 52 žene (37.7%) (tabela 1).

Tabela 1. Pol ispitanika
Table 1. Gender of respondents

| | |
|--------|----|
| muški | 86 |
| ženski | 52 |

Drugo pitanje odnosilo se na starost ispitanika. Najveći broj ispitanika bio je starosti preko 60 godina – njih 39 (28.3%), potom slede ispitanici starosti od 50 do 60 godina – njih 34 (24.6%), od 40 do 50 godina – njih 26 (18.9%), od 30 do 40 godina – njih 22 (15.9%), dok je najmanji broj ispitanika starosti od 20 do 30 godina – 17 (12.3%) (tabela 2).

Tabela 2. Starost ispitanika
Table 2. Age of respondents

| | |
|--------------------|----|
| od 20 do 30 godina | 17 |
| od 30 do 40 godina | 22 |
| od 40 do 50 godina | 26 |
| od 50 do 60 godina | 34 |
| preko 60 godina | 39 |

Treće pitanje odnosilo se na nivo obrazovanja ispitanika. Najveći broj ispitanika ima srednju stručnu spremu – njih 55 (39.9%), potom slede ispitanici sa osnovnom stručnom spremom – njih 38 (27.5%), sa visokom stručnom spremom – njih 13 (9.4%), nezavršenom osnovnom školom – njih 9 (6.5%), završenim strukovnim studijama – njih 8 (5.8%), bez škole – njih 7 (5.1%), završenim specijalističkim studijama – njih 5 (3.6%), dok je najmanje bilo ispitanika sa završenim master studijama – njih 3 (2.2%) (tabela 3).

Tabela 3. Nivo obrazovanja ispitanika
Table 3. Level of education of respondents

| | |
|--------------------------|----|
| bez škole | 7 |
| nezavršena osnovna škola | 9 |
| osnovna stručna sprema | 38 |
| srednja stručna sprema | 55 |
| visoka stručna sprema | 13 |
| strukovne studije | 8 |
| specijalističke studije | 5 |
| master studije | 3 |

Četvrto pitanje odnosilo se na broj članova domaćinstva. Najveći broj domaćinstava broji jedan do dva člana – 110 (79.7%), potom slede domaćinstva koja broje tri do četiri člana – 22 (16%), dok je najmanje domaćinstava koja broje preko četiri člana – 6 (4.3%) (tabela 4).

Tabela 4. Broj članova domaćinstva
Table 4. Number of household members

| | |
|---------------|-----|
| jedan do dva | 110 |
| tri do četiri | 22 |
| preko četiri | 6 |

Peto pitanje odnosilo se na asocijaciju ispitanika na pojam održivi turizam. Najveći broj ispitanika – njih 40 (29%) izjasnio se da im je ekoturizam asocijacija na pojam održivog turizma, potom slede ispitanici koji su se izjasnili sa odgovorni turizam – njih 32 (23.2%), turizam baziran na prirodi – njih 24 (17.4%), turizam malog uticaja – njih 23 (16.7%), zeleni turizam – njih 17 (12.3%), dok se najmanje ispitanika izjasnilo za humani turizam kao asocijaciju – njih 2 (1.4%) (tabela 5). Primećuju se razlike u

odnosu na rezultate dobijene prethodnim istraživanjem, prema kojem se 29.4% ispitanika izjasnilo da im je ekoturizam asocijacija na pojam održivog turizma, 22.2% ispitanika da je to turizam baziran na prirodi, 21.6% ispitanika da je zeleni turizam, 11.8% da je odgovorni turizam, 9.2% ispitanika da je to turizam malog uticaja i 5.9% da je humani turizam (Smolović, 2022). Ova razlika govori u prilog činjenici da ljudi imaju različite asocijacije na pojam održivi turizam, usled čega su na različitim uzorcima dobijeni različiti rezultati.

Tabela 5. Asocijacija na pojam održivi turizam
Table 5. Association with the term sustainable tourism

| | |
|----------------------------|----|
| ekoturizam | 40 |
| zeleni turizam | 17 |
| turizam baziran na prirodi | 24 |
| turizam malog uticaja | 23 |
| odgovorni turizam | 32 |
| humani turizam | 2 |

Šesto pitanje odnosilo se na to šta, prema mišljenju ispitanika, ima najveći značaj za razvoj održivog turizma. Najveći broj ispitanika – njih 63 (45.7%) izjasnio se da prirodni resursi imaju najveći značaj za razvoj održivog turizma, potom slede ispitanici koji smatraju da environmentalni resursi imaju najveći značaj – njih 30 (21.7%), 27 (19.6%) ispitanika se izjasnilo da su u pitanju kulturni resursi, dok se 18 (13%) ispitanika izjasnilo da su u pitanju društveni resursi (tabela 6). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 52.2% ispitanika izjasnilo da prirodni resursi imaju najveći značaj za razvoj održivog turizma, 18% ispitanika environmentalni, 16.8% ispitanika kulturni i 13.3% ispitanika društveni resursi (Smolović, 2022), zaključuje se da različiti ljudi imaju različite percepcije o tome šta je najznačajnije za razvoj održivog turizma. Uprkos razlikama, prirodni resursi su u oba istraživanja, prema mišljenju najvećeg procenta ispitanika, bili najvažniji za razvoj održivog turizma.

Tabela 6. Najveći značaj za razvoj održivog turizma
Table 6. The main importance for the development of sustainable tourism

| | |
|-------------------------|----|
| prirodni resursi | 63 |
| društveni resursi | 18 |
| kulturni resursi | 27 |
| environmentalni resursi | 30 |

Sedmo pitanje odnosilo se na stepen povezanosti prirodnih resursa i održivog razvoja. Najveći broj ispitanika – 134 (97.1%) izjasnio se da postoji visok stepen povezanosti prirodnih resursa i održivog razvoja, potom slede ispitanici koji su izjavili

da je on nizak – 4 (2.9%), dok nije bilo ispitanika koji su se izjasnili da nisu sigurni (tabela 7). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 90.7% ispitanika izjasnilo da postoji visok stepen povezanosti prirodnih resursa i održivog razvoja, 6% ispitanika da nisu sigurni i 3.3% ispitanika da postoji nizak stepen povezanosti (Smolović, 2022), primećuje se da je došlo do povećanja broja ljudi u ruralnim predelima koji su svesni povezanosti između prirodnih resursa i održivog razvoja.

Tabela 7. Stepen povezanosti prirodnih resursa i održivog razvoja

Table 7. Degree of connection between natural resources and sustainable development

| | |
|------------------|-----|
| visok | 134 |
| nizak | 4 |
| nisam siguran/na | 0 |

Osmo pitanje odnosilo se na postojanje mogućnosti za bolje rezultate održivog razvoja u Crnoj Gori. Čak 134 (97.1%) ispitanika se izjasnilo da postoje mogućnosti za bolje rezultate održivog turizma u Crnoj Gori, 3 (2.2%) ispitanika su se izjasnili da nisu sigurni, dok se 1 (0.7%) ispitanik izjasnio da takve mogućnosti ne postoje (tabela 8). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojima se 90% ispitanika izjasnilo da postoje mogućnosti za bolje rezultate održivog turizma u Crnoj Gori, a 10% da nisu sigurni (Smolović, 2022), primećuje se povećanje broja ljudi u ruralnim oblastima koji su svesni mogućnosti poboljšanja rezultata održivog turizma na području Crne Gore.

Tabela 8. Postojanje mogućnosti za bolje rezultate održivog razvoja u Crnoj Gori

Table 8. Existence of opportunities for better results of sustainable development in Montenegro

| | |
|------------------|-----|
| da | 135 |
| ne | 1 |
| nisam siguran/na | 3 |

Deveto pitanje odnosilo se na to da li razvoj održivog turizma ima najveće pozitivne efekte po stanovništvo destinacije u pogledu prepoznatljivosti destinacije. Najveći broj ispitanika – njih 118 (85.5%) se izjasnilo da razvoj održivog turizma ima najveće pozitivne efekte po stanovništvo destinacije u pogledu prepoznatljivosti destinacije, 15 (10.9%) ispitanika se izjasnilo da nisu sigurni, dok se 5 (3.6%) ispitanika izjasnilo negativno (tabela 9). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojem se 65% ispitanika izjasnilo da razvoj održivog turizma ima najveće pozitivne efekte po stanovništvo destinacije u pogledu prepoznatljivosti

destinacije, 19.3% ispitanika da nisu sigurni i 15.7% ispitanika negativno (Smolović, 2022), primećuje se da je došlo do porasta broja ljudi u ruralnim predelima koji su svesni efekta koji razvoj održivog turizma ima kada je prepoznatljivost destinacije u pitanju.

Tabela 9. Razvoj održivog turizma ima najveće pozitivne efekte po stanovništvo destinacije u pogledu prepoznatljivosti destinacije

Table 9. The development of sustainable tourism has the greatest positive effects on the population of the destination in terms of the recognition of the destination

| | |
|------------------|-----|
| da | 118 |
| ne | 5 |
| nisam siguran/na | 15 |

Deseto pitanje odnosilo se na to koji je oblik turizma prema mišljenju ispitanika najrazvijeniji u Crnoj Gori. Čak 131 (94.9%) ispitanik izjasnio se da je to kupališni turizam, dok su se 4 (2.9%) ispitanika izjasnili da je reč o ruralnom turizmu, i 3 (2.2%) ispitanika - da je reč o planinskom turizmu (tabela 10). Rezultati dobijeni istraživanjem u skladu su sa navodima Babovića i dr. (2015) koji su istakli da je ruralni turizam u senci kupališnog i planinskog turizma. Istovremeno, dobijeni rezultati odgovaraju rezultatima dobijenim u prethodnom istraživanju, prema kojim se 96.7% ispitanika izjasnilo da je kupališni turizam najrazvijeniji oblik turizma u Crnoj Gori, 3.3% ispitanika da je to planinski turizam, dok nije bilo ispitanika koji su smatrali da je ruralni turizam najrazvijeniji (Smolović, 2022).

Tabela 10. Oblik turizma najrazvijeniji u Crnoj Gori

Table 10. The most developed form of tourism in Montenegro

| | |
|-----------|-----|
| kupališni | 131 |
| planinski | 3 |
| ruralni | 4 |

Jedanaesto pitanje odnosilo se na to da li su u ruralnim područjima osnovne i dodatne usluge u dovoljnoj meri razvijene. Najveći broj ispitanika – njih 63 (45.6%) se izjasnilo da osnovne i dodatne usluge u ruralnim područjima nisu u dovoljnoj meri razvijene, potom slede ispitanici koji su se izjasnili da nisu sigurni – njih 39 (28.3%), dok je najmanji broj ispitanika izjavio da su te usluge razvijene – 36 (26.1%) (tabela 11). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 58.7% ispitanika izjasnilo da osnovne i dodatne usluge u ruralnim područjima nisu u dovoljnoj meri razvijene, 26% ispitanika da nisu sigurni i 15.3% ispitanika da

su razvijene (Smolović, 2022), primećuje se da je došlo do pomaka u razvijenosti osnovnih i dodatnih usluga u ruralnim područjima Crne Gore.

Tabela 11. Osnovne i dodatne usluge u ruralnim područjima su u dovoljnoj meri razvijene
Table 11. Basic and additional services in rural areas are sufficiently developed

| | |
|------------------|----|
| da | 36 |
| ne | 63 |
| nisam siguran/na | 39 |

Dvanaesto pitanje odnosilo se na to da li su potrebne dodatne investicije radi unapređenja ruralnog turizma. Od ukupnog broja ispitanika, njih 112 (81.2%) izjasnilo se da postoji potreba za dodatnim investicijama radi unapređenja ruralnog turizma, 24 (17.4%) ispitanika su se izjasnila da nisu sigurni, dok su se 2 (1.4%) ispitanika izjasnila da ne postoji takva potreba (tabela 12). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojima se 58% ispitanika izjasnilo da postoji potreba za dodatnim investicijama radi unapređenja ruralnog turizma, 19.3% ispitanika da nisu sigurni i 22.7% ispitanika da takva potreba ne postoji (Smolović, 2022), primećuje se da su stanovnici ruralnih predela Crne Gore prepoznali važnost i potrebu za dodatnim investicijama kako bi se ruralni turizam unapredio.

Tabela 12. Potreba za dodatnim investicijama radi unapređenja ruralnog turizma
Table 12. The need for additional investments to improve rural tourism

| | |
|------------------|-----|
| da | 112 |
| ne | 2 |
| nisam siguran/na | 24 |

Trinaesto pitanje odnosilo se na upoznatost sa postupkom kategorizacije smeštajnih ili ugostiteljskih objekata. Najveći broj ispitanika – njih 70 (50.7%) izjasnilo se da nije upoznato sa postupkom kategorizacije smeštajnih i ugostiteljskih objekata, 27 (19.6%) ispitanika se izjasnilo da nisu sigurni, dok se 41 (29.7%) ispitanik izjasnio da je upoznat sa postupkom kategorizacije (tabela 13). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojima se 50.7% ispitanika izjasnilo da nije upoznato sa postupkom kategorizacije, 25.3% ispitanika da nisu sigurni, i 24% ispitanika da su upoznati (Smolović, 2022), primećuje se da nije došlo ni do kakvog pomaka u unapređenju informisanja stanovnika ruralnih predela vezano za postupak kategorizacije smeštajnih i ugostiteljskih objekata.

Tabela 13. Upoznatost sa postupkom kategorizacije smeštajnih i ugostiteljskih objekata
Table 13. Knowledge of the procedure for categorizing accommodation and catering facilities

| | |
|------------------|----|
| da | 41 |
| ne | 70 |
| nisam siguran/na | 27 |

Četrnaesto pitanje odnosilo se na to da li ruralni turizam doprinosi održivom razvoju Crne Gore. Najveći broj ispitanika – njih 131 (94.9%) izjasnilo se da ruralni turizam doprinosi održivom razvoju Crne Gore, 7 (5.1%) ispitanika izjasnilo se da nije sigurno, dok se nijedan ispitanik nije izjasnio da ruralni turizam ne doprinosi održivom razvoju Crne Gore (tabela 14). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 84.7% ispitanika izjasnilo da ruralni turizam doprinosi održivom razvoju Crne Gore, 11.3% ispitanika da nisu sigurni i 4% ispitanika da ruralni turizam ne doprinosi održivom razvoju (Smolović, 2022), primećuje se povećanje broja ljudi u ruralnim područjima koji su svesni značaja koji ruralni turizam ima kada je održivi razvoj Crne Gore u pitanju.

Tabela 14. Ruralni turizam doprinosi održivom razvoju Crne Gore
Table 14. Rural tourism contributes to the sustainable development of Montenegro

| | |
|------------------|-----|
| da | 131 |
| ne | 0 |
| nisam siguran/na | 7 |

Petnaesto pitanje odnosilo se na to u kojoj meri je razvijena promocija ruralnog turizma. Najveći broj ispitanika smatra da je promocija ruralnog turizma u Crnoj Gori ograničena – njih 90 (65,2%), potom slede ispitanici koji smatraju da je promocija razvijena – 33 (23.9%), dok je najmanji procenat ispitanika koji smatra da je promocija nerazvijena – 15 (10.9%) (tabela 15). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 62.7% ispitanika izjasnilo da je promocija ruralnog turizma u Crnoj Gori ograničena, 23.3% ispitanika da je nerazvijena i 14% ispitanika da je razvijena (Smolović, 2022), primećuje se da je došlo do izvesnog unapređenja promocije ruralnog turizma na području Crne Gore.

Tabela 15. Koliko je razvijena promocija ruralnog turizma
Table 15. How developed is the promotion of rural tourism

| | |
|-------------|----|
| nerazvijena | 15 |
| razvijena | 33 |
| ograničena | 90 |

Šesnaesto pitanje odnosilo se na to da li poljoprivreda doprinosi održivom razvoju Crne Gore. Najveći broj ispitanika – njih 125 (90.6%) izjasnilo se da poljoprivreda doprinosi održivom razvoju Crne Gore, potom slede ispitanici koji nisu bili sigurni – njih 8 (5.8%), dok se 5 (3.6%) ispitanika izjasnilo da poljoprivreda ne doprinosi održivom razvoju Crne Gore (tabela 16). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 79.4% ispitanika izjasnilo da poljoprivreda doprinosi održivom razvoju Crne Gore, 11.3% ispitanika da nisu sigurni i 9.4% ispitanika da ne doprinosi (Smolović, 2022), primećuje se povećanje broja ljudi u ruralnim područjima koji su svesni doprinosa koji poljoprivreda ima kada je održivi razvoj Crne Gore u pitanju.

Tabela 16. Poljoprivreda doprinosi održivom razvoju Crne Gore

Table 16. Agriculture contributes to the sustainable development of Montenegro

| | |
|------------------|-----|
| da | 125 |
| ne | 5 |
| nisam siguran/na | 8 |

Sedamnaesto pitanje odnosilo se na to da li ruralni turizam doprinosi razvoju poljoprivrede u ruralnim područjima. Najveći broj ispitanika – njih 132 (95.7%) izjasnilo se da ruralni turizam doprinosi razvoju poljoprivrede u ruralnim područjima, 5 (3.6%) ispitanika se izjasnilo da nisu sigurni, dok se 1 (0.7%) ispitanik izjasnio da ruralni turizam ne doprinosi razvoju poljoprivrede u ruralnim područjima (tabela 17). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 92% ispitanika izjasnilo da ruralni turizam doprinosi razvoju poljoprivrede u ruralnim područjima, 6% ispitanika da nisu sigurni i 2% ispitanika da ne doprinosi (Smolović, 2022), primećuje se povećanje broja ljudi u ruralnim područjima koji su svesni doprinosa koji ruralni turizam ima kada je razvoj poljoprivrede u ruralnim područjima u pitanju.

Tabela 17. Ruralni turizam doprinosi razvoju poljoprivrede u ruralnim područjima

Table 17. Rural tourism contributes to the development of agriculture in rural areas

| | |
|------------------|-----|
| da | 132 |
| ne | 1 |
| nisam siguran/na | 5 |

Osamnaesto pitanje odnosilo se na to da li lokalni proizvodi mogu motivisati posetioce da dođu na određenu ruralnu lokaciju. Najveći broj ispitanika – njih 105 (76.1%) izjasnilo se da lokalni proizvodi mogu motivisati posetioce da dođu na određenu ruralnu

lokaciju, 25 (18.1%) ispitanika se izjasnilo da nisu sigurni, dok se 8 (5.8%) ispitanika izjasnilo da lokalni proizvodi ne mogu motivisati posetioce u tom pogledu (tabela 18). U poređenju sa rezultatima dobijenim prethodnim istraživanjem, prema kojim se 68.7% ispitanika izjasnilo da lokalni proizvodi mogu motivisati posetioce da dođu na određenu ruralnu lokaciju, 16.7% ispitanika da nisu sigurni i 14.7% ispitanika da ne mogu (Smolović, 2022), moguće je zaključiti da je došlo do povećanja broja ljudi u ruralnim područjima koji su svesni značaja koji lokalni proizvodi mogu imati u motivaciji turista. Ruralni turizam se često smatra razvojnim sredstvom za ruralna područja. Posebno, potražnja za lokalnim proizvodima može stimulisati lokalnu ekonomiju i istovremeno je važan deo turističkog iskustva. Međutim, malo se zna o ulozi kupovine lokalnih proizvoda u okviru i kao rezultat ruralnog turističkog iskustva (Kastenholz et al., 2016).

Tabela 18. Lokalni proizvodi mogu motivisati posetioce da dođu na određenu ruralnu lokaciju

Table 18. Local products can motivate visitors to come to a specific rural location

| | |
|------------------|-----|
| da | 105 |
| ne | 8 |
| nisam siguran/na | 25 |

Devetnaesto pitanje odnosilo se na to šta je najveća prepreka za razvoj organske poljoprivrede u Crnoj Gori. Najveći broj ispitanika – njih 38 (27.5%) smatra da je najveća prepreka nepostojanje tržišta organskih proizvoda, potom slede ispitanici koji smatraju da Vlada ne daje dovoljnu podršku manjim proizvođačima – njih 33 (23.9%), ispitanici koji smatraju da su uvozni proizvodi jeftiniji – njih 27 (19.6%), oni koji smatraju da se mladi stide bavljenja poljoprivredom – njih 25 (18.1%), dok je najmanje bilo ispitanika koji smatraju da je za razvoj organske poljoprivrede u Crnoj Gori najveća prepreka usitnjavanje gazdinstava – njih 15 (10.9%) (tabela 19). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojim se 36.7% ispitanika izjasnilo da je prepreka to što se mladi stide bavljenja poljoprivredom, 26% da je prepreka nepostojanje tržišta organskih proizvoda, 14.7% da je to nedovoljna podrška Vlade manjim proizvođačima, 8% da je prepreka činjenica da su uvozni proizvodi jeftiniji (Smolović, 2022), zaključuje se da postoji razlika u dobijenim rezultatima. Tržište organskih proizvoda u Crnoj Gori je poraslo poslednjih godina; ipak, većina organskih proizvoda se i dalje uvozi. Glavni kanali prodaje su specijalizovane prodavnice, supermarketi i direktni marke-

ting. Podaci o izvozu i uvozu nisu javno dostupni. Jedan od ključnih izazova sa kojima se suočava crnogorski organski sektor je potreba da se poboljša domaća ponuda organske hrane. Zadovoljavanje potražnje za organskim proizvodima u luksuznim hotelima je takođe veliki izazov za organske proizvođače (Willer et al., 2014).

Tabela 19. Najveća prepreka za razvoj organske poljoprivrede u Crnoj Gori

Table 19. The biggest obstacle for the development of organic agriculture in Montenegro

| | |
|---|----|
| mladi se stide bavljena poljoprivredom | 25 |
| usitnjavanje gazdinstava | 15 |
| nepostojanje tržišta organskih proizvoda | 38 |
| Vlada ne daje dovoljnu podršku manjim proizvođačima | 33 |
| uvozni proizvodi su jeftiniji | 27 |

Dvadeseto pitanje odnosilo se na to da li ruralni turizam može doprineti razvoju tržišta organskih proizvoda. Ispitanici su se većinom, njih 130 (94.2%) izjasnilo se da ruralni turizam može doprineti razvoju tržišta organskih proizvoda, 7 (5.1%) ispitanika nije bilo sigurno, dok se 1 (0.7%) ispitanik po ovom pitanju izjasnilo negativno, odnosno smatrao je da ruralni turizam ne može dati doprinos razvoju tržišta organskih proizvoda (tabela 20). U poređenju sa rezultatima prethodnog istraživanja, prema kojem se 82.4% ispitanika izjasnilo da ruralni turizam može doprineti razvoju tržišta organskih proizvoda, 11.8% ispitanika nije bilo sigurno i 5.9% ispitanika izjasnilo negativno (Smolović, 2022), primećuje se porast broja ljudi koji uviđaju koristi koje ruralni turizam može doneti tržištu organskih proizvoda. Poljoprivredni sektor se može integrisati zajedno sa turizmom kako bi se ojačala oba sektora, a to se radi kroz ruralni turizam (Borg, 2013). Istovremeno, da bi se ponudio novi proizvod i pružilo novo iskustvo, korišćenje organske poljoprivrede može pomoći budućem unapređenju ruralnog turizma. U konkretnom slučaju, ovo bi rezultiralo novom tržišnom nišom za Crnu Goru.

Tabela 20. Ruralni turizam može doprineti razvoju tržišta organskih proizvoda

Table 20. Rural tourism can contribute to the development of the market for organic products

| | |
|------------------|-----|
| da | 130 |
| ne | 1 |
| nisam siguran/na | 7 |

Dvadeset prvo pitanje odnosilo se na to kakav bi uticaj razvoj organske poljoprivrede mogao imati na

broj turista u ruralnim područjima. Najveći broj – 126 (91.3%) ispitanika smatra da bi organska poljoprivreda mogla da ima pozitivan uticaj i dovede do povećanja broja turista, dok se 12 (8.7%) ispitanika izjasnilo da nisu sigurni. Nije bilo ispitanika koji su smatrali da bi razvoj organske proizvodnje mogao dovesti do negativnog uticaja i smanjenja broja turista (tabela 21). U poređenju sa prethodnim istraživanjem kada se 85.3% ispitanika izjasnilo da bi organska poljoprivreda mogla imati pozitivan uticaj i dovesti do povećanja broja turista (Smolović, 2022), primećuje se porast ljudi koji uviđaju pozitivan uticaj organske poljoprivrede u ruralnim područjima. Nakon porasta svesti o brizi o sebi i zaštiti životne sredine u današnjem društvu, pitanje organske poljoprivrede preraslo je u globalno pitanje. Industrije fokusirane na prirodu koje koriste organske tehnike, kao što su organska poljoprivredna sela, organski poljoprivredni proizvodi, organska poljoprivreda i organska poljoprivreda - turističke aktivnosti takođe su brzo rasle (Shen et al., 2020). Privitera (2010) ističe da u ruralnom turizmu organska poljoprivreda predstavlja novu tržišnu nišu, ističući da mogućnost konzumiranja isključivo organske hrane dovodi do zadovoljavanja posebnih turističkih preferencija, što posledično dovodi do povećavanja njihovog broja. Tetik i Girgin (2010) dodaju da mogućnost obrazovanja o organskoj proizvodnji direktno na imanjima predstavlja turistima novo iskustvo, što doprinosi motivaciji turista da iste posete i na njima prenoće.

Tabela 21. Potencijalni uticaj razvoja organske poljoprivrede na broj turista u ruralnim područjima

Table 21. Potential impact of the development of organic agriculture on the number of tourists in rural areas

| | |
|-------------------------------------|-----|
| pozitivan – povećanje broja turista | 126 |
| negativan – smanjenje broja turista | 0 |
| nisam siguran/na | 12 |

Dvadeset drugo pitanje odnosilo se na to da li u Crnoj Gori postoji potreba oživljavanja sela. Najveći broj ispitanika – njih 129 (93.5%) izjasnilo se da takva potreba postoji, 9 (6.5%) ispitanika se izjasnilo da nisu sigurni, dok se nijedan ispitanik nije izjasnilo da ne postoji potreba (tabela 22). U odnosu na rezultate prethodnog istraživanja prema kojim se 86.1% ispitanika izjasnilo da postoji potreba oživljavanja sela, 11.9% ispitanika da nisu sigurni, a 2% ispitanika da takva potreba ne postoji (Smolović, 2022) primećuje se povećanje svesti stanovništva o potrebi oživljavanja sela i razvoja ruralnih područja.

Tabela 22. U Crnoj Gori postoji potreba oživljavanja sela

Table 22. In Montenegro, there is a need to revive villages

| | |
|------------------|-----|
| da | 129 |
| ne | 0 |
| nisam siguran/na | 9 |

ZAKLJUČAK / CONCLUSION

Međunarodno turističko tržište ocenjuje destinacije kroz svoje parametre. Stoga se Crna Gora uglavnom doživljava kao destinacija sa ograničenom turističkom ponudom. Bolja tržišna pozicija može se postići samo uvođenjem novih kvalitetnih usluga i proizvoda, preusmeravanjem sa tržišta masovnog turizma na ciljane tržišne segmente i zamenom jednog tradicionalnog turističkog proizvoda sa nekoliko konkurentskih. Ovo dovodi ruralna područja u fokus turizma.

Osim uloge u oživljavanju i repositioniranju crnogorske turističke ponude, ruralni turizam ima važnu ulogu u ukupnom razvoju zemlje. Znajući da su ova područja danas uglavnom u lošem ekonomskom stanju, pate od gubitka seoskih proizvodnih pogona i teške poljoprivredne krize, ne sme se propustiti mogućnost da se ponovo aktiviraju kroz održive oblike turizma.

Iako ruralni i agroturizam u Crnoj Gori imaju veliki potencijal, njihov razvoj je iznenađujuće spor u severnoj oblasti zemlje. Između ostalog, jedna od karika koja nedostaje je obrazovanje meštana. Naime, oni u većini slučajeva nisu upoznati sa mogućnostima koje su novi turistički trendovi doneli i stoga nisu u stanju da ih iskoriste. Pored toga, nedostaje im iskustvo i formalno obrazovanje u pružanju turističkih usluga i vođenju agroturističkih farmi. Dakle, njihovo obrazovanje o ovim predmetima je prvi korak ka postizanju rasta segmenta agroturizma.

Ruralni turizam u kombinaciji sa organskom poljoprivredom poseduje značajan potencijal kada je reč o povećanju prihoda lokalnog stanovništva, stope zaposlenosti i većem broju mlade radne snage u ruralnim područjima. Istovremeno, ruralni turizam može doprineti smanjenju migracija stanovništva iz ruralnih predela u urbane i smanjenju uvoza poljoprivrednih proizvoda. Kako bi se obezbedilo premošćavanje jaza između severnog i južnog regiona Crne Gore, neophodno je obogaćivanje ponude i razvijanje proizvoda koji će turiste motivisati da uživaju u zemlji i van glavne turističke sezone. Neophodno je turistima obezbediti priliku za otkrivanje lepote crnogorskih sela, njihove tradicije i kulture. Kada je reč o razvoju organske poljoprivrede, seoskim domaćinstvima je neophodna finansijska, obrazov-

na i stručna pomoć. Kako bi se obezbedilo približavanje mladih poljoprivredi uopšte i organskoj poljoprivredi posebno i podsticanje na razvijanje privatnog posla, neophodno je mladima obezbediti mogućnost posećivanja farmi i prisustvovanja javnim događajima vezanim za organsku poljoprivredu. Istovremeno, potrebno je iskoristiti nacionalnu televiziju i Internet u vidu promotivnih kanala kako bi se doprinelo promeni potrošačkih navika i promociji seoskih domaćinstava. Organska poljoprivreda može predstavljati lek za oživljavanje zapuštenih ruralnih područja na teritoriji Crne Gore i odličnu priliku za razvijanje privatnog biznisa od strane seoskih domaćinstava..

LITERATURA / REFERENCES

- [1] Babović, A., Babović, A. i Babović, A. (2015). Razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori. *BizInfo*, 6 (1), 79-90.
- [2] Berdegue, J. A., Bebbington, A. & Escobal, J. (2015). Conceptualizing spatial diversity in Latin American rural development: structures, institutions, and coalitions. *World Development*, 73, 1-10.
- [3] Borg, K. (2013). *The potential of organic farming to promote and develop agri-tourism in the island of Malta* (Essay). Malta: University of Malta.
- [4] Chase, L. C., Stewart, M., Schilling, B., Smith, B. & Walk, M. (2018). Agritourism: Toward a conceptual framework for industry analysis. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 8(1), 13-19.
- [5] Дашић, Г., Ануфријев, А., Милачић, Д. (2021) Екотуризам после пандемије COVID-19: могуће детерминанте развоја, *Ecologica*, 28(103), 435-442.
- [6] Despotović, A., Joksimović, M. & Jovanović, M. (2016). Socio-economic development requirements for agrotourism in Montenegro. *Agriculture & Forestry*, 62(4), 277-286.
- [7] Fagioli, F. F., Diotallevi, F. & Ciani, A. (2014). Strengthening the sustainability of rural areas: the role of rural tourism and agritourism. *Rivista di Economia Agraria*, LXIX(2-3), 155-169.
- [8] Kastenzholz, E., Eusebio, C. & Carneiro, M. J. (2016). Purchase of local products within the rural tourist experience context. *Tourism Economics*, 22(4), 729-748.
- [9] Khoja, A.H.A., Kovačević, M., Gardašević, J., Mohamoud, O.A. (2021), Održivi turizam u funkciji privrednog razvoja, *Ecologica*, 28(103), 355-362.
- [10] Kothari, H. & Perwej, A. (2021). Agro Tourism: A Way to Sustainable Development. *Wesleyan Journal of Research*, 13(68), 93-101.

- [11] Lane, B., Kastenholz, E. & Joao Carneiro, M. (2022). Rural Tourism and Sustainability: A special Issue, Review and Update for the Opening Years of the Twenty-First Century. *Sustainability*, 14(10), 6070.
- [12] Okech, R., Haghiri, M. & George, B. (2012). Rural tourism as a sustainable development alternative: and analysis with special reference to Luanda, Kenya. *Cultur, Revista de Cultura e Turismo*, 6 (3), 36-54.
- [13] Privitera, D. (2010). The importance of organic agriculture in tourism rural. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 4, 59-64.
- [14] Prokopenko, O. V. & Petrushenko, M. M. (2013). Systems-synergetic thinking to the environmental conflicts management at the territorial level. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 254-266.
- [15] Ryglova, K., Rašovska, I. & Šacha, J. (2017). Rural tourism – evaluating the quality of destination. *European Countryside*, 9(4), 769-788.
- [16] Shen, C. C., Liu, D. J. & Tseng, T. A. (2020). Establishing an organic agricultural tourism attachment model by integrating the means-end chain method and fuzzy aggregation operator. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 33, 67-114.
- [17] Shevchenko, H., Petrushenko, M., Burkynskyi, B., Khumarova, N. & Opanasiuk, Y. (2020). Management of wellness and recreation in urban agglomerations. *Problems and Perspectives in Management*, 18(1), 231-241.
- [18] Smolović, S. i Živanović, S. (2019). Ekonomija i globalizacija. *Zbornik radova. Međunarodna naučna konferencija o ekonomskom i društvenom razvoju*, Split, 257-264.
- [19] Smolović, S. & Kuzman, B. (2020). Agricultural production and tourism – a chance for development of rural areas of Montenegro. Tourism in function of development of the Republic Serbia, *Tourism and rural development – 5th international scientific conference*, Vrnjačka banja, 299-316.
- [20] Smolović, S. (2022). *Značaj ruralnog turizma i poljoprivrede sa aspekta održivog razvoja Crne Gore* (doktorska disertacija). Beograd: Alfa BK Univerzitet, Fakultet za finansije, bankarstvo i reviziju.
- [21] Stamenović, M. (2021). Qualitative analysis of effects of managerial perception on open innovation, *Revizor*, 24(95-96), 17-25.
- [22] Tanahashi, T. K. (2010). A theoretical profile of globalisation and its sustainability. *International Journal of Sustainable Society*, 2(3), 306-325.
- [23] Tenea, L. (2021). Challenges on Rural Area Management: Investigating the Relationship between Rural Development and European Funds. *Journal of Advanced Research in Management*, 12(1), 19-27.
- [24] Tetik, N. & Girgin, G. K. (2010). Farm tourism in the context of tourism product diversification, an example application from Turkey and recommendations for Bulgaria. *Management and education*, 6(1), 2572-2563.
- [25] Vesić, M., Bolović, J., Todorović, N., Pavlović, S. (2021). Uticaj pandemije COVID-19 na održivi razvoj ruralnog turizma u turističkoj regiji Zapadna Srbija, *Ecologica*, 28(103), 451-458.
- [26] Willer, H., Bteich, M. & Meredith, S. (2014). Country reports. In: Meredith, S. & Willer, H. (eds.), *Organic in Europe. Prospects and developments* (pp. 97-200). Brussels: IFOAM EU group.