

UDK: 338.48

ISSN 0350-5928(Print)

ISSN 2335-0776 (On line)

# AGROEKONOMIKA

---

AGRIECONOMICA

Novi Sad 2019

godina  
48  
broj 84

## S A D R Ź A J

<b>Vlahović Branislav, Mjerimačka Jovana</b> PROMENE NA MEĐUNARODNOM TRŽIŠTU SOJE .....	1
<b>Stojanović Milica, Miočinović Jelena, Zarić Vlade</b> UPOREDNA ANALIZA PROPISA O KVALITETU MLEKA U EU I SRBIJI I UTICAJ NA PRODAJU MLEKA SA FARMI .	15
<b>Веселиновић Јанко, Марковић Тодор, Дукић Мијатовић Маријана</b> ПРАВНИ И ЕКОНОМСКИ СТАТУС ЈАВНИХ И ПРИВАТНИХ СКЛАДИШТА ЗА ЖИТАРИЦЕ .....	25
<b>Vuksanović Nikola, Demirović Dunja, Cimbaljević Marija, Radivojević Goran</b> TOURIST VARIETY SEEKING BEHAVIOR IN FOOD CONSUMPTION – CASE STUDY: AP VOJVODINA (SERBIA) .....	37
<b>Крејић Живана, Милићевић Снежана, Анђелковић Маја</b> МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА РУРАЛНОГ ТУРИЗМА У ВОЈВОДИНИ .....	47
<b>Aleksandra Terzić, Biljana Petrevska, Marko D. Petrović</b> EVALUATION METHODS FOR SUSTAINABLE RURAL TOURISM DEVELOPMENT: ISSUES TO BE ADDRESSED .....	55
<b>Milić Dragan, Glavaš-Trbić Danica, Tomaš Simin Mirela, Zekić Vladislav, Novaković Tihomir</b> EKONOMSKA OBELEŽJA PROIZVODNJE JOGURTA U MLEKARAMA MALOG KAPACITETA U SRBIJI .....	65

## C O N T E N T S

<b>Vlahović Branislav, Mjerimačka Jovana</b> CHANGES ON THE INTERNATIONAL SOYBEAN MARKET ....	1
<b>Stojanović Milica, Miočinović Jelena, Zarić Vlade</b> COMPARATIVE ANALYSIS OF REGULATIONS ON THE QUALITY OF MILK IN THE EU AND SERBIA AND IMPACT ON SALE OF MILK FROM FARM .....	15
<b>Veselinović Janko, Marković Todor, Dukić Mijatović Marijana</b> LEGAL AND ECONOMIC STATUS OF PUBLIC AND PRIVATE GRAIN STORAGE .....	23
<b>Vuksanović Nikola, Demirović Dunja, Cimbaljević Marija, Radivojević Goran</b> PONAŠANJE TURISTA PRILIKOM KONZUMIRANJA HRANE – STUDIJA SLUČAJA: VOJVODINA (SRBIJA) .....	37
<b>Krejić Živana, Milićević Snežana, Anđelković Maja</b> THE OPPORTUNITIES OF DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN VOJVODINA .....	47
<b>Aleksandra Terzić, Biljana Petrevska, Marko D. Petrović</b> PROCENA METODA ZA RAZVOJ ODRŽIVOG RURALNOG TURIZMA – PITANJA KOJA TREBA REŠITI .....	55
<b>Milić Dragan, Glavaš-Trbić Danica, Tomaš Simin Mirela, Zekić Vladislav, Novaković Tihomir</b> ECONOMIC CHARACTERISTICS OF YOGURT PRODUCTION IN SMALL CAPACITY DAIRIES IN SERBIA .....	65

## МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА РУРАЛНОГ ТУРИЗМА У ВОЈВОДИНИ

Крејић Живана<sup>1</sup>, Милићевић Снежана<sup>2</sup>,  
Анђелковић Маја<sup>3</sup>

### Резиме

Савремено туристичко тржиште карактеришу готово свакодневне промене на страни туристичке тражње, захваљујући потребама туриста као изузетно захтевних потрошача. Туристичка понуда је изузетно комплексна, а велики број пружалаца услуга треба да одговори на високе захтеве туристичке тражње са циљем постизања конкурентности једне дестинације у односу на другу, како на локалном, тако и на регионалном, националном и међународном нивоу. То је био разлог због којег је током 2018. године вршено истраживање ставова запослених у предузећима туристичке привреде Војводине, са циљем да се извуку одређени закључци о томе да ли је рурални туризам шанса за даљи, свеукупни развој туризма Војводине. Односно, да ли може допринети повећању конкурентности Војводине као дестинације и богаћењу туристичке понуде земље.

Кључне речи: рурални туризам, Војводина, развој, запослени, туристичка предузећа.

## THE OPPORTUNITIES OF DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN VOJVODINA

Крејић Живана<sup>1</sup>, Милићевић  
Снежана<sup>2</sup>, Анђелковић Маја<sup>3</sup>

### Summary

The modern tourist market is characterized by almost daily changes on the side of tourist demand, due to the needs of tourists as extremely demanding consumers. The tourist offer is extremely complex and a large number of service providers have to respond to the high demand of tourists in order to achieve the competitiveness of one destination over another, locally or at regional, national and international levels. That was the reason why research on the attitudes of employees in the companies of the tourism industry of Vojvodina was conducted in 2018. Its aim was to draw some conclusions about whether rural tourism is an opportunity for the development of tourism in Vojvodina. That is, can it contribute to increasing the competitiveness of Vojvodina as a destination and to enriching the country's tourist offer?

Key words: rural tourism, Vojvodina, development, employees, tourist companies.

<sup>1</sup> Универзитет Унион, Факултет за пословне студије и право, Јурија Гагарина 149 а, Београд, тел. 066 900 78 78, email: zivana.krejic@fpp.edu.rs

<sup>2</sup> Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, email: snezana.milicevic@kg.ac.rs

<sup>3</sup> Универзитет Унион, Факултет за пословне студије и право, Јурија Гагарина 149 а, Београд, maja.andjelkovic@fpp.edu.rs

<sup>1</sup> Union University, Faculty of Business Studies and Law, Jurija Gagarina 149 a, Belgrade, email: zivana.krejic@fpp.edu.rs

<sup>2</sup> University of Kragujevac, Faculty of Hospitality and Tourism in Vrnjacka Banja, email: snezana.milicevic@kg.ac.rs

<sup>3</sup> Union University, Faculty of Business Studies and Law, Jurija Gagarina 149 a, Belgrade, email: maja.andjelkovic@fpp.edu.rs

# 1 Увод

Упркос многим неповољним економским и неекономским факторима који су потресали Србију последњих деценија, евидентан је по-раст туристичких долазака у нашу земљу, о чему сведоче подаци о туристичком промету.

Србија има велики потенцијал у понуди руралног туризма због очуване природе, традиционалних и аутохтоних вредности (Вујко, Демировић, Петровић, Дупљанин, 2018).

Многа тржишта света се окрећу сектору услуга као једном од начина за опоравак привреде својих земаља, посебно данас, у времену светске економске кризе. Зато је важно сагледати и испитати да ли северна српска покрајина Војводина треба да тражи шансу за свој опоравак у туризму и у којим врстама туризма.

Циљ овог истраживања био је да се анализом ставова запослених у предузећима туристичке привреде државног и приватног сектора установи да ли постоје разлике у мишљењима коју врсту туризма је могуће развијати у будућности.

Пре самог истраживања, пошло се од претпоставке да су запослени у туризму Војводине били у контакту са туристима, али и да су упознати са постојећом туристичком понудом Војводине.

Хипотеза од које се пошло у раду је да рурални туризам покретач развоја туризма Војводине, и да не постоје разлике у ставовима за будући развој руралног туризма Војводине код запослених у државном и приватном сектору.

# 2 Извори података и методе рада

Анкетни упитник, који чини 21 питање прослеђен је у 250 примерака и служио је као инструмент овог истраживања. Од наведеног броја достављених упитника у предузећа туристичке привреде своје мишљење исказало је укупно 204 испитаника, који су у потпуности изразили свој став и у целости попунили анкетни упитник и то: уживо, телефонским путем или електронски (путем емаил-а).

Основни критеријум за попуњавање упитника био је да су испитаници запослени у туристичкој привреди и да имају контакт са туристима и посетиоцима, да комуницирају са гостима пре доласка на дестинацију, током боравка на дестинацији и по повратку туриста/ посетиоца у место њиховог сталног боравка, као и да утичу/ имају могућност да утичу на квалитет услуге и степен задовољства туриста у Војводини као туристичкој дестинацији.

Процес истраживања реализован је у три фазе и то: прикупљање пода-така, сређивање, груписање података и статистичка анализа помоћу статистичког програма СПСС, база података је креирана у програму Excel верзија 17.0.0 и програма *Microsoft Office*.

Пошло се од претпоставке да су запослени у туризму Војводине добри познаваоци жеља и потреба туриста јер имају контакте са туристима и посетиоцима и да њихова искуства и ставове треба уважити са циљем постизања конкурентности у туризму.

Подаци су обрађени најпре коришћењем метода дескриптивне, а потом и инференцијалне статистике. За описивање испитиване популације коришћене су дескриптивне методе: *дистрибуције фреквенције* (номинално и процентуално), *просечне вредности*, *медијана*, *стандардна девијација*, *ранг*, *минималне и максималне вредности*.

### Рурални туризам у Војводини **3**

Рурални туризам спада у туризам специфичних интересовања који обухвата све туристичке активности које могу да се одвијају у руралним пределима и које могу бити уврштене у туристичку понуду тих подручја. Ова врста туризма одражава потребу туриста за аутентичним искуствима, укључујући и интеракцију са локалним становништвом, те се због тога рурални туризам карактерише као „стваран“ (награђује, обогаћује дух, пружа авантуру и могућност учења) (Преузето од Његован, Демировић, Радовић, 2015).

За многе земље света, раст и развој туризма носи са собом многе позитивне и негативне последице. Када је у питању рурални туризам, важно је истаћи да је овај облик туризма од великог значаја за запошљавање становништва, отварање нових радних места и укупни економски развој руралних подручја (Крејић, Черовић, Милићевић, 2016).

Према Светској туристичкој организацији (UNWTO) рурални туризам је сложен и подељен је на неколико сегмената: природне и руралне средине (реке, језера, шуме), руралне културне и духовне карактеристике (архи-тектура, цркве, манастири), етно туризам (који укључује традиционалну храну, музику, продавнице сувенира) и сеоске активности као што су ја-хање, лов и риболов (Прентовић и сар., 2012).

Рурални туризам дефинише се и као низ дискретних активности са различитим карактеристикама које се разликују у односу на подручје и интензитет (Lane, 1994). Рурални туризам се дуго сматрао средством за постизање друштвено-економског развоја и опоравка одређеног подручја. То је разлог због којег је овај облик туризма промовисан као ефикасан извор прихода и запошљавања, посебно у периферним руралним подручјима где су традиционалне аграрне индустрије опале.

У новије време, међутим, један број туристичких дестинација окренуо се руралном туризму како би диференцирали своје туристичке производе и ширили корист од туризма (Sharpley, 2002). Сеоско имање, у оквиру кога се развија рурални туризам, сматра се вишенаменским ресурсом, а туризам је само једна од могућности у. У последње три деценије, пост-социјалистичка транзиција Војводине довела је до значајних промена у руралној социјалној структури (Чикић, Петровић, Ђурђевић, 2015).

Рурални туризам Војводине има велики значај за развој привреде АП Војводине. Туризам је привредна грана Војводине са перспективом да постане један од кључних ослонаца њеног развоја и значајних прихода, и то са подручјима југоисточне и средње Европе као примарним тржиштем (Пејановић, Његован, 2011).

Са друге стране, аутори попут Блешић, Пивац, Бесермењи и др., у својим истраживањима истичу недостатке у развоју руралног развоја у Србији, сугеришући да би Србија од овог облика туризма могла годишње да заради и неколико милијарди евра, али да нема. Поред бројних стратегија које истичу могућности и шансе руралног развоја у Војводини, попут Стратегије развоја туризма РС, Маркетинг стратегије развоја туризма Војводине, бројних стратегија развоја градова и општина, ово истраживање имало је циљ да утврди да ли постоје разлике у ставовима запослених у предузећима туристичке привреде Војводине у погледу могућности развоја руралног туризма.

## 4 Резултати истраживања

Испитивањем је укупно обухваћено 204 испитаника који су запослени у туристичкој привреди Војводине, како у државном тако и у приватном сектору. Старост испитаника креће се у распону од 24-65 година, а просечна старост је 39,8 година. Од укупног броја испитаника, на анкету је одговорило је 105 особа мушког пола, што је 51,5% и 99 особа женског пола, што је 48,5%.

У погледу степена образовања, може се закључити да највећи број испитаника има завршен факултет, и то њих 92, што чини 45,1%, док диплому више школе поседује 61 испитаник, тј. 29,9%, средњу школу њих 40, тј. 19,6%. Најмањи број испитаника има завршене мастер студије и то њих 11, што чини 6,4% од укупног узорка. Њихово просечно искуство у раду у туризму је 10,6 година. Од укупног броја испитаника, 102 (50%) послује у приватном сектору и исто толико испитаника послује у државном сектору.

У односу на сектор пословања коме припадају, просечна старост запослених у приватном сектору је 40,6 док су испитаници у државном сектору нешто млађи и имају у просеку 39,6 година. У приватном сектору, на анкету су одговориле 52 особе мушког пола и 50 особа женског пола, а у државном сектору 53 особе мушког пола и 49 особа женског пола.

У погледу образовања запослених, може се закључити да је и у приватном и државном сектору највећи и приближно исти број испитаника са завршеним факултетом, вишом и средњом школом. Државни сектор има петоро запослених са мастер дипломом, док приватни сектор има троје. Просечне године искуства запослених у државном сектору су за нијансу дуже него просечна запосленост у приватном сектору и износе 11, 12 година. Основне демографске карактеристике испитаника у односу на сектор коме припадају приказане су у табели 1.

**Табела 1. Демографске карактеристике испитаника**  
**Table 1. Demographic characteristics of the respondents**

<b>Године старости</b>	Ср. Вредност	40,6	39,6
	Медијана	38,5	39,0
	SD	8,9	8,1
	Распон	24- 65	25 - 59
<b>Пол</b>			
мушки	N (%)	52(51,0%)	53 (52,0%)
женски	N (%)	50(49,0%)	49 (48,0%)
<b>Степен образовања</b>			
Средња школа	N (%)	21(20,6%)	19 (18,6%)
Виша школа	N (%)	33(32,4%)	28 (27,5%)
Факултет	N (%)	45(44,1%)	47 (46,1%)
Мастер	N (%)	3(2,9%)	8 (7,8%)
Докторат	N (%)	0(0,0%)	0 (0,0%)
<b>Године искуства</b>			
	Ср.вредност	10,1	11,12
	Медијана	8,0	8,5
	SD	7,1	8,2
	Распон	1 - 45	1 - 38

*Извор: Ауторке, на основу истраживања*

Од врста организација које су учествовале у истраживању највише су заступљени искази запослених у туристичким организацијама 82 (40,2%), затим хотелима 47 (23%), а потом и искази самосталних туристичких водича 19 (9,3%), запослених у пансионима-мотелима-вилама 18



(8,8%), туристичким организацијама, хостелима 12 (5,9%) и одмаралиштима 9 (4,4%).

**Mann-Whitney** тест је показао да постоји статистички значајна разлика  $p < 0,001$  у оцени руралног туризма као могућности за развој у будућности при чему је приватни сектор оценио нижем оценама од државног. Приказ дескриптивне статистике оцењених одговора о развоју руралног туризма у Војводини дат је у табели 2.

**Табела 2. Развој руралног туризма у Војводини**

**Table 2. Development of rural tourism in Vojvodina**

Оцене		Сви испитаници		Приватни сектор (n=102)	Државни сектор (n=102)
Ср.вредност		5.14		3.98	6.30
Медијана		5		4	7
SD		1.79		1.66	0.97
Распон		1-7		1-7	3-7
Укупно	N%	20	204	102	102

Извор: Ауторке, на основу истраживања

## 5 Закључак

Иако туризам представља помешану индустрију у којој егзистирају предузећа приватног и државног сектора, посматрање атрактивности, врста туризма, квалитет услуге, разликују се у зависности од тога да ли говоримо о профитним или непрофитним.

Резултати истраживања су показали да су приликом мерења ставова запослених стручњака у туристичкој привреди Војводине евидентне разлике у ставовима у зависности од сектора коме припадају. Истраживање је показало да се ставови запослених у државном и приватном сектору разликују када је у питању рурални развој у Војводини, у будућности. Државни сектор знатно вишом оценом оцењује могућности руралног развоја, за разлику од приватног сектора.

У циљу постизања најбољег положаја на међународном тржишту, у Војводини треба применити модел развоја који ће осигурати конкурентску предност у сличним дестинацијама. Основне активности за побољшање квалитета услуга су: побољшање квалитета смештајних капацитета, едукација становништва у циљу постизања вишег квалитета услуга, успостављање и примена критеријима за стандардизацију и квалитет услуга у руралном туризму у Војводини и интензивирање промоције на домаћем и међународном.



Стога се хипотеза од које се пошло у раду је да рурални туризам покретач развоја туризма Војводине, и да не постоје разлике у ставовима за будући развој руралног туризма Војводине код запослених у државном и при-ватном сектору одбацује.

Предузећа на туристичком тржишту Војводине треба да се надмећу и да њихова ефикасност буде главни критеријум пословања. Уколико се то не деси, не може се говорити о подстицају привлачности неке туристичке дестинације и повећавању атрактивности у односу на конкуренте, без обзира на бројне стратегије развоја туризма многих градова и општина у Војводини чији број је у порасту и које приказују огромне потенцијале и могућности за даљи развој туризма овог подручја који се никада неће догодити.

## Литература 6

1. Andreson, T. & Getz, D. (2009), Tourism as a mixed industry: Differences between private, public and not-for-profit festivals, *Tourism Management*, Vol. 30, page 847-856.
2. Blešić, I., Pivac, T., Besermenji, S., Ivkov-Džigurski, A., & Košić, K. (2014), Residents' attitudes and perception towards tourism development: a case study of rural tourism in dragacevo, erbia, *Eastern European Countryside*, 20 (1), 151-165.
3. Чикић, Ј., Петровић, М., & Ђурђев, Б. (2015), Diffusion of knowledge and rural tourism development- example of Vojvodina, *Economics of Agriculture*, vol. 1, pp. 123- 135.
4. Krejić, Ž., Čerović, S., & Milićević, S. (2016). Impact of socio-demographic characteristics on travel expenditures of Hungarian tourists in the village of Skorenovac, *Economics of Agriculture*, 63(2), 601-615.
5. Lane, B. (1994). What is rural tourism?. *Journal of sustainable tourism*, 2 (1-2), pp. 7-21.
6. Његован, З., Демировић Д., & Радовић, Г. (2015). Управљање одрживим развојем руралног туризма у Војводини, *Школа бизниса*, 1, стр. 68-79.
7. Отовић, С., Демировић, Д., Кошић, К. & Миличић, Ж. (2018), Предузетништво и рурални туризам, *Агроекономика*, 47 (78), стр.41-52.
8. Pejanovic, R., & Njegovan, Z. (2011). Rural development and local economic development of AP of Vojvodina, University of Novi Sad, Faculty of Agriculture, Novi Sad.
9. Prentović, R., Kurjački A., & Cvijanović, D. (2012): Hunting in Rural Areas of Bačka. *Economics of Agriculture*, IAE Belgrade, vol. 59, no.3, pp. 385-400.
10. Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism management*, 23(3), 233-244.
11. Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural tourism. An introduction*, International Thomson Business Press.
12. Вујко А., Демировић Д., Петровић Д.М. & Дупљанин, Д. (2018), Туризам као фактор развоја руралних простора у општини Шабац, *Агроекономика*, год. 47, бр. 80, стр. 75-84.

Primljen/Received: 31.05.2019.

Prihvaćen/Accepted: 08.09.2019.

МОГУЋНОСТИ  
РАЗВОЈА  
РУРАЛНОГ  
ТУРИЗМА У  
ВОЈВОДИНИ

CIP - Каталогизacija u publikaciji  
Библиотека Матице српске , Нови Сад

338.43

AGROEKONOMIKA = Agrieconomica : časopis Departmana za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu 1 glavni i odgovorni urednik Branislav Vlahović. - 1972, br. 1- , - Novi Sad : Poljoprivredni fakultet, Departman za ekonomiku poljoprivrede i sociologiju sela, 1972-, - 23cm

Tromesečno ,  
ISSN 0350-5928 = Agroekonomika (Novi Sad)  
COBISS.SR-ID 28370439