

TERITORIJALNI KAPITAL RURALNIH PODRUČJA: PRIMER ANALIZE POTENCIJALA ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U SRBIJI¹

NATALIJA BOGDANOV

Univerzitet u Beogradu, Poljoprivredni fakultet, Zemun, e-mail: natalija@agrif.bg.ac.rs, Nemanjina 6,
11080 Zemun

DEJAN JANKOVIĆ

Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet Novi Sad, e-mail: jankovic@polj.uns.ac.rs, Trg
Dositeja Obradovića 8, 21 000 Novi Sad

SAŽETAK

U ovom radu analizirani su različiti aspekti teritorijalnog kapitala ruralnih područja Srbije u kontekstu mogućnosti razvoja ruralnog turizma. Opredeljenje za korišćenje analize teritorijalnog kapitala kao analitičkog sredstva motivisano je činjenicom da teritorijalni pristup ruralnom razvoju pruža bolje mogućnosti za sagledavanje i iskorišćenje potencijala određenih ruralnih područja, pod uslovom da su potencijali reflektovani u teritorijalnim razvojnim politikama i podržani globalnim-nacionalnim (multi)sektorskim merama agrarne i ruralne politike. Analiza je zasnovana na zvaničnim statističkim podacima i podacima/informacijama prikupljenim anketnim istraživanjem, intervjuima i sastancima sa fokus grupama. Analizirana su četiri tipična ruralna regiona Srbije, a za svaki od njih analizirano je pet dimenzija teritorijalnog kapitala: ljudski kapital, socijalni kapital, ekonomski kapital, kulturni kapital i prirodni kapital. Odabrani indikatori za pojedine dimenzije teritorijalnog kapitala su kvantifikovani i upoređeni po pojedinim regionima. Rezultati ukazuju na očekivanu heterogenost pojedinih komponenti teritorijalnog kapitala, te samim tim i na komparativne prednosti posmatranih regiona koje značajno variraju. Razlike u osnovnim razvojnim performansama ispitivanih ruralnih područja zahtevaju specifične razvojne strategije koje bi u većoj meri bile zasnovane na regionalnim osobenostima.

Ključne reči: teritorijalni kapital, ruralna područja, Srbija, ruralni turizam

¹ This paper is part of the research on the project "Rural labor markets and rural economy of Serbia - the diversification of income and poverty reduction" („Ruralno tržište rada i ruralna ekonomija Srbije – diverzifikacija dohotka i smanjenje siromaštva“), project ON 179028 and project "Sustainable agriculture and rural development in terms of the Republic of Serbia strategic goals' implementation within Danube region" („Održiva poljoprivreda i ruralni razvoj u funkciji ostvarivanja strateških ciljeva Republike Srbije u okviru Dunavskog regiona“), project III 46006.

UVOD

Razumevanje društva i njegovog razvoja iziskuje potrebu da se analiziraju relevantni faktori koji mogu da utiču na brzinu, tok i posledice društvenih promena u ruralnim područjima. Kontekst i značaj ruralnog razvoja nalaže da imamo u vidu kompleksnost različitih nivoa analize i politika (nacionalnih, regionalnih, lokalnih), ali i specifičnosti heterogenih ruralnih područja, koje zaslužuju da budu reflektovane u teritorijalnim politikama ruralnog, odnosno, regionalnog ruralnog razvoja. Istorijski gledano, različite politike koje su bile usmerene prema ruralnim područjima imale su različite ciljeve i zasnivale su se na različitim osnovama: prirodnim resursima, razvoju i transferu tehnologija, ljudskim resursima, ekonomskom kapitalu, socijalnom kapitalu i društvenim mrežama i sl. Koncept teritorijalnog kapitala predstavlja zahtev da se teritorijalne razvojne dimenzije (kapitali) adekvatnim teritorijalnim politikama transformišu (stave u službu) razvoja određenih područja.

Perspektive politike i prakse ruralnog razvoja važno je u uvodu ovog rada barem načelno smestiti u okvire diskusije o endogenim i egzogenim faktorima razvoja ruralnih sredina. Egzogenost dosadašnjih modela razvoja je očigledna, naročito na primeru paradigme modernizacije poljoprivrede i sektorskih politika (pre svega agrarne politike), i ogledala se u centralistički planiranim merama i njihovoj realizaciji, kontroli i upravljanju procesima ekonomskog srasta i razvoja ruralnih sredina. U ruralnim područjima, ovo se najčešće odnosi na proces modernizacije poljoprivrede ili nekog drugog sektora, industrijalizaciju i urbanizaciju (vidi, Janković 2008).. Ovi procesi, po prirodi stvari egzogeni u odnosu na ruralne sredine, uticali su i utiču na čitav niz društvenih promena ruralnim područjima. Jedna od osnovnih karakteristika preovlađujućih egzogenih pristupa jeste da se razvoj eksterno planira i određuje, da se on „transplatuje“ u ruralna područja, pri čemu se benefiti samog procesa razvoja često odlivaju van ovih područja (Slee 1993: 43). Sveukupno posmatrano, koncept modernizacije i ostalih egzogenih pristupa u ruralnom razvoju, generalno su kritikovani zbog toga što predstavljaju:

- „*zavisan razvoj*, koji se trajno oslanja na subvencije i odluke eksternih, udaljenih centara moći,
- *poremećen, deformisan razvoj*, koji je podržavao pojedine sektore, određena naselja i određene tipove biznisa (na primer, progresivne farmere), dok je druge zanemarivao, kao što je zanemarivao i ne-ekonomske aspekte ruralnog života,
- *destruktivan razvoj*, koji je izbrisao kulturne i ekološke razlike mnogih ruralnih područja,
- *diktiran razvoj*, smišljen od strane eksternih eksperata i planera“. (Lowe 2003)

Nasuprot egzogenim (spoljnim, eksternim) modelima društvenog razvoja, po prirodi stvari, stoje endogeni (unutrašnji, interni). U dualizmu razvojnih modela, endogeni razvoj determinisan je unutrašnjim snagama i resursima, endogenim iniciranjem procesa, participacijom lokalnih snaga u odlučivanju i trasiranju pravaca i dinamike razvoja. U suprotnosti sa egzogenim razvojem, endogeni nastoji da benefite razvoja zadrži u lokalnoj (regionalnoj) ekonomiji, kao i da se razvoj odvija u skladu sa lokalnim vrednostima (Slee 1994: 184). Ključni principi, koji su od osamdesetih godina prošlog veka naovamo vodili ideju endogenog

pristupa, ogledaju se u tome da „specifični resursi nekog područja (prirodni, ljudski, kulturni) čine ključ njegovog održivog razvoja“, pri čemu osnovnu „dinamičku snagu predstavlja lokalna inicijativa i preduzeća“. S obzirom na to da su osnovni problemi vezani za „ograničen kapacitet područja i društvenih grupa da participiraju u ekonomskim i razvojnim inicijativama, fokus ruralnog razvoja bio je na izgradnji kapaciteta (umeća, institucija, lokalnih mreža i infrastrukture), kao i prevazilaženju socijalne izopštenosti“ (Lowe 2003). Suštinski, ideja endogenosti zapravo implicira da se održivi razvoj i blagostanje nekog područja ne mogu dovoljno dobro postići centralizovanim, sektorskim, udaljenim, šablonskim merama i politikama, *već animiranjem lokalnih, endogenih resursa i aktera*:

„Ova hipoteza takođe podrazumeva da neko područje ima ili mora steći kapacitete da bi preuzelo deo odgovornosti za sopstveni socio-ekonomski razvoj. Drugim rečima, endogeni razvoj smatra da lokalne teritorije ne treba da se prepuste tome da budu žrtve širokih političkih i ekonomskih snaga; one imaju potencijal da utiču na promene u sopstvenu korist. *U sociološkim terminima, ovo sugeriše ideju kolektivnog delanja*“. (Ray 2000a: 2) (Naglasio D.J.).

Sinteza oba modela u *neoendogenom* konceptu može da se predstavi i kao pokušaj da se naglasi nužnost teritorijalnosti u ruralnom razvoju, pre svega kroz uvažavanje lokalnih potreba, participaciju i postepenu decentralizaciju. To znači da lokalne/regionalne potrebe predstavljaju polaznu tačku za razvojne aktivnosti; participacija obuhvata mnoštvo (lokalnih i spoljnih) aktera i mreža odnosa, ali i odgovornosti, koje opet latentno mogu da vode ka većoj koheziji, solidarnosti, razvoju identiteta i podizanju svih vrsta kapaciteta na lokalnom i regionalnom nivou. Egzogeno aktiviranje lokalne dinamike i potencijala (EU LEADER inicijativa kao tipičan primer), kao i saradnja sa egzogenim akterima, finansijskim i drugim ustanovama, u najvećem broju slučajeva predstavlja nerazdvojni segment ruralnog razvoja. Sa stanovišta neoendogenog modela, razvoj zasnovan na lokalnim resursima i participaciji može se animirati iz tri pravca: u okviru lokalnog područja, sa intermedijalnog (srednjeg) nivoa i odozgo - sa globalnog nivoa (Lowe 2003). To mogu biti, na primer, domaćinstva/gazdinstva, lokalne organizacije, udruženja, zadruge, privatna preduzeća, neformalne mreže; lokalna partnerstva, lokalna vlast, lokalne elite, regionalne razvojne agencije, NVO, nacionalne i internacionalne kompanije, javne agencije i institucije, masovni mediji itd.

U jednom od važnih dokumenata EU još iz kraja osamdesetih godina prošlog veka se ističe da

„Lokalni ruralni razvoj ne znači prosto sprovođenje određenih mera. On znači da se maksimalno iskoriste sve prednosti koje poseduje određeno ruralno područje: lepota prostora i pejzaža, visoko kvalitetni poljoprivredni i šumarski proizvodi specifični za to područje, gastronomski specijaliteti, kulturna i zanatska tradicija, arhitektonsko i umetničko nasleđe, inovativne ideje, raspoloživost radne snage, industrije i usluga koje već postoje... sve to da se iskoristi sa regionalnim kapitalom i ljudskim resursima, sa idejom da ono što nedostaje u smislu kapitala i koordinacije, konsultantskih usluga i usluga planiranja bude pruženo kao eksterna pomoć ovim područjima“ (EU Communities 1988: 48).

U ovom radu nastojali smo da istaknemo značajnu mogućnost primene ovakvih teorijskih okvira na ruralna područja u Srbiji, analizirajući rezultate empirijskog istraživanja o mogućnosti razvoja ruralnog turizma u četiri studije slučaja: region južnog Banata, Centralne Srbije, Istočne Srbije i donjeg Podunavlja. Osnovna hipoteza je da se uspešan razvoj ovog sektora i ovih regiona može postići samo ukoliko se u nacionalnim, regionalnim i lokalnim politikama razvoja adekvatno reflektuju potencijali, potrebe, ali i ograničenja za razvoj. Uvažavajući specifične dimenzije različitog teritorijalnog kapitala, moguće je kreirati adekvatne politike razvoja lokalne ruralne ekonomije (i uopšte adekvatan razvojni ambijent), ali je moguće i graditi ideje za podsticanje socijalnih partnerstava i integracije, po uzoru na LIDER (LEADER) inicijativu u Evropskoj uniji. Dosadašnje politike ruralnog razvoja u Srbiji nisu obraćale dovoljno pažnje na heterogenost njenih ruralnih teritorija, kao ni potrebu da se ova raznolikost adekvatno uvaži i podstiče.

Srbija je u tom smislu vrlo slična mnogim tranzicionim zemljama koje u nedostatku sopstvenih politika (a vrlo često i institucionalnih ograničenja pa i znanja za ruralni razvoj) pribegavaju nekritičkom preuzimanju rešenja (tzv. *copy-paste* rešenja), koja se preuzimaju iz domaće i strane prakse i najčešće nisu optimalna za heterogene probleme ruralnih područja.

Metodologija ovog istraživanja zasniva se na korišćenju tzv. desk research pristupa i podataka iz zvanične statistike, analizi postojećih i sopstvenih rezultata empirijskih istraživanja, prikupljenih fokus grupama, anketiranjem i polustrukturiranim intervjuima u okviru projekta *Sustainable tourism for rural development* (više o tome Bogdanov 2010).

1. TERITORIJALNI PRISTUP RURALNOM RAZVOJU

Pitanje regionalnog ruralnog razvoja vrlo je jasno povezano sa teritorijom, koja ne mora biti omeđena strogim administrativnim razgraničenjima, koliko funkcijama, relativno sličnom i integrisanom ekonomijom, socio-kulturnim identitetom i tome slično, a koji čine njegovu komparativnu prednost u odnosu na druga područja - regione. U teoriji se često upotrebljava pojam *teritorijalne konkurentnosti* koji, pored ekonomskog značenja „mogućnosti da se izdrži konkurencija na nekom tržištu“, podrazumeva istovremeno obezbeđivanje ekološke, socijalne i kulturne održivosti određenog prostora.

U pojedinim pristupima ovoj materiji (Leader 1999: 5) govori se o četiri dimenzije teritorijalne konkurentnosti:

socijalna konkurentnost – sposobnost aktera da uspešno delaju zajedno na bazi zajedničkih vizija, u vezi sa razvojnim projektima podržani saradnjom između različitih institucionalnih nivoa; *ekološka konkurentnost* – sposobnost aktera da najbolje iskoriste svoje okruženje, čineći ga distinktivnim elementom svog područja, pri čemu se istovremeno osigurava očuvanje i revitalizacija njihovih prirodnih resursa i nasleđa; *ekonomska konkurentnost* – sposobnost aktera da kreiraju i zadrže maksimum dodate vrednosti u okvirima područja jačanjem veza između sektora i pretvaranjem kombinovanih resursa u sredstva, kojima stiču prednosti u cilju podizanja vrednosti i distinktivnih obeležja svojih lokalnih proizvoda i usluga; *pozicioniranje u globalnom kontekstu* – sposobnost aktera da pronađu ulogu svog područja u odnosu na druga područja i spoljašnji svet, na takav način da detaljno razviju plan razvoja svoje teritorije i osiguraju njegovu vitalnost u okvirima globalnog konteksta.

Pojedini autori pored socijalne, ekonomske, ekološke, ističu još i političko-institucionalnu dimenziju (Rauch *et al.* 2001) i kulturnu dimenziju regionalnog ruralnog razvoja (Murdoch *et al.* 2003). Rej (Ray 2006b) govori o tzv. „kulturnoj ekonomiji“ (engl. *culture economies*), koja izvire, kako iz aktuelnih trendova regionalizacije i evropske politike ruralnog/teritorijalnog razvoja, tako i iz „drugačije prirode post-industrijskog potrošačkog kapitalizma“. Ovaj pristup postavlja kulturu kao osnov teritorijalnog identiteta, pri čemu ona vrlo široko podrazumeva čitav niz markera poput različitih jezika i dijalekata, hrane, folklora, zanata, istorijskog nasleđa, ali i prirodnog (specifičnog) okruženja. Pritom je određena teritorija, u proizvodnom smislu, okrenuta ka negovanju i(ili) konstrukciji teritorijalnog identiteta koji je valorizovan kroz različite proizvode i usluge koje se nude korisnicima ruralnog prostora i „potrošačima“.

Sociološki posmatrano, „teritorijalnu konkurentnost“ ne bi smeli da razumemo suviše usko, isključivo u ekonomskim terminima, kao sredstvo koje ima cilj/svrhu povećanje konkurentnosti nekog prostora u globalnim (tržišnim) okvirima. Nju bi trebali da razumemo i u smislu regiona koji predstavlja okvire u kojem se - na pravcima volje i aspiracija „lokalne“ populacije i regionalne prostorne blizine - zasniva

njihovo delanje i odlučivanje. Ovaj okvir zapravo predstavlja „iskustvenu osnovu koja služi kao strukturalna osnova za nastanak svesti o odgovornosti“, „kompetencija za delanje i upravljanje“, kao mogućnosti za *unutar-* i *među-*regionalnu saradnju i razmenu iskustava (a ne za jačanje autarkije i (ili) protekcionizma), kao način za minimiziranje efekata uticaja globalnih tržišta i tome slično (Šire, Müller 1998: 185-189).

Ruralni razvoj je širi okvir od regionalnog razvoja, jer u sebe, pored regionalnog pristupa, uključuje i čitav niz sektorskih pristupa, ali i pristupa sa lokalnog nivoa. Pod pojmom ruralnog razvoja možemo da podrazumevamo kako planske državne „intervencije“, ali delom i pozitivne društvene promene, koje se manje ili više spontano odvijaju istorijskim razvojem ruralnih prostora, obično po uticajima procesa modernizacije, industrijalizacije i urbanizacije društva. Potreba za intervencijom, u okvirima ruralne (razvojne) politike, proističe iz nužnosti smanjivanja siromaštva i društvenih nejednakosti seoske populacije, ali i potrebe razvojnih jednakosti celokupnog prostora određenog društva. Iako je smanjenje ruralnog siromaštva često ugrađeno kao fundament određenja ruralnog i regionalnog ruralnog razvoja (Rauch et al. 2001; slično, de Janvry and Sadoulet 2005), pojedini autori stoje na stanovištu da ono predstavlja osnovni cilj ruralnog razvoja, kako u nerazvijenim, tako i u razvijenim zemljama (de Janvry et al. 2002, prema Bogdanov 2007: 37).

Regionalni ruralni razvoj je, prema pojedinim mišljenjima, suštinski orijentisan ka ljudima sa ciljem smanjivanja masovnog ruralnog siromaštva (Rauch et al. 2001), a koje se može postići optimalnim razvojem pomenutih dimenzija, u okvirima neke manje ili veće teritorije. Iako sistematizacija osnovnih konceptijskih pristupa u strategijama ruralnog razvoja može da se odnosi na sektorski, teritorijalni i ljudski (orijentisan na ruralnu populaciju) (Bogdanov 2007: 41), sociološka percepcija ove problematike usmerava dodatnu pažnju na to da se u okvirima teritorijalnog pristupa, koji se orijentiše na potencijale, tj. konkurentnost određenog područja, u osnovi radi o pristupu koji cilja na široko shvaćene *sposobnosti aktera/populacije*. Time se dopunjava zaključak da akteri u određenom ruralnom području moraju da prepoznaju i iskoriste potencijale koje imaju (zajedno sa društvenim institucijama i organizacijama koje postoje u tom području) i da svojim kolektivnim delanjem pokušaju da prevaziđu ograničenja područja u kojem žive i rade. U tom smislu se smanjivanje masovnog ruralnog siromaštva može posmatrati kao konsekvencija regionalnog razvoja. (Janković 2012a).

Značaj „lokalnog“ ruralnog razvoja najavljen je već krajem osamdesetih godina prošlog veka u pomenutom dokumentu Evropske komisije *The future of rural society*, kojim je ukazano na potrebu eksterne podrške (politike ruralnog razvoja) endogenim potencijalima ruralnih područja. Endogeni potencijali i lokalni-teritorijalni pristup u ruralnom razvoju u politici Evropske unije predstavljali su korak napred u shvatanju da agrarna politika koja je dominirala ruralnom politikom (zajedno sa drugim - obično razdvojenim i često nekoordiniranim –sektorskim – merama), u različitim ruralnim područjima nije dala jednake rezultate po pitanju smanjivanja siromaštva i nejednakosti. Na taj način pojavilo se ključno pitanje razmatranja razloga zbog kojih neke planirane društvene promene i projekti ne doprinose razvoju pojedinih područja. Mogli bismo reći da se time uočila kompleksnost pitanja ruralnog razvoja i to, pre svega, na nivou planiranja i razumevanja ruralnog razvoja kao *procesa*. Ova kompleksnost razotkrivena je otvaranjem pitanja društvenih mreža, interakcija, odnosa moći aktera i institucija, participacije, lokalnih resursa i znanja/umeća, kapitala kojim ruralna područja različito raspolažu i možda još važnije, različito koriste u pravcu sopstvenog razvoja (Janković 2012b).

Region, kao razvojna kategorija, mora da pruži poziciju za sistematsko razvijanje mreže naselja, adekvatnu ekonomsku i prostornu preraspodelu privrednih kapaciteta, supsidijarnu raspodelu moći i vlasti, kao podršku lokalnim-regionalnim inicijativama, ali i odgovornosti za određene razvojne aktivnosti. Iako

postoje regioni različitih veličina (kao uostalom i lokalne samouprave različitih veličina), region predstavlja optimalni okvir za integralno i održivo upravljanje socio-ekonomskim, demografskim, kulturnim i ekološkim razvojem određene teritorije (Janković 2005) i najbolji kompromis između usitnjenih lokalnih inicijativa i „udaljenih“ globalnih nacionalnih planova razvoja. Regionalni okvir pruža mogućnost integralnog razvoja ili bolje rečeno, najbolji okvir za potencijalno ostvarivanje sinergijskog efekta lokalnih razvojnih inicijativa, zajedno sa podrškom koju pruža sistem globalnih (nacionalnih) mera podrške razvoju. Integralnost, kao princip, podrazumevao bi: konstruktivno povezivanje na nivou interno percipiranih zajedničkih interesa, potreba i mogućnosti za razvoj; povezivanje na nivou međusobnih inicijativa i akcija (društvenog delanja) i iskorišćavanje (ili izgradnju) socijalnog kapitala; održivo socio-ekonomsko i ekološko upravljanje razvojem i efikasnu „lokalnu“ implementaciju, monitoring i evaluaciju realizacije željenih razvojnih ciljeva.

2. A CONCEPT OF RURAL TERRITORIAL CAPITAL

Territorial capital was introduced in a context of a regional policy by the OECDs' *Territorial Outlook*. This document identified that "prosperity is increasingly a matter of how well each city or region can achieve its potential. Territorial capital refers to the stock of assets which form the basis for endogenous development in each city and region, as well as to the institutions, modes of decision-making and professional skills to make best use of those assets" (OECD, 2001 p. 13). EC confirmed this statement saying: "*Each region has a specific 'territorial capital' that is distinct from that of other areas and generates a higher return for specific kinds of investments than for others, since these are better suited to the area and use its assets and potential more effectively. Territorial development policies (policies with a territorial approach to development) should first and foremost help areas to develop their territorial capital*" (European Commission, 2005, p. 1, cited in Camagni, 2008). According to Brunori (Brunori, 2006, Brunori et al., 2007) territorial capital can be defined as the interaction among all the material and non material, private and public assets characterizing a territory where territorial governance is the process of combining the interactions and the interests of the different actors and their ability to use, combine and transform local assets (Vittuari, Bogdanov, Meyers, 2012:184).

Table 1. Nova paradig za politike ruralnog razvoja

	Stari pristup	Novi pristup
Opšti cilj	Proizvodnja i ekonomski rast	Održivi menadžment lokalnih resursa
Specifični ciljevi	Prihod na gazdinstvu, konkurentnost gazdinstava	Konkurentost ruralnih područja, valorizacija lokalnih resursa
Ključni sektori	Poljoprivreda	Različiti sektori ruralne ekonomije
Osnovni Instrumenti/alati	Subvencije	Investicije
Ključni akteri (individualno)	Farmeri	Ruralni preduzetnici
Strateške kompetencije individualnih aktera	Farm menadžment i nove metode u poljoprivrednoj proizvodnji	Preduzetnička vizija integracije poljoprivrede sa ostalim aktivnostima
Ključni akteri (institucionalno)	Nacionalne vlade	Svi nivoi (nad nacionalni, nacionalni, regionalni, lokalni)
Institucionalni pristup	Top down (Vlada)	Bottom up (Governance)

Source: Vittuari, Bogdanov and Meyers 2012: 183

From the analytical point of view, territorial capital comprises all factors accessible in the area, both tangible and intangible, which can be observed as the assets as well as development constrains. The territorial capital refers to the things that constitute an area's assets (activities, landscape, heritage, know-how, etc), and are not part of an accounting inventory exercise, but are intended to identify the distinctive features of an area whose value can be enhanced (LEADER 1999). U pogledu kvalitativnih opisa, merenja i kvantifikacije teritorijalnog kapitala nekog područja, u literaturi se mogu naći različite taksatomije komponente teritorijalnog kapitala, kao i indikatora kojima se on opisuje i meri.

Initially, this approach based on the territorial assets was elaborated in a local development framework, and was not directly linked with rural growth. The physical, financial and natural capital, the social and cultural context and political relevance for local development, were considered as seven core elements of local and regional development. An increased recognition of the importance of this approach in addressing development challenges of rural areas caused new systematization and elaborations of links between the various components of territorial capital. Therefore, EC (LEADER 1999) proposed eight components of territorial capital that are directly linked to the four types of territorial competitiveness (Table 2).

U Lider pristupu, koji bi mogao da posluži kao paradigma teritorijalnog principa u ruralnom razvoju, identifikuju se sledeće osnovne komponente pomenutih dimenzija:

	Ekološka konkurentnost	Socijalna konkurentnost	Ekonomska konkurentnost	Pozicioniranje u globalnom kontekstu
Fizički resursi Prirodni resurs, javni resursi i infrastruktura, istorijsko i arhitektonsko nasleđe	X		X	
Ljudski resursi – ljudi koji žive u nekom području sa svojim demografskim karakteristikama i društvenom strukturom	X	X		
Kultura/Identitet Vrednosti koje ljudi dele, interesi, stavovi..		X		
Know-how/Veštine		X	X	X
Upravljanje i finansijski resursi		X	X	X
Aktivnosti / biznis kompanije			X	
Tržišta / eksterne veze	X		X	X
Percepcija / Imidž	X			X

Tabela 2. Osnovne komponente teritorijalnog kapitala i njihovi međusobni odnosi. Izvor: Leader 1999: 22, 23

Odnose različitih formi kapitala analizirao je i Burdje (Bourdieu) koji, razumevajući osobenosti socijalnog kapitala, posmatra njegove odnose sa drugim formama kapitala - ekonomskim i kulturno-simboličkim kapitalom (Burdje 1999; Bourdieu 1983). U svom naučnom opusu, Burdje je takođe dao veoma značajan doprinos razumevanju socijalnog kapitala, koji posmatra kao jedan od oblika kapitala - pored ekonomskog i kulturno-simboličkog kapitala (Burdje 1999; Bourdieu 1983). On određuje socijalni kapital kao „skup aktuelnih ili potencijalnih resursa koji su povezani sa posedovanjem trajnih mreža više ili manje institucionalizovanih odnosa međusobnog poznavanja i priznavanja – ili drugim rečima, koji su povezani sa članstvom u grupama – koje obezbeđuje svakom od članova podršku kolektivno posedovanom kapitalu, „akreditiv“ koji im daje pravo na kredit, u različitom smislu reči“ (Bourdieu 1983: 51).

Od čega zavisi obim-količina socijalnog kapitala? Po Burdju, ona zavisi od veličine mreža ili veza koje pojedinac može da mobiliše² i od obima (ekonomskog, kulturnog ili simboličkog) kapitala koji on poseduje

² „Da bi osoba posedovala socijalni kapital, ona mora biti u odnosu sa drugima i upravo su ti drugi (a ne on sam) stvarni izvor njegove ili njene prednosti“ (Portes 1998: 7).

putem onih sa kojima je povezan. To znači da, iako je relativno nesvodljiv na ekonomski i kulturni kapital... socijalni kapital nikada nije potpuno nezavisan od njih (Bourdieu 1983: 51).

U smislu mobilizacije socijalnog kapitala i A. Portes (Portes 1998: 7) ističe „Da bi osoba posedovala socijalni kapital, ona mora biti u odnosu sa drugima i upravo su ti drugi (a ne on sam) stvarni izvor njegove ili njene prednosti“. Značajno je zato, prema mišljenju Burdjea, da je socijalni kapital povezan sa drugim oblicima kapitala pri čemu je ekonomski kapital u suštini najznačajniji i u korenu je svih ostalih oblika kapitala. Ako se posmatra veza sa društvenom strukturom, sledi da je posedovanje (i pristup različitim oblicima kapitala) nejednako distribuirano. To ukazuje na potrebu analize načina na koji se socijalni kapital može kombinovati i transformisati u druge oblike kapitala (vidi Janković 2007: 179-185). Iz tih razloga, prikaz dimenzija teritorijalnog kapitala u odabranim regionima Srbije smeru ka otkrivanju i korišćenju mogućih veza i mogućih transformacija različitih tipova kapitala u cilju razvoja case study regiona.

3. TERITORIJALNI KAPITAL RURALNIH PODRUČJA SRBIJE KAO POTENCIJAL ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA U SRBIJI

3.1. Metodologija procene teritorijalnog kapitala ruralnih regiona

U ovom delu rada predstavljeni su rezultati studije slučaja kojom su procenjivane različite dimenzije teritorijalnog kapitala u četiri odabrana regiona. Cilj je bio da se na osnovu odabranih indikatora odredi koliko postojeća razvijenost pojedinih dimenzija teritorijalnog kapitala odabranih područja korespondira sa njihovim opredeljenjem za forsirani razvoj ruralnog turizma.

Kao analitički okvir za ocenu teritorijalnog kapitala poslužila je lista odabranih indikatora, prikazanih u Tabeli 3. Vrednost indikatora određena je na osnovu tumačenja rezultata ankete sa ruralnim domaćinstvima koja se bave ruralnim turizmom, intervju sa lokalnim preduzetnicima koji pružaju turističke usluge ili su na drugi način povezani sa ovom aktivnosti i fokus grupama koje su formirane od predstavnika lokalnih vlasti. Na osnovu protumačenih rezultata, za svaki od posmatranih indikatora dodeljena je ocena na skali od 1 do 5 (gde 1 predstavlja najnepovoljniju, a 5 najpovoljniju vrednost u odnosu na neutralni odgovor ili prosečnu vrednost ukoliko je reč o kvantifikacijama).

Dimension	Concept	Indicators
Human capital	Lične osobine preduzetnički potencijal	Starosna i obrazovna struktura Participacija u obrazovnim programima i obukama vezanim za standarde prehrambene bezbednosti i turizma Posedovanje specifičnih znanja i veština relevantnih za unapređenje ekonomskog položaja domaćinstva i/ili pojedinca Informisanost o vidovima podrške poljoprivredi i preduzetništvu Prepoznavanje deficita u kvalitetu radne snage i potreba za dodatnim obukama
Social capital	Sposobnost da se nešto uradi zajedno/kolektivno Međusobno poverenje i povezanost između grupa Umreženost institucija i pojedinaca/domaćinstava	Prepoznatljivost/vidljivost lokalnih aktera u oblasti turizma Jačina, institucionalizovanost saradnje lokalnih aktera Poverenje i motivisanost preduzetnika za saradnju sa lokalnim akterima Uključenost žena kao donosioca odluka Relevantnost socijalnih mreža proisteklih iz prethodnog radnog iskustva
Economic capital	Obim i kvalitet resursa; izvori prihoda domaćinstava;	Obim fizičkih resursa (poljoprivrednih i turističkih) u poređenju sa prosekom Kvalitet fizičkih resursa (smeštajnih objekata) Stabilnost prihoda i njihovih izvora (održivost dohotka) Plasman lokalnih proizvoda kroz turizam Diversifikovanost turističkih usluga i sadržaja
Cultural capital	Forme znanja koje su specifične i povezane sa područjem Lokalno nasleđe	Tipičnost/prepoznatljivost kulturno-istorijskog nasleđa i lokalne arhitekture Tipičnost/prepoznatljivost lokalnih proizvoda (<i>local know-how</i>) Participacija domaćinstava u aktivnostima vezanim za korišćenje lokalnog nasleđa Relevantnost lokalnih brendova za turističku ponudu Procena tržišnog potencijala lokalnih proizvoda
Natural capital	Prirodni resursi (voda, vazduh, zemljište, biodiverzitet, ljudski pritisak na prirodne resurse)	Prepoznatljivost specifičnosti lokalnih resursa od strane lokalnog stanovništva; Atraktivnost lokalnih prirodnih resursa i mogućnost korišćenja u turističke svrhe; Diverzifikovanost prirodnih resursa Zadovoljstvo stanjem životne sredine, menadžment otpada Razvijenost komunalnih sistema

Source: author's elaboration

Table 3: Territorial capital analytical framework for four case studies of Serbian regions

3.3 Rezultati i diskusija

Case study of South Banat
HUMAN CAPITAL <ul style="list-style-type: none">• Prosečna starost i obrazovna struktura članova domaćinstva koja se bave turizmom je povoljnija u odnosu na prosek regiona;• Oko 25% domaćinstava ima članove koji su edukovani u oblasti različitih standarda kvaliteta, zdravstvene bezbednosti i sl. 30% ispitanika izjavilo je da su njihovi članovi domaćinstava bili uključeni u treninge i edukaciju iz ovih oblasti;• Uključenost u edukacione programe je mnogo veća i raznovrsnija, što se može pripisati bolje organizovanom sistemu transfera znanja na području Vojvodine, aktivnijom savetodavnom službom i većim brojem učesnika u sistemu diseminacije znanja i tehnologija;• Čak trećina ispitanika ima redovne kontakte sa stručnjacima iz oblasti turizma ili ih kontaktira prema potrebi;• Prema procenama ispitanika, postoji potreba unapređenja ljudskih kapaciteta, a ključna nedostajuća znanja i veštine su iz oblasti poznavanja tržišta, marketinga i standarda kvaliteta.• Visok procenat ispitanika (73%) procenjuje da je upoznato sa podrškom poljoprivredi i ruralnom razvoju, a svaki ispitanik zna barem ponešto o merama podrške MPŠV;• Ispitanici ne vrednuju visoko značaj svoje radne snage kao razvojnog potencijala, ali vrednuju inovativnost svojih članova. Interesantno je da su ispitanici bez obzira na nisko vrednovanje svojih ljudskih kapaciteta mogućnosti diversifikacije svog dohotka videli u delatnostima koje su visoko zavisne od kvaliteta ljudskog potencijala
SOCIAL CAPITAL <ul style="list-style-type: none">• Većina ispitanika kao ključnog aktera u promociji lokalnih proizvoda i turističkog potencijala kraja prepoznaje lokalnu samoupravu! Suprotno drugim regionima, ispitanici prepoznaju doprinos svih lokalnih žitelja unapređenju lokalnog turizma, a ne samo onih koji su direktno uključeni u ovu aktivnost (očuvanje tradicije, okoline)• NVO sektor, država i ruralna mreža najmanje su prepoznati kao promoteri lokalnih vrednosti i potencijala.• Samo četvrtina privrednika navodi kao razlog zbog kojih se opredeljuje za lokalne dobavljače potrebu da se kreira lokalno partnerstvo. Kupovina hrane i poljoprivrednih proizvoda na lokalnom tržištu motivisana je pre svega praktičnim razlozima (blizina tržišta - 38%). Svi preduzetnici smatraju da proizvode koje kupuju na lokalnom tržištu mogu naći i na drugom mestu.• Nosioci domaćinstava koji su ranije bili zaposleni češće nego u drugim regionima navode da im je prethodno radno angažovanje bilo korisno za započinjanje novog posla sa aspekta unapređenog socijalnog kapitala• Privrednicima je opština ključni partner (mnogo više nego u drugim regionima), zatim slede NVO i drugi akteri. Opština je više fokusirana na probleme u oblasti poljoprivrede, a manje u oblasti turizma.
ECONOMIC CAPITAL <ul style="list-style-type: none">• Domaćinstva koja se bave turizmom imaju gazdinstvo manje prosečne veličine u odnosu na prosek regiona; U poređenju sa drugim područjima, domaćinstva u ovom regionu češće poseduju i druge vrste fizičkog kapitala, opreme, koja se može upotrebiti za diversifikaciju turističkih usluga: prostor za rekreaciju, plovne objekte, vozila (bicikle, motocikle), lokale i vinske podruma; značajno veći procenat ispitanika u odnosu na druge regione procenjuje stanje svojih objekata i opreme kao odlično ili vrlo dobro. Blizu polovine domaćinstava ima kategorisane turističke objekte, čiji je kvalitet na nivou proseka;• Broj gazdinstava sa mešovitim prihodima je veći, a prihod od poljoprivrede je manje značajan nego u drugim područjima; gazdinstva koja se bave poljoprivredom u većoj meri su specijalizovana - procenat onih koji se bave „svaštarskom” proizvodnjom znatno je niži nego u drugim regionima (oko 20%)• Procenat potreba gostiju koji se podmiruje sopstvenom proizvodnjom na domaćinstvu je izuzetno nizak – pružaoci turističkih usluga se ne bave poljoprivredom ili im je ona sporedna delatnost koja ne obezbeđuje viškove potrebne za podmirenje turističke tražnje;• Ne postoji problem prikrivene nezaposlenosti a fizički resursi gazdinstava su iskorišteni u većoj meri. Strategija domaćinstva je orijentisana na veći stepen korišćenja raspoloživih potencijala, pre nego na širenje i ekspanziju u druge sfere poslovanja.
CULTURAL CAPITAL <ul style="list-style-type: none">• U pogledu vrednovanja lokalnih resursa i bogatstava, ispitanici su naveli veliki broj lokalnih manifestacija i kulturnih znamenitosti .• Kao proizvodi od najvećeg značaja izdvajaju se proizvodnja poljoprivrednih proizvoda na tradicionalan način i organizovanje lokalnih manifestacija, koji su za oko 80%

domaćinstava od visoke važnosti;

- Kao osnovni proizvodi regiona, identifikovani su vino, med, riblji specijaliteti i poljoprivredni proizvodi kao što su žito, suncokret i sl. Preovlađujući tradicionalni proizvodi nisu identifikovani, zbog velike disperzije odgovora na različite grupe proizvoda.
- Domaćinstva u relativno malom procentu (niže nego u ostalim područjima Srbije) koriste lokalno nasleđe i uživaju benefite od lokalnih brendova.
- Primetna razlika u odnosu na druge regione je da ispitanici ovog područja manji značaj pridaju lokalnim proizvodima kao faktoru očuvanju tradicije sela, i da u većem procentu smatraju da su njihovi proizvodi slični drugima
- Mali procenat ispitanika navodi kao razlog snabdevanja na lokalnom tržištu činjenicu da gosti insistiraju na tim proizvodima, što svedoči da region nema tipične lokalne proizvode i/ili da turistička ponuda nije bazirana na njima.

NATURAL CAPITAL

- U pogledu vrednovanja lokalnih resursa i bogatstva, ispitanici su naveli veliki broj prirodnih resursa (peščaru, reke, kanale, šume) za koje smatraju da su njihovi lokalni brendovi. Ispitanici kao najveći kapital svog kraja prepoznaju njegove „prirodne lepote“.
- Manje u odnosu na druge regione ističu kvalitet hrane, ali u većoj meri spominju vodene resurse i specifične vrste biljaka i životinja.
- U pogledu zaštite životne sredine, ispitanici su izrazili ubedljivo najveće nezadovoljstvo, kao i u drugim regionima i uzorcima domaćinstava, menadžmentom otpada, kanalizacionom mrežom, zaštitom životne sredine.
- Ubedljivo najveće nezadovoljstvo stanjem komunalnih usluga i infrastrukturom, ispitanici iskazuju u odnosu na stanje kanalizacije i sanitarne mreže. Otpad i kanalizacija su po oceni više od trećine ispitanika najveći komunalni problemi.

Case study of Central Serbia

HUMAN CAPITAL

- Prosečna starost članova anketiranih domaćinstava koja se bave turizmom je relativno povoljnija i ukazuje na vitalnost radne snage gazdinstva i značajan radni potencijal.
- Mali procenat domaćinstava (manje od 20%) ima članove koji su edukovani u oblasti standarda o zdravstvenoj bezbednosti hrane ili na kursovima sličnog sadržaja; sa druge strane, postoji visoka participacija članova gazdinstava u edukacionim programima vezanim za unapređenje standarda kvaliteta u turizmu.
- Državna podrška poljoprivredi i ruralnom razvoju generalno je dobro poznata ispitanicima koji su za nju zainteresovani.
- Prema procenama ispitanika, ključna nedostajuća znanja i veštine su poznavanje tržišta, marketing i finansije.
- Preko polovine ispitanika koristi usluge savetodavaca/stručnjaka, ali bez redovnih programa saradnje, već samo kada im zatrebaju
- Mogućnosti diversifikacije svog dohotka sagledavaju bez mnogo uvažavanja ljudskih potencijala kojima raspolažu.

SOCIAL CAPITAL

- Većina kao ključnog aktera u promociji lokalnih proizvoda i turističkog potencijala kraja prepoznaje *Ruralnu mrežu*; nešto niže, ali i dalje visoko, kao i u Vojvodini, stakeholderi kao ključnog partnera u afirmaciji i promociji turističkog potencijala vide opštinu, dok ostali akteri nisu prepoznati.
- Nosioци domaćinstava koji su ranije bili zaposleni takođe često navode da su im to iskustvo i poslovne veze bili korisni za započinjanje novog posla;
- Povezanost lokalnih stakeholdera je izuzetno niska i među njima nema partnerskog poslovnog odnosa zasnovanog na poslovnim ugovorima i zajedničkim inicijativama;
- Polovina stakeholdera ima poverenja u kvalitet proizvoda od lokalnih dobavljača (gazdinstava), ali ta veza/ poverenje nije tako jaka niti presudna u njihovim poslovnim relacijama.

ECONOMIC CAPITAL

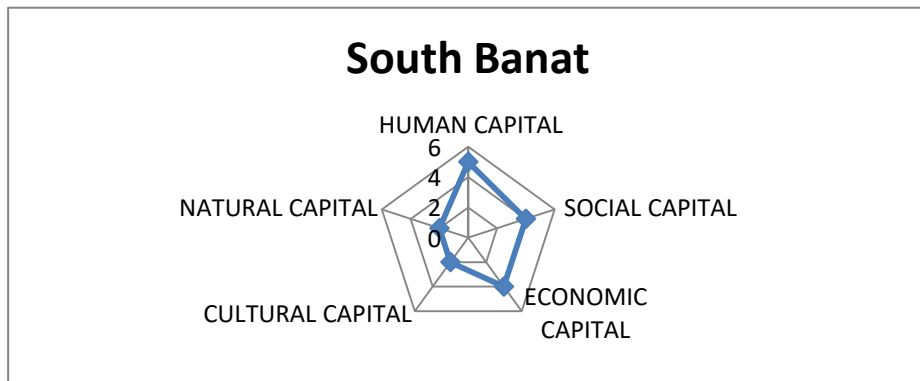
- Prosečna veličina gazdinstva je na nivou proseka, a procenat onih koji se bave „svaštarskom” poljoprivredom proizvodnjom je visok (61%) ispitanika.
- Smeštajni kapaciteti su po oceni 95% ispitanika u odličnom stanju i veliki broj gazdinstava ih u potpunosti koristi. Veoma mali broj gazdinstava poseduje bicikle, motore, plovna sredstva, ograđen i uređen prostor za kampovanje, kamp prikolice i slično.
- Za polovinu domaćinstava poljoprivreda je značajan izvor prihoda; domaćinstava svoje proizvode gotovo u celosti plasiraju kroz turističku ponudu, čime podmiruju čak 50% potreba gostiju u hrani;
- Turističke usluge koje domaćinstva pružaju nisu diversifikovane i svode se mahom na smeštaj, pripremu hrane i zimmice isl. Rekreativne aktivnosti i slični sadržaji nisu zastupljeni.

CULTURAL CAPITAL

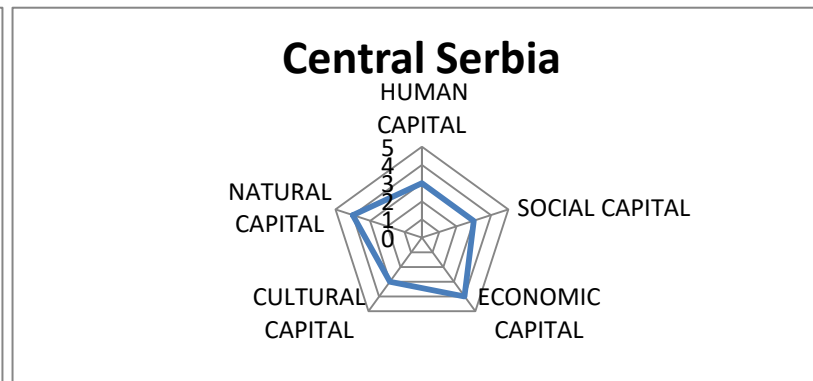
- Kulturno nasleđe je mnogo niže vrednovan resurs nego u drugim regionima, a vrlo često nije uopšte prepoznato kao faktor razvoja turizma;
- Kao tradicionalni proizvodi regiona, identifikovani su rakija, sir i kajmak. Osim ovih proizvoda, u značajno manjem procentu pominju se malina, šljiva (ili voće generalno) i med. Sa druge strane, domaćinstva koja se bave turizmom u ovom regionu češće navode rukotvorine i tradicionalne lokalne manifestacije kao deo svog kulturnog identiteta.
- Većina domaćinstava (64%) koristi lokalno znanje, potencijale i nasleđe, utoliko što proizvodi rakiju, vino i hranu pripremljenu na tradicionalan način. Ovi proizvodi se visoko cene, ali se smatra da je proizvodnja nedovoljna, nema kontinuirane ponude, da su ekonomski neisplative i da nemaju perspektivu na tržištu.
- Većina stakeholdera (58%) smatra da su lokalni proizvodi bolji od sličnih koji se proizvode u drugim krajevima u Srbiji, 14% smatra da su isti, a isti toliki procenat i da su skuplji nego drugi slični.

NATURAL CAPITAL

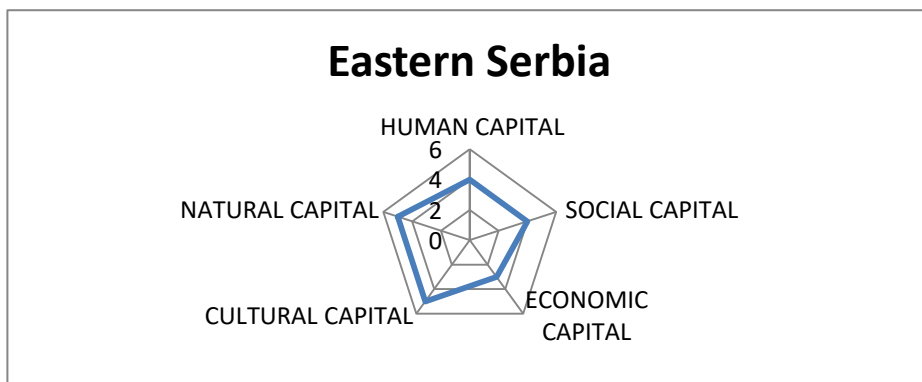
- Visoko vrednovanje prirodnih resursa: veliki konsenzus o tome da su lepa priroda (u širem smislu – uključujući čist vazduh, uslove za poljoprivrednu proizvodnju visokokvalitetnih proizvoda.), najvrednije što region poseduje;
- Osim banjskih mesta, druge posebno atraktivne destinacije nisu identifikovane;
- Lep pejzaž, prijatna klima, banje, čista voda i vazduh se navode kao osnovni prirodni resursi, ali ne i njihove posebne vrednosti, specifičnosti u odnosu na druga mesta u okruženju; osebna pogodnost detektovana je samo u pogledu lakše dostupnosti turistima i blizine velikih gradova;
- Komunalna infrastruktura je nedovoljno razvijena (izuzimajući puteve), a osnovni problemi su neadekvatan menadžment otpada (divlje deponije) i nepostojanje kanizacionih sistema.



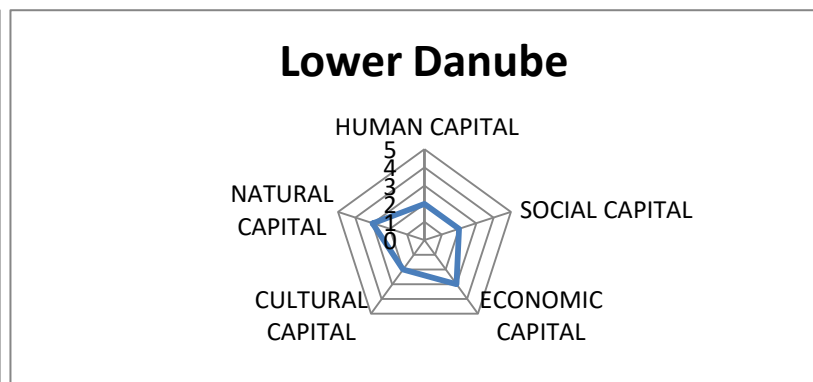
Slika 6: Ocena teritorijalnog kapitala južnog Banata



Slika 7: Ocena teritorijalnog kapitala Centralne Srbije



Slika 8: Ocena teritorijalnog kapitala Istočne Srbije



Slika 9: Ocena teritorijalnog kapitala donjeg Podunavlja

Case study of Eastern Serbia

HUMAN CAPITAL

- Prosečna starost članova domaćinstava je veoma visoka, (čak 46 godina), usled čega je i obrazovna struktura članova domaćinstava nepovoljnija u odnosu na druge regione.
- Poznavanje standarda o zdravstvenoj bezbednosti hrane, zaštiti životne sredine i drugim aspektima eksploatacije prirodnih resursa je veća u odnosu na ono koje su pokazali ispitanici u drugim regionima. Ov se pre svega može pripisati brojnim programima podrške unapređenju turističkih usluga, koji su u regionu implementirani proteklih godina, i koji su po pravilu započinjali programima edukacije.
- Državnu podršku poljoprivredi i ruralnom razvoju generalno poznaje preko veliki broj ispitanika, ali je visok procenat onih koji kažu da ne znaju dovoljno detalja (53%).
- Prema procenama ispitanika, ključna nedostajuća znanja i veštine su iz oblasti marketinga i tržišta, poznavanja novih trendova i finansijskog poslovanja

SOCIAL CAPITAL

- Većina ispitanika kao ključnog aktera u promociji turističkih potencija prepoznaje lokalnu samoupravu. Primetno je da se visoko vrednuje aktivnost NVO, kao i da se mnogo ređe se ispoljava stav da „niko ne radi ništa“.
- Svoj odnos sa lokalnom sredinom stakeholderi u najvećoj meri (41%) opisuju kao vrlo prisan. Ugovoreni poslovni odnosi sa malim proizvođačima kao dobavljačima nije praksa, ali se preduzetnici više nego u drugim regionima opredeljuju za stalne, redovne dobavljače i saradnike. U odnosu na druge regione uočava se bitna razlika u motivima lokalnih preduzetnika da saraduju sa lokalnim stanovništvom - visok je procenat stakeholdera (32%) navodi kao motiv saza saradnju sa lokalnim stanovništvom želju da lokalno stanovništvo zaradi, što u drugim regionima nije slučaj.
- Socijalne veze koje su nosioci domaćinstava stekli na prethodnim poslovima, bile su od velike važnosti za započinjanje posla u turizmu.

ECONOMIC CAPITAL

- Gazdinstva koja se bave turizmom imaju malu prosečnu veličinu poseda;
- 80% domaćinstava ima kategorisane turističke objekte, pri čemu bez objekata u prvoj kategoriji; kvalitet smeštaja zaostaje za drugim područjima, dok je zastupljenost posebne opreme i drugih objekata/resursa manja;
- Prihodi domaćinstava su veoma diversifikovani - preko 50% domaćinstava nema stabilan prihod, već preko 50% prihoda ostvaruju po osnovu povremene zaposlenosti, od renti i drugih izvora; Karakteristično za region je visok udeo domaćinstava sa prihodima od penzija (22% domaćinstava u kojima penzije čine 50% prihoda).
- Domaćinstva sve svoje viškove hrane plasiraju kroz turističku ponudu i ne pojavljuju se sa svojim proizvodima na lokalnom tržištu. Nedostajuće količine obezbeđuju od drugih lokalnih dobavljača, čime se lanac snabdevanja u velikoj meri zatvara na lokalnom tržištu .
- Turistički sadržaji su raznovrsniji nego u drugim područjima, pa koristi od turizma imaju i gazdinstva koja nisu direktno uključena u sektor.

CULTURAL CAPITAL

- Ispitanici su naveli veliki broj lokalnih manifestacija i kuturnih i istorijskih znamenitosti za koje smatraju da su njihovi lokalni brendovi. Ispitanici u ovom regionu pridaju upadljivo veći značaj svojim kulturnoistorijskim spomenicima.
- Kao tradicionalni proizvodi regiona, u najvećem procentu su identifikovani jagnjetina, raznovrsna lista proizvoda od mleka (sir, kačkavalj, belmuž), suveniri od drveta i vune, rakija, vino i med. Visoka podudarnost odgovora potvrđuje zaključak o *jakoj povezanosti stanovništva sa lokalnim identitetom*. Ispitanici ovog regiona više cene lokalne proizvode nego u bilo kom drugom području. Izvesno je da je zaista specifično lokalno znanje uključeno u njih i da su faktor različitosti i osobenosti svojih brendova ispitanici dobro procenili.
- Domaćinstva u visokom procentu koriste lokalno nasleđe i uživaju benefite lokalnih brendova.
- Većina ispitanika (73%) ocenjuje lokalne proizvode kao važne za turizam i očuvanje tradicije sela (68%), ali i pored stava 55% ispitanika da je proizvodnja mala, isti procenat smatra da ovi proizvodi mogu biti isplativi.
- Proizvodi ovog regiona imaju veliki tržišni potencijal– dobro su poznati turistima jer u većoj meri odražavaju originalno i specifično lokalno znanje.

NATURAL CAPITAL

- ispitanici u ovom regionu su naveli veliki broj prirodnih resursa i pridaju im upadljivo veći značaj nego u drugim regionima; kao najveći kapital svog kraja prepoznaju njegove prirodne lepote; mnogo su određeniji u valorizaciji svojih prirodnih resursa, navodeći širi spektar prirodnih bogatstava kao što su „hidroenergetski potencijal, vodopad i reke“, „vrelo“, „rudnici“, „pećine“, „šume“, „pivnice i drugi objekti tradicionalne arhitekture“.
- Prirodni resursi regiona su veoma atraktivni i pružaju mogućnost diverzifikovanije turističke ponude. Ovi potencijali su u velikoj meri neiskorišćeni zbog: nedostatka novca, preduzetničkog potencijala, znanja usled institucionalnih ograničenja (nerešena vlasnička prava i zakonodavni okviri).
- postoji izuzetno visok konsenzus o lošem stanju uređenosti ruralnog ambijenta u ovom regionu; Ovaj problem za ispitanike ima veći značaj u odnosu na neke esencijalne probleme, kao što je npr. stanje lokalnih puteva. Ovakav stav je još jedan dokaz o velikom značaju prirodnih resursa i lokalnog nasleđa za stanovništvo ovog regiona.
- Fizička infrastruktura je u izuzetno nerazvijena (između ostalog zbog niske gustine naseljenosti i demografskog praznjenja). Region je teško dostupan, a kvalitet struje, vodosnabdevanja i drugih komunalnih usluga nizak.

Case study of Lower Danube

HUMAN CAPITAL

- Prosečna starost članova domaćinstva koja se bave turizmom je visoka, a obrazovna struktura članova domaćinstava koja se potencijalno mogu uključiti u turizam je nepovoljnija u odnosu na druge tipove domaćinstava i regione;
- Primetno je nepovoljniji gender balance, što predstavlja pretnju razvoju turizma;
- Poznavanje standarda o zdravstvenoj bezbednosti hrane, zaštiti životne sredine i drugim aspektima eksploatacije prirodnih resursa, *znatno je niže u odnosu* na ono koje su pokazali ispitanici u drugim regionima. Postoji veoma nizak nivo participacije u edukacijama i treninzima vezanim za unapređenje standarda kvaliteta u turizmu. Manje nego u drugim uzorcima ispitanika, predstavnici ovog regiona osećaju potrebu za edukacijom i ređe bi bili spremni da za nju plate usluge stručnih lica;
- Državnu podršku poljoprivredi i ruralnom razvoju generalno poznaje većina ispitanika.

SOCIAL CAPITAL

- Ispitanici su kao ključnog aktera na promociji lokalnih vrednosti i samog kraja zapravo prepoznali u daleko najvećem procentu same sebe (61%), a odmah potom zastupljen je odgovor da „niko ne radi ništa“ (22%)!
- Doprinos lokalne samouprave i drugih stanovnika sela, kao svojih najbližih partnera, vrednuje se neuporedivo niže, a NVO sektor, turistička organizacija, država i sl. nisu ni pomenuti;
- U pogledu značaja saradnje sa lokalnim okruženjem, više od polovine stakeholdera navodi da je ta sradanja samo ad-hoc, neobavezujuća, bez ustaljenih formi partnerstva.

ECONOMIC CAPITAL

- Prosečna veličina korišćenog poljoprivrednog zemljišta po domaćinstvu koje ima gazdinstvo je 3.4ha, što je među najnižom vrednosti u odnosu na druge uzorke domaćinstava. Većina ispitanika (76%) je svoje gazdinstvo definisala kao „svaštarsko“;
- Većina ima kategorisane objekte, pri čemu pretežno u nižim kategorijama; Načelno, domaćinstva osim smeštajnim kapacitetima, raspoložu sa malo i nedovoljno raznovrsnih drugih sredstava za potrebe turizma;

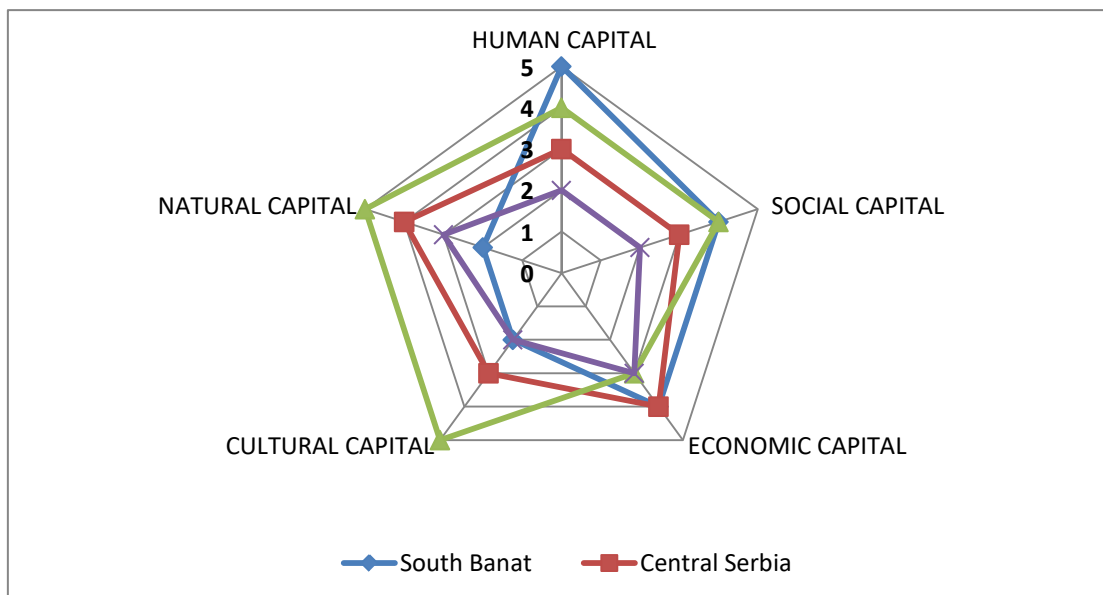
- Turistička ponuda koju domaćinstva pružaju u ovom regionu sastoji se od malog broja usluga i skoncentrisana je usko na smeštaj gostiju.;
- Ono što region izdvaja u odnosu na druga područja je udeo domaćinstava sa prihodima iz inostranstva – više od 15% domaćinstava ima preko 50% prihoda od svojih članova iz inostranstva ili stranih penzija;
- Procenat potreba gostiju koji se podmiruje sopstvenom proizvodnjom na domaćinstvu je nizak.

CULTURAL CAPITAL

- Ispitanici u poređenju sa drugim regionima u mnogo manjoj meri insistiraju na tradicionalnoj kuhinji i alkoholnim pićima;
- Mali procenat ispitanika koristi lokalno znanje, potencijal i nasleđe regiona, budući da samo 39% njih proizvodi tradicionalnu hranu, dok je u sve ostale aktivnosti uključen znatno manji broj ispitanika;
- Ispitanici ovog regiona podjednako cene vrednuju lokalne proizvode kao i ispitanici drugih regiona, ocenjujući ih kao važne za turizam i tradiciju sela, ali je *primetno da u manjem procentu smatraju svoje proizvode značajno boljim od drugih sličnih*;
- Kao najveći kapital svog kraja prepoznaju kulturno istorijsko nasleđe;
- Saglasnost oko tradicionalnih proizvoda je relativno mala i domaćinstva malo koriste lokalno nasleđe i uživaju benefite lokalnih brendova; visok procenat ispitanika (preko 38%), kao i u drugim uzorcima ovog regiona, smatra da su njihovi lokalni proizvodi jednako kvalitetni kao i drugi slični i da nemaju posebnu vrednost u tom smislu.

NATURAL CAPITAL

- U pogledu vrednovanja lokalnih resursa i bogatstava, ispitanici su iskazali veliko slaganje oko toga da su Dunav i rečna bogatstva osnovni brendovi njihovog kraja, sa ubedljivom prednošću u odnosu na sve druge pobrojane znamenitosti
- Ovako homogeni odgovori, pri tom veoma različiti u odnosu na opise koje su dali ispitanici u drugim područjima, govore da je region usko oslonjen na taj resurs.
- Komunalni sistemi su nedovoljno izgrađeni i zapušteni. Lokalno stanovništvo ocenjuje problem neadekvatnog menadžmenta otpada kao ključno ograničenje razvoja turizma.



Slika 10: Komparativna ocena teritorijalnog kapitala analiziranih regiona

4. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Cilj ovog rada bio je da se odredi koliko postojeća razvijenost pojedinih dimenzija teritorijalnog kapitala odabranih područja korespondira sa njihovim opredeljenjem za razvoj ruralnog turizma. Struktura različitih dimenzija teritorijalnog kapitala istraživanih područja pokazala je različitu razvijenost i povezanost pomenutih dimenzija, odnosno, na osnovu odabranih indikatora mogli su se uočiti različiti potencijali i prepreke za razvoj ruralnog turizma u istraživanim regionima. Odabrani indikatori različitih tipova kapitala proizašli su iz dostupnih podataka iz sprovedenog empirijskog istraživanja i govore u korist potrebe kreiranja različitih teritorijalnih politika regionalnog ruralnog razvoja (tj. razvoja ruralnog turizma u regionima), kako bi se iskoristile prednosti kapitala koji postoje, odnosno, radilo na otklanjanju prepreka u smislu nedostataka u određenim tipovima kapitala.

Iz predstavljene analize je evidentno bogatstvo kulturnog, prirodnog, ali i ljudskog i socijalnog kapitala područja Istočne Srbije, iako je ocena prisustva ekonomskog kapitala u odnosu na druge regione relativno manja. Relativno povoljnija slika teritorijalnog kapitala područja Istočne Srbije, pogotovo u pogledu prirodnog i kulturnog kapitala, je vrlo logična obzirom na to da je region kvalifikovan kao *Natural resources oriented economies mostly mountainous*. Visoke vrednosti ocena za kvalitet ljudskog i socijalnog kapitala u ovom regionu se mogu pripisati pre svega brojnim projektima za unapredjenje turizma, koji su u regionu implementirani proteklih godina. Sa druge strane, region je suočen sa visokim stopama depopulacije, niskom gustinom naseljenosti, visokim stopama starenja stanovništva i sl., što izvesno ne ide u prilog visokom kvalitetu radne snage i socijalnih veza. Ipak, sa aspekta mogućnosti razvoja turizma, dostignuti rezultati na unapredjenju ljudskog kapitala, kao i preduzetničkih i drugih relacija medju lokalnim akterima su evidentni.

Prosečna starost, obrazovanje, informisanost, edukovanost i kontakti sa stručnjacima istraživanih domaćinstava/gazdinstava južnog Banata pokazuju visok nivo ljudskog kapitala u odnosu na druge regione, a koji bi se mogli dobro iskoristiti u ruralnom turizmu, iako je ocena prirodnog i kulturnog kapitala

relativno niska. Ovaj region okarakterisan je kao region of *Highly productive agriculture and integrated economy*, što samo po sebi ukazuje da su performanse prirodnog kapitala više orijentisane ka eksploataciji visokokvalitetnog zemljišta za poljoprivredne namene, dok su drugi elementi prirodnog kapitala, čak i na nivou mikrolokacije koja evidentno ima potencijal za razvoj turizma, manje značajne. U tom smislu, dobijeni rezultati sugerišu da se turistička ponuda ovog regiona može bazirati na specifičnim vrstama usluga koje se ne “naslanjaju” u tolikoj meri na prirodne lepote i kulturno nasleđe, koliko na atraktivnost sadržaja npr. iz oblasti rekreacije. Razvijen ekonomski kapital, infrastruktura opremljenost, laka dostupnost i blizina velikih potrošačkih centara, se mogu smatrati ključnim prednostima ovog regiona.

Region donjeg Podunavlja, osim vrednosti prirodnog i ekonomskog kapitala (koja je komparativno skoro među najnižima), ne pokazuje zavidne ocene po pitanju ostalih tipova kapitala što ukazuje na potrebe da se različitim politikama eventualno stimuliše razvoj nedostajućih resursa, pod uslovom da kreatori razvojnih politika smatraju ruralni turizam značajnijim aspektom regionalnog razvoja, uzimajući u obzir pre svega prirodne potencijale tog kraja.

Više ocene ekonomskog kapitala regiona Centralne Srbije proističu iz postojanja značajnih smeštajnih kapaciteta i drugih uslova za razvoj ruralnog turizma, ali i plasmana značajnog dela proizvoda kroz turističku ponudu. Prirodni kapital se takođe visoko vrednuje, ali postoje niže vrednosti kulturnog, socijalnog i ljudskog kapitala usled relativno niskog vrednovanja kulturnog nasleđa, slabije povezanosti lokalnih stejkholdera i slabije edukovanosti i vrednovanja ljudskih potencijala sa kojima domaćinstva eventualno raspoložu. Doživljaj turizma kao razvojne opcije za ovaj region je (previše) tradicionalna, i oslonjena na prirodne lepote – landscape, banje i kulturne spomenike. Sa druge strane, upravo duga tradicija u pružanju usluga ruralnog turizma, dovela je do toga da su lokalni akteri ostali razjedinjeni, bez dovoljno umreženosti i inovativnosti u svojoj ponudi. Samim tim, ovaj region izložen je riziku da izgubi korak sa regionima koji tek započinju ovakve inicijative i sistemski unapređuju svoj teritorijalni kapital u tom pravcu. Činjenica da ovaj region pripada prostoru opisanom kao *Small urban economies with labour intensive agriculture*, ukazuje na pretnju gubitka identiteta u smislu da se resursi realociraju ka drugim sektorima urbane ekonomije.

Na kreatorima lokalnih/regionalnih politika razvoja je da ove prednosti i nedostatke analiziraju i iskoriste za potrebe jačanja prirodne, socijalne i ekonomske konkurentnosti regiona, odnosno, za bolje iskorišćenje prirodnih i kulturoloških specifičnosti regiona, sposobnosti aktera za uspešno zajedničko delanje i kreiranje i zadržavanje dodatih vrednosti u okvirima samog regiona. Uz to, pozicioniranje u globalnom kontekstu je pored pomenutih dimenzija teritorijalne konkurentnosti od posebnog značaja za razvoj ruralnog turizma uopšte pa i u istraživanim regionima. Pitanje je samo u kojoj meri će se lokalni donosioci odluka i kreatori razvojnih politika u okvirima razvojnih strategija i politika oslanjati na sektor ruralnog turizma i ulagati u njega sa ciljem unapređenja životnog standarda ruralne populacije i ekonomskih performansi regiona. Iz ovakvih analiza veoma je važno uočiti koji regioni, u kom aspektu i kakva prilagođavanja i ulaganja u određene resurse treba da se izvrše ukoliko je cilj održivi razvoj ruralnog turizma. Pritom je najvažnije koji sektor – delatnost ima najveću stopu povraćaja na investicije i kakve su manifestne, ali i latentne posledice investicija u razvoj određenih potencijala. Ovo je značajno napomenuti iz razloga što se ruralni turizam vrlo često neopravdano smatra „čarobnim štapićem“ za rešavanje problema razvoja ruralnih područja, bez prethodno sprovedene analize teritorijalnog kapitala i njegove adekvatnosti za razvoj ovog sektora.

SAŽETAK

U ovom radu analizirani su različiti aspekti teritorijalnog kapitala ruralnih područja Srbije u kontekstu mogućnosti razvoja ruralnog turizma. Opredeljenje za korišćenje analize teritorijalnog kapitala kao analitičkog sredstva motivisano je činjenicom da teritorijalni pristup ruralnom razvoju pruža bolje mogućnosti za sagledavanje i iskorišćenje potencijala određenih ruralnih područja, pod uslovom da su potencijali reflektovani u teritorijalnim razvojnim politikama i podržani globalnim-nacionalnim (multi)sektorskim merama agrarne i ruralne politike. Analiza je zasnovana na zvaničnim statističkim podacima i podacima/informacijama prikupljenim anketnim istraživanjem, intervjuima i sastancima sa fokus grupama. Analizirana su četiri tipična ruralna regiona Srbije, a za svaki od njih analizirano je pet dimenzija teritorijalnog kapitala: ljudski kapital, socijalni kapital, ekonomski kapital, kulturni kapital i prirodni kapital. Odabrani indikatori za pojedine dimenzije teritorijalnog kapitala su kvantifikovani i upoređeni po pojedinim regionima. Rezultati ukazuju na očekivanu heterogenost pojedinih komponenti teritorijalnog kapitala, te samim tim i na komparativne prednosti posmatranih regiona koje značajno variraju. Razlike u osnovnim razvojnim performansama ispitivanih ruralnih područja zahtevaju specifične razvojne strategije koje bi u većoj meri bile zasnovane na regionalnim osobenostima.

Cilj ovog rada bio je da se odredi koliko postojeća razvijenost pojedinih dimenzija teritorijalnog kapitala odabranih područja korespondira sa njihovim opredeljenjem za razvoj ruralnog turizma. Struktura različitih dimenzija teritorijalnog kapitala istraživanih područja pokazala je različitu razvijenost i povezanost pomenutih dimenzija, odnosno, na osnovu odabranih indikatora mogli su se uočiti različiti potencijali i prepreke za razvoj ruralnog turizma u istraživanim regionima. Odabrani indikatori različitih tipova kapitala proizašli su iz dostupnih podataka iz sprovedenog empirijskog istraživanja i govore u korist potrebe kreiranja različitih teritorijalnih politika regionalnog ruralnog razvoja (tj. razvoja ruralnog turizma u regionima), kako bi se iskoristile prednosti kapitala koji postoje, odnosno, radilo na otklanjanju prepreka u smislu nedostataka u određenim tipovima kapitala.

Iz predstavljene analize je evidentno bogatstvo kulturnog, prirodnog, ali i ljudskog i socijalnog kapitala područja Istočne Srbije, iako je ocena prisustva ekonomskog kapitala u odnosu na druge regione relativno manja. Relativno povoljnija slika teritorijalnog kapitala područja Istočne Srbije, pogotovo u pogledu prirodnog i kulturnog kapitala, je vrlo logična obzirom na to da je region kvalifikovan kao *Natural resources oriented economies mostly mountainous*. Visoke vrednosti ocena za kvalitet ljudskog i socijalnog kapitala u ovom regionu se mogu pripisati pre svega brojnim projektima za unapredjenje turizma, koji su u regionu implementirani proteklih godina. Sa druge strane, region je suočen sa visokim stopama depopulacije, niskom gustinom naseljenosti, visokim stopama starenja stanovništva i sl., što izvesno ne ide u prilog visokom kvalitetu radne snage i socijalnih veza. Ipak, sa aspekta mogućnosti razvoja turizma, dostignuti rezultati na unapredjenju ljudskog kapitala, kao i preduzetničkih i drugih relacija medju lokalnim akterima su evidentni.

Prosečna starost, obrazovanje, informisanost, edukovanost i kontakti sa stručnjacima istraživanih domaćinstava/gazdinstava južnog Banata pokazuju visok nivo ljudskog kapitala u odnosu na druge regione, a koji bi se mogli dobro iskoristiti u ruralnom turizmu, iako je ocena prirodnog i kulturnog kapitala relativno niska. Ovaj region okarakterisan je kao region of *Highly productive agriculture and integrated economy*, što samo po sebi ukazuje da su performanse prirodnog kapitala više orijentisane ka eksploataciji visokokvalitetnog zemljišta za poljoprivredne namene, dok su drugi elementi prirodnog kapitala, čak i na nivou mikrolokacije koja evidentno ima potencijal za razvoj turizma, manje značajne. U tom smislu,

dobijeni rezultati sugerišu da se turistička ponuda ovog regiona može bazirati na specifičnim vrstama usluga koje se ne “naslanjaju” u tolikoj meri na prirodne lepote i kulturno nasleđe, koliko na atraktivnost sadržaja npr. iz oblasti rekreacije. Razvijen ekonomski kapital, infrastruktura opremljenost, laka dostupnost i blizina velikih potrošačkih centara, se mogu smatrati ključnim prednostima ovog regiona.

Region donjeg Podunavlja, osim vrednosti prirodnog i ekonomskog kapitala (koja je komparativno skoro među najnižima), ne pokazuje zavidne ocene po pitanju ostalih tipova kapitala što ukazuje na potrebe da se različitim politikama eventualno stimuliše razvoj nedostajućih resursa, pod uslovom da kreatori razvojnih politika smatraju ruralni turizam značajnijim aspektom regionalnog razvoja, uzimajući u obzir pre svega prirodne potencijale tog kraja.

Više ocene ekonomskog kapitala regiona Centralne Srbije proističu iz postojanja značajnih smeštajnih kapaciteta i drugih uslova za razvoj ruralnog turizma, ali i plasmana značajnog dela proizvoda kroz turističku ponudu. Prirodni kapital se takođe visoko vrednuje, ali postoje niže vrednosti kulturnog, socijalnog i ljudskog kapitala usled relativno niskog vrednovanja kulturnog nasleđa, slabije povezanosti lokalnih stejkholdera i slabije edukovanosti i vrednovanja ljudskih potencijala sa kojima domaćinstva eventualno raspolažu. Doživljaj turizma kao razvojne opcije za ovaj region je (previše) tradicionalna, i oslonjena na prirodne lepote – landscape, banje i kulturne spomenike. Sa druge strane, upravo duga tradicija u pružanju usluga ruralnog turizma, dovela je do toga da su lokalni akteri ostali razjedinjeni, bez dovoljno umreženosti i inovativnosti u svojoj ponudi. Samim tim, ovaj region izložen je riziku da izgubi korak sa regionima koji tek započinju ovakve inicijative i sistemski unapređuju svoj teritorijalni kapital u tom pravcu. Činjenica da ovaj region pripada prostoru opisanom kao *Small urban economies with labour intensive agriculture*, ukazuje na pretnju gubitka identiteta u smislu da se resursi realociraju ka drugim sektorima urbane ekonomije.

Na kreatorima lokalnih/regionalnih politika razvoja je da ove prednosti i nedostatke analiziraju i iskoriste za potrebe jačanja prirodne, socijalne i ekonomske konkurentnosti regiona, odnosno, za bolje iskorišćenje prirodnih i kulturoloških specifičnosti regiona, sposobnosti aktera za uspešno zajedničko delanje i kreiranje i zadržavanje dodatnih vrednosti u okvirima samog regiona. Uz to, pozicioniranje u globalnom kontekstu je pored pomenutih dimenzija teritorijalne konkurentnosti od posebnog značaja za razvoj ruralnog turizma uopšte pa i u istraživanim regionima. Pitanje je samo u kojoj meri će se lokalni donosioci odluka i kreatori razvojnih politika u okvirima razvojnih strategija i politika oslanjati na sektor ruralnog turizma i ulagati u njega sa ciljem unapređenja životnog standarda ruralne populacije i ekonomskih performansi regiona. Iz ovakvih analiza veoma je važno uočiti koji regioni, u kom aspektu i kakva prilagođavanja i ulaganja u određene resurse treba da se izvrše ukoliko je cilj održivi razvoj ruralnog turizma. Pritom je najvažnije koji sektor – delatnost ima najveću stopu povraćaja na investicije i kakve su manifestne, ali i latentne posledice investicija u razvoj određenih potencijala. Ovo je značajno napomenuti iz razloga što se ruralni turizam vrlo često neopravdano smatra „čarobnim štapićem“ za rešavanje problema razvoja ruralnih područja, bez prethodno sprovedene analize teritorijalnog kapitala i njegove adekvatnosti za razvoj ovog sektora.

Korišćena literatura:

Janković D. (2005). Perspektive ruralnog razvoja u Srbiji. Tematski zbornik sa naučnog skupa „Multifunkcionalna poljoprivreda i ruralni razvoj“. Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd. Str.393-403, UDK 338.43.02(497.1*497.16)(082), ISBN 86-82121-30-1

Janković, D. (2007). Značaj socijalnog kapitala u razvoju lokalnih seoskih zajednica. *Zbornik Matice srpske za društvene nauke*. Novi Sad. Br 123. Str. 173-191. YU ISSN 0352-5732 UDK: 330.342.151(497.11-22) 316.334.55

Janković D. (2012a). Territorial Approach to Regional Rural Development. *Ekonomika poljoprivrede*. Br. 4. UDC 332.122:338.43 ISSN 0352-3462 str. 675-686

Janković D. (2012b). Ekološke dimenzije ruralnog razvoja. *TEME*. Niš. Br. 2. ISSN 0353-7919 UDK 316.334.55:502/504 Str. 627-642.

Janković, D. (2008). Social factors of rural community development. International Scientific Meeting: State, possibilities and perspectives of rural development on area of huge open-pit minings, Thematic Proceedings, Belgrade–Vruijci, 24-25th April 2008, стр. 290-298, ISBN 978-86-82121-55-8, Cobiss.SR-ID 148134412, CIP 338.43(082); 502.521:622.271(082)

Bogdanov Natalija, Stojanovic Zaklina (2006): Methodology for determining rurality and identification of rural Serbia, chapter in Agriculture and Rural Development of Serbia during the transition period, DAES, Faculty of Agriculture University of Belgrade; ISBN 86-86087-02-7; ISBN 978-86-86087-02-7, pp. 47-70,

Bogdanov, Natalija (2007). Mala ruralna domaćinstva u Srbiji i ruralna nepoljoprivredna ekonomija. UNDP. Beograd.

Bogdanov Natalija, Meredith D., Efstratoglou S. (2008): A Typology of Rural Areas of Serbia, Economic annals, 177/2008, pp. 7-29, Faculty of Economics, University of Belgrade, Belgrade.

Bogdanov N. (2010): Assessment of the potential contribution of rural tourism to small farming sektor and rural development in general, Sustainable tourism for rural development UN joint program, UNDP

Berkum Siemen Van and Natalija Bogdanov (2012): Serbia on the Road to EU Accession: Consequences for Agricultural Policy and the Agri-food Chain, CABI, Oxfordshire, UK, ISBN 978-1-78064-145-4

Capello R., Caragliu A., Nijkamp P. (2009): Territorial Capital and Regional Growth: Increasing Returns in Cognitive Knowledge Use, Tinbergen Institute Discussion Paper TI 2009-059/3, Amsterdam

Camagni R. (2008) Towards a Concept of Territorial Capital in Modelling regional scenarios for the enlarged Europe ed.by R. Capello, R. Camagni, B. Chizzolini, U. Fratesi, , Springer, Berlin.

Santini F., Silvia Saravia Matus, Geertrui Louwagie, Gert Guri, Natalija Bogdanov, Sergio Gomez Y Paloma (2012). Facilitating an area-based development approach in rural regions in the Western Balkans. IPTS - JRC, ISSN: 1018-5593; doi 10.2791/74324

Vlade Zarić, Natalija Bogdanov, Zorica Vasiljević (2012). Tradicionalni proizvodi Republike Srbije – prilog za ocenu institucionalnog okvira i potencijala za proizvodnju i zaštitu proizvoda. Zbornik radova sa međunarodnog skupa „Tradicijom usprkos krizi – može li se?“. Vinkovci, 8-9 septembra 2012. Izdavač Poljoprivredni fakultet u Osijeku. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera. Osijek. pp 47-58, ISBN 978-953-7871-03-1.

LEADER European Observatory (1999). Territorial competitiveness. Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience. “RURAL INNOVATION”. DOSSIER N° 6 – PART 1.

- Hillyard, S. (2007). *The Sociology of Rural Life*. Berg. Oxford. New York.
- Rauch, T. Bartels, M. and A. Engel (2001). *Regional rural development: a regional response to rural poverty*. GTZ-BMZ.
- Murdoch, J., Lowe, P., Ward, N. and Terry, Marsden (2003). *The differentiated countryside*. Routledge. London.
- Ray, C. (2006). *Culture Economies: a perspective on local rural development in Europe*. Centre for Rural Economy. Newcastle.
- Müller, Christa (1998). *Von der lokalen Ökonomie zum globalisierten Dorf. Bäuerliche Überlebensstrategien zwischen Weltmarktintegration und Regionalisierung*. Campus Verlag. Frankfurt.
- De Janvry, A. and Elisabeth, Sadoulet (2005). *Achieving success in rural development: toward implementation of an integral approach*. *Agricultural Economics*. Vol. 32 (1). P. 75 – 89.
- Suriñach, J., Moreno, R. Autant-Bernard, C., Heblich, S., Iammarino, S., Paci, R. and Parts, E. (2010). *Intangible Assets and Regional Economic Growth (IAREG)*. Scientific Executive Summary. FP7, SSH– 2007. No. 216813. http://www.iareg.org/uploads/media/SCIENTIFIC_EXECUTIVE_SUMMARY_9_7_2010_DEF.pdf
- Slee, B. (1993). *Endogenous development; a concept in search of a theory*. CIHEAM – Options Mediterraneennes. Strengthening endogenous development patterns in European agriculture. Ser. A. No. 23.
- Slee, B. (1994). *Theoretical aspects of the study of endogenous development*. In Ploeg, J.D. van der and Ann, Long (ed). *Born from within. Practice and perspectives of endogenous rural development*. Royal Van Gorcum. Assen.
- Lowe, P. (2003). *Neo-Endogenous Development, Territory and Rural Innovation*. http://www.sociologia.unical.it/rural_areas/paper/eng/lowe.ppt
- European Communities – Commission (1988). *The future of rural society*. Supplement 4/88 *Bull. EC*. Luxembourg.
- MPŠV R. Srbije (2009). *Plan strategije ruralnog razvoja Srbije 2009-2013*. Beograd.
- Bourdieu, P. (1983). *The forms of capital*. In Richardson J. E. (ed.). (1986). *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*. Greenwood press. 241-258. <http://econ.tau.ac.il/papers/publicf/Zeltzer1.pdf>
- Burdje, P. (1999). *Nacrt za jednu teoriju prakse*. Zavod za udžbenike i nastavna sredstva. Beograd.
- Portes, A. (1998). *Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology*. *Annual Review of Sociology*. Vol. 24. P. 1-24.
- Matteo Vittuari, Natalija Bogdanov and William Meyers (2012). *Ruolo del capitale territoriale e diversificazione: applicazione al Sud-Est Europa*. in *Sostenibilita dello sviluppo e dimensione territoriale* ed. by Z. Andreopoulou, G.P. Cesaretti and R. Misso, Franco Angeli, Italy, ISBN 978-88-204-0041-5 pp.179-205.
- OECD (2001), *Multifunctionality Towards an Analytical Framework*, OECD Publications, Paris.
- Brunori G. (2006), *Post-rural processes in wealthy rural areas: hybrid networks and symbolic capital*. *Research in Rural Sociology and Development*. Volume 12. 125-152. Elsevier Ltd.
- Brunori G., Rossi A. (2007). *Differentiating countryside: social representations and governance pattern in rural areas with high social density: the case of Chianti, Italy*. *Journal of Rural Studies*. No. 23. p. 183-205. Elsevier.