

## MENADŽMENT AGROTURIZMA

Seoski turizam ima višestruki značaj za integralni razvoj agroproizvodnje i sela. U selima su izrađene savremene kuće, koje sa ostalim sadržajima, ambijentom i ekološkom hranom pružaju uslove za razvoj seoskog turizma.

*Svetska turistička organizacija* WTO (World Tourism Organization) definisala je ciljeve, strategiju razvoja, organizaciju, marketing i ulaganje u razvoj seoskog turizma.

Zadaci razvoja seoskog turizma su:

- seoski turizam omogućuje stvaranje prihoda i otvaranje radnih mesta,
- reguliše zaštitu životne sredine u cilju razvoja seoskog turizma,
- pravnim propisima omogućuje razvoj seoskog turizma,
- oživljava vitalne postojeće usluge na selu i kvalitet života,
- čuva kulturnu baštinu na selu,
- afirmiše tržišnu ekonomiju.

*Vizija seoskog turizma* zasniva se na principima: alternative masovnom tržišnom turizmu, održivom pristupu u ekonomskom razvoju, zajedničkoj strategiji planiranja partnerstva privatnog i javnog sektora, harmonizaciji standarda u turizmu, ravnoteži između razvoja, stagnacije i zapošljavanja.

Strateški pristupi seoskom turizmu su:

- dobra organizacija i saradnja,
- povezivanje i mreža saradnje između učesnika u seoskom turizmu,
- zakonski pristup o prirodnim i kulturnim prednostima destinacija,
- grupna preduzeća na selu za izgradnju kritične mase objekata.

Razvoj održivih proizvoda seoskog turizma podrazumeva:

- istraživanje tražnje za proizvodima i kreiranje proizvoda,
- segmentaciju tržišta, na osnovu prepoznavanja potreba različitih kategorija potrošača i kreiranja proizvoda prema njihovim zahtevima,
- kvalitet proizvoda najvišeg standarda za potrošača,
- diverzifikaciju na segmente u okviru raznih vrsta agroturizma,
- kupovina lokalnih proizvoda je važna turistička aktivnost i
- klasifikacija, ili gradacija minimalnih standarda proizvoda i usluga.

*Efikasna organizacija* obuhvata opštinske organizacije, davaoce usluga smeštaja, druge davaoce turističkih usluga i lokalnu-regionalnu upravu. Ona je odgovorna za određivanje vizije i strategije, organizaciju i održavanje sistema klasifikacije, marketing seoskog turizma po oblastima, pružanje usluge nosiocima turizma, razmenu iskustava, obuku, finansiranje i lobiranje kod vladinih i drugih agencija.

Marketing miks obuhvata:

- zaštita imena podrazumeva kreiranje posebnog imena, destinacije, dodatno obezbeđenje potrošača, podrška glavnih marketinških aktivnosti, informacije za posetioce, označavanje predmete u maloprodaji,
- organizatori putovanja koriste se za promovisanje smeštajnih kapaciteta u seoskim lokalitetima,
- direktan marketing proizvoda i korišćenje interneta za promovisanje proizvoda seoskog turizma,
- kooperativni marketing objedinjuje troškove marketinga kombinovanog sa potrebom da se potrošaču ponudi kompletna usluga smeštaja i prateće aktivnosti,
- prekogranične inicijative polaze sa stanovišta da su lokalne sredine blizu granica pozicionirane za uključenje u prekogranične inicijative za međusobnu saradnju, zajedničku obuku i marketing radi ponude usluga iz dve različite zemlje.

*Obuka i obrazovanje* su ključni uslovi za razvoj seoskog turizma i podrazumeva obuku trenera, obuku za davaoce usluga u seoskom turizmu (briga o potrošaču, znanje stranih jezika, standardizacija proizvoda, razumevanje potreba partnera, znanje o proizvodu, osnove marketinga i internet) i obuku zvaničnika u vladi i opštini.

*Pored investicija potrebno je ulagati u ljudske resurse. Učesnici u finansiranju su:* privatni sektor, podrška vlade (u tehničkoj pomoći, razvoju infrastrukture, razvoju velikih projekata na strateškim lokacijama, davanjem kredita i subvencija, poreska podrška), međunarodne agencije i finansiranje, pravna regulativa zaštite životne sredine i zakonske regulative za razvoj seoskog turizma(agroturizma).

Farmeri su dobri domaćini i spremni da prihvate i ugoste turiste. Potreban je savremeni marketing koncept u prezentaciji ponude na selu sa svim sadržajima i konkurentnom cenom boravka.

Integralna veza između turizma i agrara zasniva se na zadovoljenju potreba sadržanih u širokoj listi turističke potrošnje, stvaranju mogućnosti boljeg i potpunijeg korišćenja radne snage u ruralnoj sredini i na dinamiziranju razvoja ruralnih područja. Sa razvojem turizma i podizanjem kvaliteta usluga, povećava se udeo agrarnih i finalnih proizvoda, u vrednosti ugostiteljskih usluga.

Turizam, kroz valorizaciju atraktivnih seoskih pejzaža, bitan je faktor razvoja nerazvijenih područja, dopunskih zanimanja i dodatnih prihoda seoskog stanovništva. Unapređuje proizvodnju i kvalitet proizvoda, utiče na tražnju i izmenu kulture življenja na selu. U ekonomskoj sferi, turisti se snabdevaju hranom, tako da se povećava zaposlenost, stvaraju uslovi za razvoj sela i raste životni standard farmera.

Sa socijalnog aspekta, turizam je brana migracijama sa sela. Turizam utiče na prostorno i urbano uređenje sela, povećanje obrazovno-kulturnog nivoa seoskog stanovništva i politizaciju sela.

Turizam, sa aspekta potrošnje, utiče na razvoj agrarne proizvodnje, na zaposlenost u poljoprivredi i ruralnoj sredini, na uslove života i rada na selu.

Selo ulazi u turističku ponudu, kroz odmor u seoskom ambijentu, sa uključivanjem domaćinstava u turističke usluge, lovni turizam sa uslugama smeštaja,

ishrane, ribolova sa pratećim uslugama, organizacije turističkih manifestacija iz delokruga agrara – berbe, smotre i priredbe.

Postoji direktna tražnja turističke privrede za agrarnim proizvodima i prerađevinama, što utiče na obim, vrstu i kvalitet proizvoda i na veći prihod farmera.

Turizam je veliki potrošač agrarnih proizvoda i utiče na stabilan razvoj poljoprivrede.

Turizam je i dopunska delatnost agrara kroz iznajmljivanje zemljišta za gradnju objekata, dodatno zapošljavanje u turizmu, pružanje smeštaja i ishrane na selu. Turizam utiče na kvalitet života na selu.

Ključni faktori uticaja turizma na agrar i selo su:

- u proizvodnji – turizam kao dopunska delatnost agrara,
- u realizaciji – turizam kao tržište agrarnih proizvoda,
- u razvoju – turizam kao faktor razvojnih trendova u agraru, jačanje ekonomske osnove razvoja i standarda na selu,
- u vanekonomskoj oblasti – turizam kao faktor zaustavljanja migracija, povećanja obrazovnog i kulturnog nivoa na selu, urbanizacije i politizacije farmera.

Efekti seoskog turizma su bitni sa aspekta ukupnog razvoja sela, dodatnih prihoda, zapošljavanja i podizanja opšte kulturnog življenja, razvoja uslužnih delatnosti i domaće radinosti.

Razvoj seoskog turizma zahteva i značajna ulaganja u objekte i opremu, infrastrukturu, sportske sadržaje.

Seoski, banjski, planinski, zdravstveni, sportski i tranzitni turizam imaju perspektivu i značajan uticaj na razvoj ekološke proizvodnje hrane, većih prihoda i kvalitetnijeg života.

Stepen razvijenosti savremenog sela meri se indikatorom razvijenosti *infrastrukture*. Ona odražava uslove života. U državama sa razvijenom ekonomijom, u ruralnim područjima izgrađeni su svi sadržaji infrastrukture.

Selo je doživelo preporod, ali još uvek ima sela gde nisu izgrađeni osnovni sadržaji za kvalitetniji život i ostanak mladih. Selo treba da ima savremene puteve, školu, električno osvetljenje, dom kulture, dom zdravlja, telefon, vodovod, obdanište, sportske sadržaje, čitaonicu, etnografsku kuću, prodavnicu, restoran, crkvu i uređeno groblje.

Najveći broj domaćinstava ima električno osvetljenje i kućne aparate. Nivo telekomunikacija je nerazvijen, jer mali broj domaćinstava ima telefon. Sa razvojem mobilne telefonije poboljšan je stepen komunikacije. Potrebno je povećati broj telefona, po domaćinstvu, radi stvaranja uslova da mladi savremeno komuniciraju i koriste internet.

Putna mreža nije na zadovoljavajućem nivou. Nisu sva sela povezana sa regionalnim i magistralnim putevima. Potrebno je izgraditi puteve do njiva, radi lakšeg i ekonomičnijeg rada i korišćenja mehanizacije. U brdsko-planinskim područjima pretežno su izgrađeni zemljani, ili šumski putevi. Putna mreža je nekvalitetna, a ova područja su povoljna i dominantna za proizvodnju ekološke hrane i razvoj seoskog i planinskog turizma.

Manji deo seoskih domaćinstava ima savremene kuće za stanovanje, privredne objekte za proizvodnju sa uređajima na električni pogon. U nekim selima, izgrađeni su sportski tereni, renovirane škole, domovi kulture, domovi zdravlja i biblioteke. U toku je izgradnja vodovoda do sela i drugih sadržaja. Značajan problem je u tome, što je selo u velikoj meri ostarelo i ispražnjeno posebno u brdsko-planinskom području.

Koncept integralnog razvoja ruralnih područja i sela, treba da ublaži dalji odlazak mladih sa sela. S obzirom na izraženu nezaposlenost u urbanim sredinama za očekivati je da se sa razvojem sela i agrobiznisa izvestan broj vrati, radi i živi na selu.

Akademik Lukić je pisao da smo imali školu koja je školovala decu za grad, a ne i za rad u agraru i na selu. Kako mlade sada naučiti da vole selo, ratarstvo, povrtarstvo, stočarstvo i voćarstvo i vinogradarstvo. Da se vrate? Kako da nauče da rade? Da li je to izvodljivo i primenljivo kod dece, koja su odrasla u gradu?

Nije značajnije poboljšan način života na selu. Uslovi su daleko od urbanih. Integralni razvoj sela i operativni rad na razvoju svih sadržaja i biznisa, imaće uticaja na ostanak i delimični povratak selu. Da bi mladi ostali na selu potrebno je razviti proizvodnju, uvesti mehanizaciju i stvoriti uslove za kvalitetniji život.

Obrazovanje na selu treba da bude u funkciji razvoja ekološke proizvodnje i sela. Treba da afirmiše seosku sredinu i da neguje identitet seljaka (farmera) i sela. Uspostaviti sadržajne veze između škole, ruralnog razvoja i razvoja sela. Potrebno je razviti nove sadržaje predškolskog i osnovnog obrazovanja iz agrara i agroprerade. Cilj je da se đaci upoznaju sa svim vidovima proizvodnje, stvaranja, kulture i života na selu. Istovremeno je potrebno, edukovati proizvođače iz svih oblasti ekološke agroprivrede. U osnovnim školama potrebno je uvesti predmete iz agrara i ekologije. Organizovati ogledna dobra i ekobašte, posećivati ugledne farmere, stručne službe, zadruge i agropreduzeća.

U školi ili selu osnovati etnomuzeje. Škola u prirodi bila bi milje i edukacija za proizvodnju ekološke hrane i očuvanje životne sredine.

U školama organizovati predavanja agrarnih ekostručnjaka, književnika, umetnika, filozofa i sociologa sela, etnografa za đake i farmere. Tako bi škola razvila ljubav prema agraru i selu i afirmisala obrazovni deo za razvoj.

Etnomuzeji, centri za kulturu, biblioteke, etnoparkovi, ekološke bašte, poljomuzeji, informatika, spomenici kulture, seoska kuća, crkva, groblje i arheološka nalazišta su sadržaji koji se sreću u selima. Zahtevaju očuvanje i izgradnju novih sadržaja. Potrebno je reformisati srednje, više i visoko obrazovanje iz agrara, šumarstva, vodoprivrede, veterine, u skladu sa vlasništvom, ruralnim razvojem i razvojem ostalih delatnosti. Uskladiti zahteve primenjene agrotehnologije u proizvodnji ekološke hrane i očuvanja životne sredine.

Neophodno je razviti ljubav za čuvanje kulturne tradicije i sadržaja seoske kulture. Pratiti odnose ruralne i urbane kulture. Mediji treba da budu u funkciji i afirmaciji ruralne kulture, tradicije, običaja, novih dostignuća, da informišu o inovacijama i uticaju agrobiznisa na razvoj svih kulturnih i drugih sadržaja.

Proizvodnja ekološke hrane je zasnovana na prodoru inovacija, znanja i kulture proizvodnje i kulture očuvanja životne sredine.

Stalna migracija, nestajanje sela, odlazak mladih, zatvaranje škola itd. pokazuje da je veće ulaganje u razvoj ruralnih područja neophodan uslov za bolje korišćenje

povoljnih ekoloških uslova, za proizvodnju i izvoz ekohrane, kao i razvoj i ostanak na selu.

Potrebno je da nadležne institucije organizuju redovno obrazovanje agrarnih proizvođača, posebno iz ekološke proizvodnje.

Ruralni razvoj zahteva dobro osmišljenu ekonomsku, ekološku i socijalnu politiku na osnovu reonskog razmeštaja proizvodnje. Brežuljkasto-brdski i brdsko-planinski makroreoni su rezervat za proizvodnju ekološke hrane. U cilju ostanka i povratka naslednika da se bave ekološkom proizvodnjom, potrebno je uvesti finansijske podsticaje po hektaru i razvijati proizvodnje, koje imaju komparativnu, ekološku i tržišnu prednost.

Uvesti državne subvencije za ekološku proizvodnju hrane u brdskom i brdsko-planinskom području, i u drugim područjima, koja su uslovna za proizvodnju hrane. Subvencije uvesti po hektaru ili prema verifikovanim kriterijumima Unije. Izmena proizvodne strukture zahteva premiranje i regresiranje proizvodnje i ulaganje u razvoj intenzivnih proizvodnji, uz povoljne uslove finansiranja.

Uređenje i povećanje poseda, uvođenje novih tehnologija i povećanje konkurentnosti traži subvencije za stočarstvo, povrće, voće, grožđe, opremu i tehniku i za asortiman poznate marke u agropreradi.

Naravno, ulaganje u integralni razvoj sela je kruna ruralnog razvoja.

Stručna poljoprivredna i veterinarska služba treba da putem prenošenja praktičnih znanja farmerima omogući da usvoje i primene ekotehnologiju u proizvodnji, izmene strukturu proizvodnje, povećavaju konkurentnost, ubrzaju slobodno i ekonomsko udruživanje farmera, sprečavaju bolesti i obezbede zdravstvenu zaštitu životinja, uvode nove sorte i rase, čuvaju životnu sredinu i doprinesu ruralnom razvoju.

Potrebno je izraditi konkretne program da se znanje sa fakulteta, instituta, stručnih službi i srednjih škola praktično primeni u proizvodnji ekološke hrane, na posedima farmera.

Poreska politika mora da bude u funkciji razvoja ekološke proizvodnje. Porez na dohodak i ostale vrste poreza treba uskladiti sa propisima Unije. Penziono, invalidsko i zdravstveno osiguranje mora da bude u funkciji čoveka i humanog življenja.