

**ИСТРАЖИВАЊЕ СТАВОВА ДОМАЋИХ
ИНТЕРЕСНИХ ГРУПА О МОГУЋНОСТИМА
ЗА АКТИВАН ОДМОР У РУРАЛНИМ
ТУРИСТИЧКИМ ДЕСТИНАЦИЈАМА
АП ВОЈВОДИНЕ**

- ФИНАЛНА ВЕРЗИЈА



**ИСТРАЖИВАЊЕ СТАВОВА ДОМАЋИХ
ИНТЕРЕСНИХ ГРУПА О МОГУЋНОСТИМА
ЗА АКТИВАН ОДМОР У РУРАЛНИМ
ТУРИСТИЧКИМ ДЕСТИНАЦИЈАМА
АП ВОЈВОДИНЕ**

Нови Сад, 2018.

САДРЖАЈ

1. Циљеви истраживања	4
2. Методологија истраживања	5
3. Резултати истраживања	6
4. Закључци истраживања	27
5. Литература	32
6. Прилог	33

1. ЦИЉЕВИ ИСТРАЖИВАЊА

Циљеви истраживачког рада:

- Анализа актуелног стања у сектору руралног туризма у АП Војводини.
- Оцена елемената ван пансионске туристичке понуде који утичу на стварање услова за активан одмор у руралним туристичким дестинацијама АП Војводине,

Рурални туризам у последњој деценији бележи узлазне трендове на простору читаве територије Републике Србије, као и Европе. АП Војводина са својим природним и друштвеним специфичностима поседује бројне респектабилне природне и друштвене (антропогене) ресурсе који су погодни за развој руралног туризма. Тенденције на туристичком тржишту данас иду даље од концепта ноћења са доручком (*Bed&Breakfast*), а у прилог развоју ван пансионских туристичких активности. Многи аутори, као и организације које проучавају тенденције и развој руралног туризма, сматрају да основ за стицање конкурентске предности руралних туристичких дестинација на савременом туристичком тржишту управо лежи у ванпансионској туристичкој понуди.

Како би се дошло до основе за стварање и одржавање конкурентне предности руралних туристичких дестинација АП Војводине, односно обogaћења њихове туристичке понуде у циљу анимирања туристичке тражње, а у сврху јачања конкурентности било је потребно спровести истраживање о могућностима за активан одмор у руралним туристичким дестинацијама у 2018. години и то:

- 1) Утврђивање социо-демографских карактеристика активних и потенцијалних туриста руралних туристичких дестинација;
- 2) Утврђивање информисаности туристичког тржишта о актуелној понуди руралних туристичких дестинација;
- 3) Утврђивање мотива, начина доласка, дужине боравка и асоцијација о руралним туристичким дестинацијама;
- 4) Оцена могућности за активан одмор у руралним туристичким дестинацијама у АП Војводини, и то:
 - Могућности за организоване обиласке руралних подручја;
 - Условима за развој туризма догађаја, односно манифестационог туризма карактеристичних за одређена рурална подручја;
 - Могућностима за активан одмор везан за водене површине (реке, језера и сл.);
 - Могућностима за активности које су везане за ваздушни простор;
 - Могућности за бављење активним спортом у руралним подручјима;
 - Условима и могућностима за културне активности у руралним подручјима;
 - Могућностима за активности везане за здравље;

- Условима за бављење пасивним активностима у руралним подручјима.

5) Утврђивање циљних руралних туристичких дестинација са перцепцијама о њиховој атрактивности за долазак (први или поновни) туриста.

Резултати истраживања указују на најаче и најслабије тачке у ланцу ван пансионске туристичке понуде и представљају основ за активну политику у менаџменту руралним туристичким дестинацијама, као и позиционирање руралних дестинација на одговарајућим тржишним сегментима, односно тржишним нишама.

2. МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Истраживање би се спровело у две фазе. *Прву фазу* чинило је кабинетско истраживање које се заснивало на анализи постојеће литературе, докумената, израђених студија развоја, као и свих осталих релевантних извора који би послужили као основ секундарног истраживања путем упоредне анализе. У *другој фази* приступило се директном прикупљању, обради и анализи података. Користиле су се квантитативне и квалитативне методе истраживања. Као средство за прикупљање података користио се анкетни упитник који је структуриран комбинацијом структурираних (*Ликертова скала*) и неструктурираних питања (отворена питања).

Након интервјуисања интересних група (стејкхолдера) извршена је контрола добијених података, након чега је уследила њихова електронска обрада. На овај начин омогућено је укрштање података по различитим основама и критеријумима (табела, графикон и сл.). У последњој фази извршенасу закључна разматрања на бази којих су се дале одговарајуће оцене и препоруке за развој руралног туризма.

Упитник се састојао из две целине. У првој су испитаници дали опште оцене о руралној туристичкој понуди АП Војводине, док је у другој било извршено оцењивање елемената ван пансионске туристичке понуде. Листа елемената ван пансионске туристичке понуде је развијена на основу најзаступљеније и најпознатије стране стручне литературе везане за развој руралног туризма, превасходно имајући у виду ниво развијености руралног туризма у развијеним земљама Европе.

Истраживање је било теренско (дубински интервју) и спроведено је „on line“ путем интернета, као и директно прикупљање података анкетом „лице у лице“ у периоду 18. августа до 03. октобра 2018. године. Укупно је било анкетирано 302 испитаника. Узорак је био пригодан. За прикупљање података у просеку по испитанику било је неопходно издвојити до 10 минута.

У обради и анализи података коришћен је статистички софтвер „SPSS“ (*StatisticProgramSoftwareSystem*), чиме је омогућено да се најсавременијом компјутерском техником са великом поузданошћу добију резултати који би били предмет анализе.

Спроведено истраживање је имало одређена ограничења:

- **Узорак је пригодан, није случајан.**
- **Званична статистика односно Републички завод за статистику не прати туристе по видовима туризма, као и по местима из којих долазе у одређене дестинације (општине), па се анкетом добијени подаци не могу поредити са подацима које публикује Републички завод за статистику.**
- **Одговори субјективног карактера.** Одређен број испитаника је наводио села, односно рурална подручја у близини својих градова, тј. места и „родна места“ из којих су дошли у градове у којима живе и раде. На овај начин одговори на питања могу бити субјективне природе и не представљају репрезентативни показатељ.
- **Отворена питања** представљају увек одређени вид ограничења за статистичко праћење посматраних варијабли. Како би се добили што репрезентативнији подаци при обради и анализи вршено је њихово систематизовање по основу заједничких обележја, именитеља итд.
- **Грешке одговора**, настају када:
 - испитаник намерно или не, пружи нетачне одговоре на постављено питање у анкети. То се дешава у случајевима када испитаник није разумео питање или може бити последица умора, погрешно протумаченог питања и сл.
 - уколико испитаник не жели или му је непријатно да одговори на одређено питање, може пружити непрецизан или погрешан одговор.
 - уколико поједини испитаници пруже непотпун одговор или уопште не пруже одговор. Основни разлог за појаву овакве грешке је неспремност да се учествује у истраживању.

3. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

- Врста истраживања: Теренско истраживање
- Реализација: Од 18. августа до 03. октобра 2018 године.
- Узорачки оквир: Домаће интересне групе (стејкхолдери)

- Величина узорка: Укупно 302 анкетираних.

- Тип узорка: Пригодан
- Истраживање реализовано: Територија Република Србија

Резултати и анализа одговора на постављена питања спроведеног на бази анкетног упитника, следе у складу са добијеним одговорима од стране анкетираних, а по редоследу којим су одговорили на постављена питања. Упитник којим је спроведено истраживање, табеле и други радни материјал из којих су резултати добијени и

презентовани у овом делу рада применом SPSS софтвера (*Social Package for Social Sciences*), налазе се у прилогу.

Статистичка обрада података обухватила је анализу дескриптивних и компаративних статистика на основу прикупљених података у оквиру примарног истраживања са терена. Најпре, у оквиру дескриптивне статистике приказане су фреквенције и проценти варијабли из упитника, а након тога су применом Хи-квадрат (χ^2) теста анализирани једнакости пропорција добијених фреквенција испитаника.

Табела 1. Структура испитаних према изабраним обележјима (n=302)

Варијабле	Фрек.	%	Кумулативни %
а) Пол			
Женски	177	58,6	58,6
Мушки	125	41,4	100,0
	302	100,0	
б) Године старости			
до 20	1	,3	,3
21-30	23	7,6	7,9
31-40	101	33,4	41,4
41-50	123	40,7	82,1
51-60	30	9,9	92,1
61 и више	24	7,9	100,0
	302	100,0	
в) Образовање			
Основно	4	1,3	1,3
Средње	106	34,9	35,3
Високо	181	59,5	60,5
У току (ученик, студент)	7	2,3	2,3
Друго	1	0,3	0,3
	302	100,0	
д) Занимање			
Бизнисмен	2	,7	,7
Незапослен/а	6	2,0	2,6
Радник	90	29,8	32,5
Службеник	179	59,3	91,7
Студент	6	2,0	93,7
Истраживач	8	2,6	96,4
Научни радник	3	1,0	97,4
Пензионер	6	2,0	99,3
Стручна пракса	2	,7	100,0
	302	100,0	

Извор: Подаци добијени примарним истраживањем на терену

Укупан узорак испитаника обухватио је 302 испитаника, од којих 125 испитаника мушког (41,4%), а 177 женског пола (58,6%). Ако анализирамо старосну структуру испитаника (Табела 1), приметно је да највећи број испитаника потиче из категорије од 41 до 50 година старости (40,7%), а затим од 31 до 40 година старости, односно 33,4% испитаника. На основу чега закучујемо да ове две категорије испитаника укупно чине $\frac{3}{4}$ узорка испитаника. Од преостале $\frac{1}{4}$ узорка 17,8% је изнад 51 године, а 7,9% испод ове две старосне категорије, односно мање од 31 године старости.

Структура испитаника по образовању указује да највећи број испитаника има високо (52%) и средње образовање (46%). Ниједан од испитаника није имао само основно образовање, док је 1,3% у току процеса школовања. Највише образовање (докторат) имала су два испитаника.

По обележју занимање, испитаници су у највећем броју службеници (59,3%), а затим радници (29,8%), док 2% испитаника спада у категорију незапослених. Такође, узорком су обухваћени истраживачи (2,6%), научни радници (1%), пензионери (2%), бизнисмени (0,7%), студенти (2%), и особе на стручној пракси (0,7%).

Табела 2. Место сталног пребивалишта испитаника

Место	Фреквенција	%	Кумулативни %
Апатин	2	,7	,7
Бачка Топола	2	,7	1,3
Бачки Петровац	2	,7	2,0
Бечеј	2	,7	2,6
Бела Црква	5	1,7	4,3
Беочин	1	,3	4,6
Београд	109	36,1	40,7
Фекетић	1	,3	41,1
Голубинци	1	,3	41,4
Инђија	5	1,7	43,0
Каћ	3	1,0	44,0
Кањижа	1	,3	44,4
Кикинда	4	1,3	45,7
Кисач	4	1,3	47,0
Ковачица	2	,7	47,7
Кула	3	1,0	48,7
Мали Иђош	3	1,0	49,7
Нова Пазова	1	,3	50,0
Нови Бечеј	2	,7	50,7
Нови Сад	77	25,5	76,2
Општина Беочин	2	,7	76,8
Панчево	11	3,6	80,5
Рума	3	1,0	81,5
Сомбор	4	1,3	82,8
Сремска	4	1,3	84,1
Стара Пазова	2	,7	84,8

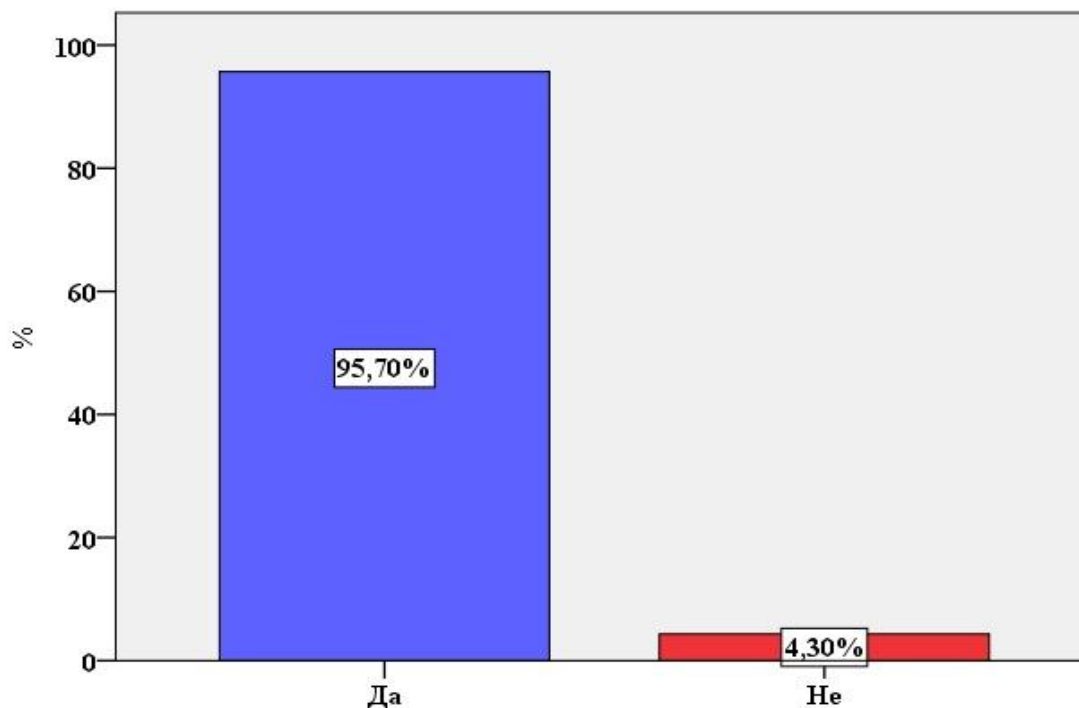
Суботица	25	8,3	93,0
Темерин	1	,3	93,4
Тител	1	,3	93,7
Врбас	15	5,0	98,7
Вршац	2	,7	99,3
Жабалъ	1	,3	99,7
Зрењанин	1	,3	100,0
Укупно	302	100,0	

Извор: Подаци добијени примарним истраживањем на терену

Увидом у табелу 2, може се уочити да највећи број испитаника је из Београда (36,1%) и Новог Сада (25,5%) што збирно представља преко 60% узорка. Ово је разумљиво, имајући у виду да су то два највећа града у земљи и уједно два највећа емитивна туристичка тржишта руралног туризма. Затим, следе градови Суботица (8,3%), Врбас (5,0%) и Панчево (3,6%), итд.

На питање „*Да ли бисте део свог годишњег одмора провели у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине?*“, највећи број испитаника је дао потврдан одговор (95,70%), што говори о атрактивности руралних туристичких дестинација АП Војводине за домаћу туристичку тражњу, као и потенцијалнима који постоје за даљи развој овог вида туризма (Слика 1).

Слика 1. Да ли би сте део свог годишњег одмора провели у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине?



Извор: Подаци добијени примарним истраживањем на терену

Табела 3. Тест једнакости пропорција према ставу испитаних да ли би деогодишњег одмора провели у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине по полу

Да ли би део годишњег одмора провели у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине		Пол		Укупно
		мушки	женски	
Да	Фреквенција	118	171	289
	% од дела годишњег одмора	40,8%	59,2%	100,0%
Не	Фреквенција	7	6	13
	% од дела годишњег одмора	53,8%	46,2%	100,0%
Укупно	Фреквенција	125	177	302
	% од дела годишњег одмора	41,4%	58,6%	100,0%

$$\chi^2=0,87 \text{ } p=0,35$$

Урађени тестови једнакости пропорција према полу (табела 3) и годинама старости (табела 4), у односу на одлуку да се део годишњег одмора проведе на некој од испитиваних руралних дестинација, указују да нема разлике, односно да оба пола подједнако одлучују и бирају руралне туристичке дестинације. Такође, истраживање је показало да нема разлике у односу на године старости. Сходно томе, закључијемо да се ради о туристичком капацитету дестинација које подједанко привлаче све узрасне категорије без полних дистинкција.

Табела 4. Тест једнакости пропорција према ставу испитаних да ли би деогодишњег одмора провели у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводинеу односу на године старости.

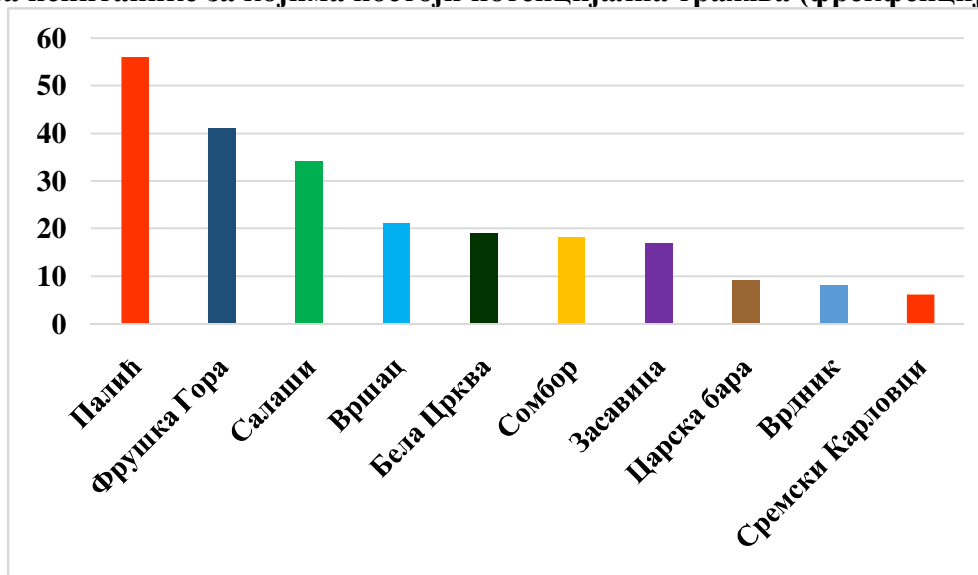
			Године старости					Укупно	
			До 20	21-30	31-40	41-50	51-60		61 и више
Да ли би део годишњег одмора провели у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине	Да	Фреквенција	1	23	92	119	30	24	289
		% који би провео део год. одмора	0,3%	8,0%	31,8%	41,2%	10,4%	8,3%	100,0%
		% год. старости	100,0%	100,0%	91,1%	96,7%	100,0%	100,0%	95,7%
	Не	Фреквенција	0	0	9	4	0	0	13
		% год. одмора	0,0%	0,0%	69,2%	30,8%	0,0%	0,0%	100,0%
		% који неби провео део год. одмора	0,0%	0,0%	8,9%	3,3%	0,0%	0,0%	4,3%
Укупно	Фреквенција	1	23	101	123	30	24	302	
	% год. одмора	0,3%	7,6%	33,4%	40,7%	9,9%	7,9%	100,0%	
	% год. старости	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2=09,04 \text{ } p=0,11$$

На основу позитивног одговора на претходно питање, на Слици 2, приказано је **10 најатрактивнијих дестинација руралног туризма АП Војводине** у којој би испитаници провели одмор. Добијени резултати приказују да је највеће интересовање за Палић, Фрушку Гору и салаше. Могу наћи и одговори Сомбор, Вршац, Сремски

Карловци који представљају урбане центре. Међутим, одговоре треба свхватити условно, јер све дестинације поседују респектабилне природне и друштвене ресурсе погодне за развој руралног туризма.

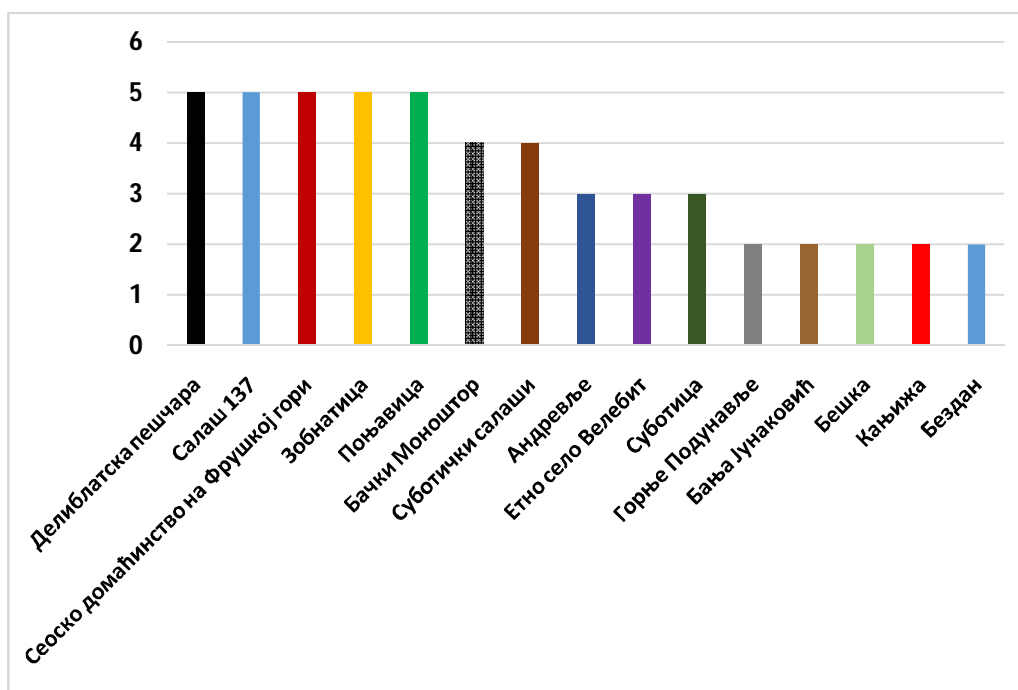
Слика 2. Десет најатрактивнијих дестинација руралног туризма у АП Војводини за испитанике за којима постоји потенцијална тражња (фреквенције)



Извор: Подаци добијени примарним истраживањем на терену

Следеће пожељне дестинације су приказане на слици 3, а то су: Делиблатска пешчара, Салаш 137, сеоско домаћинства на Фрушкој гори, Зобнатица и парк природе Поњавица.

Слика 3. Остале дестинације руралног туризма у АП Војводини за којима постоји потенцијална тражња (фреквенције)



Извор: Подаци добијени примарним истраживањем на терену

Поред наведених дестинација руралног туризма, на листи интересовања код испитаника су се још нашли: Каштел, околина Кикинде, Зекин салаш, Сланкамен, Стара Моравица, Пачир, Оберачка Арадац, Скореновца, Чарда на Дунаву, Лугарница, Етно село Тигањица и Тителски брег, итд.

Како би се утврдило **порекло информација** које имају испитаници о руралним туристичким дестинацијама замољени су да дају одговоре.

Табела 5. Извори информација испитаника о руралним туристичким дестинацијама АП Војводине

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Ранији боравак	94	31,0	31,0
Интернет	74	24,5	55,5
Промотивни материјали	59	19,5	75,0
Пријатељи и родбина	50	16,4	91,3
Телевизија	18	6,0	97,3
Агенције	8	2,7	100,0
Укупно	302	100	

Из добијених података (табела 5), може се уочити да највише утицаја на испитанике има ранији боравак у руралним туристичким дестинацијама (31%), а затим Интернет (24,5%) и промотивни материјали (19,5). Приметно је слабо информисање испитаника од стране туристичких агенција (свега 2,7%) и телевизије (6,0%).

На основу добијених резултата може се закључити да највећи број испитаника већ има искуства везана за рурални туризам, односно да су руралне туристичке дестинације посећивали раније. Охрабрујуће делује податак да чак 24,5% испитаника информације о руралним туристичким дестинацијама је добило путем Интернета, што значи да информатичка писменост има узлазну тенденцију, као и да понуда руралног туризма је успела да се путем Интернета приближи урбаној градској популацији. Такође, резултати истраживања показују да домаће агенције се не баве рецептивним туризмом, већ су преваходно фокусиране на инострана тржишта.

Интересантно је било испитати **сврху посете испитаника руралним туристичким дестинацијама у АП Војводини (табела 6).**

Табела 6. Сврха посете испитаника руралној туристичкој дестинацији

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Одмор и рекреација	165	54,8	54,8
Упознавање са културно-историјским наслеђем	44	14,6	69,4
Посета некој од традиционалних сеоских манифестација	31	10,1	79,4

Посета пријатељима и родбини	22	7,3	86,7
Забава	20	6,6	93,4
Пословно	15	5,1	98,5
Спортско такмичење	5	1,5	100,0
Укупно	302	100,0	

Више од пола испитаника (54,8%) путује са намером одмора и рекреације. Следећи најчешћи разлог путовања је упознавање са културно-историјским наслеђем, а затим посета некој од традиционалних (руралних) сеоских манифестација. Ово је значајан податак, имајући у виду пре свега веома богат програм различитих манифестација које обележавају туризам у руралним подручјима АП Војводине. Закључујемо, да су туристи више заинтересовани за активан одмор и рекреацију, него за посете некој од традиционалних локалних манифестација. То свакако не значи да нетреба и даље улагати у туризам догађаја, првенствено из разлога што он доприноси изградњи имица локалних руралних туристичких дестинација. Закључак је да треба радити на изградњи инфраструктуре која би подржала рекреацију у руралним подручјима АП Војводине.

Табела 7. Учесталост боравка испитаних у руралним туристичким дестинацијама на територији АП Војводине?

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Више пута	179	59,3	59,3
Два пута	33	10,9	70,2
Једном	30	9,9	80,1
Нисам боравио	60	19,9	100,0
Укупно	302	100,0	

Испитаници су замољени да одговоре **колико пута су до сада боравили у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине**. Резултати су показали да је највећи број испитаника који су одговорили на питање се одмарао у некој од руралних туристичких дестинација 59,3%, односно 179 испитаника. Велики број анкетираних (19,9% или прецизно 60 испитаних) није никада провео одмор некој од руралних туристичких дестинација, док је приближно исти борј испитанка боравило два, односно један пут (10,9% и 9,9%).

На основу овога може се закључити да више од половине испитаника је више од два пута провело одмор у некој од руралних туристичких дестинација, што упућује на то да су били задовољни квалитетом услуга и понуде. Такође, висок проценат анкетираних (19,9%) који нису боравили упућује на закључак да се морају појачати маркетинг и менаџмент напори како би се додатно анимирао овај сегмент туристичке тражње како би посетили рурална подручја. Ово се превасходно односи на сва средсва промоционог

микса која морају бити у функцији развоја руралног туризма, што мора бити задатак локалних туристичких организација, али и других носилаца промотивних активности.

Ако се анализирају разлике по полу у односу на учесталост боравка у некој од руралних туристичких дестинација на територији АП Војводине (табела 8), добијени резултати применом Хи-квадрат (χ^2) теста указују да оне постоје.

Табела 8. Тест једнакости пропорција према на учесталости годишњег одмора у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине по полу

			Пол		Укупно	
			Мушки	Женски		
<i>Учесталост одмора у некој од руралних туристичких дестинација на територији АП Војводине</i>	Више пута	Фреквенција	82	97	179	
		% од броја одмора	45,8%	54,2%	100,0%	
	Два пута	Фреквенција	19	14	33	
		% од броја одмора	57,6%	42,4%	100,0%	
	Једном	Фреквенција	15	15	30	
		% од броја одмора	50,0%	50,0%	100,0%	
	Нисам боравио	Фреквенција	9	51	60	
		% од броја одмора	15,0%	85,0%	100,0%	
	Укупно		Фреквенција	125	177	302
			% од броја одмора	41,4%	58,6%	100,0%

$$\chi^2=23,15 \text{ } p=0,00$$

Наиме, ова разлика се првенствено односи на одговор „нисам боравио“. Детаљнијом инспекцијом табеле 8, уочљиво је да само 15% мушких у односу на 85% женских испитаника у категорији оних који нису боравили на испитиваним руралним дестинацијама. Сходно томе, може се констатовати да би женски део популације требало да буде део будућег маркетиншког фокуса у промоцији и анимирању туристичке тражње.

Предмет статистичке обраде података била је и **организација по питању одмора**. Веома је важно испитати субјекте који учествују у њиховој реализацији. Очигледно је да највећи број испитаника (табела 9), не сматра да им је потребна помоћ у организацији одмора (94,7%), што је у корелацији са чињеницом да у највећој мери као превозно средство користе искључиво аутомобил (табела 10). Истовремено, може се закључити да не постоји и адекватна маркетиншка активност домаћих туристичких агенција у промоцији руралних туристичких дестинација и њихове понуде, односно не баве се резиденцијалним туризмом.

Табела 9. Како организујете одмор у руралним туристичким дестинацијама?

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Самостално	287	94,9	94,9
Преко туристичке агенције	7	2,2	97,1
Преко фирме у којој радим	6	1,9	99,0

Заједно са пријатељима	2	,6	99,7
Преко школе	1	,3	100,0
Укупно	302	100,0	

Предмет статистичке обраде и анализе података било је и **испитивање врсте превозног средства које користе испитаници за одлазак на одмор у рурална подручја АП војводине** (табела 10). На основу добијених података види се да 9 од 10 испитаника користи аутомобил, док само 7,9% испитаника долази аутобусом и 1,9% возом.

На основу овога закључујемо да је железнички саобраћај у нашој земљи у веома лошем стању, да није изграђена адекватна железничка путна инфраструктура али и да не постоји и адекватна маркетиншка активност домаћих туристичких агенција у промоцији ових дестинација и ширењу тржишне понуде с обзиром да туристичке агенције путнике највећим делом својх пословних активности превозе аутобусом. Наиме, само 7,9% анкетираних је заокружило овај одговор.

Табела 10. Које превозно средство користите за одлазак у руралне туристичке дестинације?

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Аутомобил	272	90,2	90,2
Аутобус	24	7,9	98,2
Воз	5	1,8	100,0
Укупно	302	100,0	

Важан сегмент у испитивања одмора у руралним туристичким дестинацијама представља и **дужина боравка**. Резултати истраживања говоре да је би 86,1% испитаника провело до 3 дана у некој од руралних туристичких дестинација. Прецизно, 17,2% би боравило је 1 дан, а 2-3 дана 68,9% испитаника, што указује да највећи број испитаника прави кратке одморе тј. викенд одморе у руралним туристичким дестинацијама (табела 11). Ово је у складу са теоријским ставовима о руралном туризму као виду туризма намењеном оном сегменту тражње који је опредељен за кратак вид одмора.

Табела 11. Дужина Вашег боравка испитаника у руралним туристичким дестинацијама

	Фреквенција	%	Кумулативни %
1 дан	52	17,2	17,2
2-3 дана	208	68,9	86,1
4-6 дана	23	7,6	93,7
7 дана	11	3,6	97,4
Више од 7 дана	8	2,6	100,0
Укупно	302	100,0	

Било је интересантно да се утврди да ли постоје разлике по полу у односу на дужину боравка испитаника у руралним туристичким дестинацијама (табела 12). Резултати Хи квадрат(χ^2) теста указују да није утврђена статистичка значајна разлика, што значи да су руралне дестинације подједнако интересантне и мушкарцима и женама.

Табела 12. Тест једнакости пропорција према дужини боравка у руралним туристичким дестинацијама по полу

			Пол		Укупно
			Мушки	Женски	
Дужина боравка	1 дан	Фреквенција	26	26	52
		% од дужине боравка	50,0%	50,0%	100,0%
	2-3 дана	Фреквенција	78	130	208
		% од дужине боравка	37,5%	62,5%	100,0%
	4-6 дана	Фреквенција	12	11	23
		% од дужине боравка	52,2%	47,8%	100,0%
	7 дана	Фреквенција	3	8	11
		% од дужине боравка	27,3%	72,7%	100,0%
	Више од 7 дана	Фреквенција	6	2	8
		% од дужине боравка	75,0%	25,0%	100,0%
Укупно		Фреквенција	125	177	302
		% од дужине боравка	41,4%	58,6%	100,0%

$$\chi^2=8,62 \text{ } p=0,07$$

Тестирањем пропорција у два посматрана узорка (табела 13) утврдили смо да туристи срдње старосне доби од 31-40 и од 41-50 година у највећој мери посећују ове дестинације (преко 70%) у односу на различите дужине боравка испитаника. Такође, треба узети у обзир и да су узорком у већој мери обухваћени испитаници из ових категорија.

Табела 13. Тест једнакости пропорција према дужини боравка у руралним туристичким дестинацијама у односу на године старости

			Године старости						Укупно
			До 20	21-30	31-40	41-50	51-60	61 и више	
Дужина боравка	1 дан	Фреквенција	1	3	19	22	3	4	52
		% дужине боравка	1,9%	5,8%	36,5%	42,3%	5,8%	7,7%	100,0%
	2-3 дана	Фреквенција	0	12	72	88	25	11	208
		% дужина боравка	0,0%	5,8%	34,6%	42,3%	12,0%	5,3%	100,0%
	4-6 дана	Фреквенција	0	8	7	2	1	5	23
		% дужина боравка	0,0%	34,8%	30,4%	8,7%	4,3%	21,7%	100,0%
	7 дана	Фреквенција	0	0	1	5	1	4	11
		% дужина боравка	0,0%	0,0%	9,1%	45,5%	9,1%	36,4%	100,0%
	Више од	Фреквенција	0	0	2	6	0	0	8

	7 дана	% дужина боравка	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Укупно	Фреквенција		1	23	101	123	30	24	302
	% дужина боравка		0,3%	7,6%	33,4%	40,7%	9,9%	7,9%	100,0%

$$\chi^2=62,96 \text{ } p=0,00$$

Ако анализирамо резултате о **првој асоцијацији за руралне туристичке дестинације у АП Војводини** (слика 4), може се констатовати да више од $\frac{1}{4}$ испитаника доживљава ове дестинације као пределе који омогућавају мир и одмор. Поред тога, кључни утисци подразумевају прелепу природу, салаше и етно села, гастрономију и чист ваздух.

Велика дисперзија у одговорима на прву асоцијацију које испитаници имају о руралним дестинацијама, указује да АП Војводина поседује велики број руралних атрактивности како природних, тако и друштвених, којима може да анимира туристичку тражњу.

Слика 4. Прва асоцијација за руралне туристичке дестинације у АП Војводини



Извор: Подаци добијени примарним истраживањем на терену

Испитаницима је постављено питање и да наведу за које су руралне туристичке дестинације АП Војводине чули до сада. Ово је учињено циљано како би се утврдило које од дестинација имају изграђен **имиц**. Листа руралних туристичких дестинација АП Војводине за које су испитаници до сада чули приказана је у Табели 14.

Табела 14. Листа руралних туристичких дестинација АП Војводине за које су испитаници до сада чули

1) Андревље	5) Бачки брег	9) Белегишке аде
2) Апатин	6) Бачки Моноштор	10) Бело блато
3) Бање Меленци и Јунаковић	7) Бездан	11) Белоцркванска језера
4) Бач	8) Бела Црква	12) Беочин

13) Бркин салаш	30) Кањижа	48) Сакуле
14) Буцин салаш	31) Качарево	49) Салаш 137
15) Винске туре	32) Каштел Ечка	50) Салаш 84
16) Војка	33) Келебија	51) Салаш
17) Врдничка кула	34) Ковачица	52) Скореновац
18) Вршац	35) Крњешевци	53) Сомбор
19) Голубинци	36) Кумане	54) Сремски Карловци
20) Горње Подунавље	37) Лугарница	55) Стајићево
21) Дворац Дунђерски	38) Мајкин салаш	56) Стари Сланкамен
22) Делиблато	39) Мали Иђош	57) Суботица
23) Етно кућа Велебит	40) Манастири Фрушке горе	58) Таванкут
24) Етно кућа у Торку	41) Мокрин	59) Фрушка гора
25) Етно село Тигањица	42) Моровић	60) Хајдуково
26) Засавица	43) Ново Милошево	61) Хопово
27) Зобнатица	44) Озаци	62) Царска бара
28) Ириг	45) Палић	63) Ченеј
29) Катаи салаш	46) Пачир	64) Черевећ
	47) Перков салаш	65) Шид

На основу добијене листе види се да постоји широка листа руралних туристичких дестинација АП Војводине за које су анкетирани чули. Постојање неких урбаних градских средина (мали градови и вароши) не треба схатати стриктно, јер су испитаници имали у виду рурална подручја ових дестинација и њихову понуду.

Борба на тржишту међу дестинацијама данас се води у ванпансионској туристичкој понуди, односно у условима за активан одмор. Како би се испитали елементи ове понуде, развијена је листа елемената за територију АП Војводине. Листа кориштена у истраживању базирана је на ономе што нуди стручна литература, али и пракса земаља које су до сада оствариле најбоље резултате у развоју руралног туризма (табела 15).

Табела 15. Оцена елемената понуде за активан одмор у руралним тур. дестинацијама

	Фрекф.	Аритметичка средина	Стандардна девијација
1) Могућности за организоване обилазке руралних подручја	300	4,04	1,101
Туре обилазака села и малих градова	302	3,92	1,210
Обиласци сеоским кочијама, запрегама и сл.	302	3,75	1,310
Јахање коња	302	3,58	1,084
Бициклизам	302	4,03	1,065
Пешачке стазе	301	3,98	1,121

Истраживање ставова домаћих интересних група о могућностима за активан одмор у руралним туристичким дестинацијама АП Војводине

Авантуристички одмор	302	3,67	1,229
2) Догађаји карактеристични за одрђена рурална подручја	301	4,04	1,014
Фестивали	302	4,36	,911
Пољопривредни сајмови	302	4,10	1,194
Различите смотре	298	4,05	1,157
3) Активности везане за воду	301	3,46	1,100
Риболов / пецање	302	3,70	,971
Туризам везан за боравак на рекама и воденим каналима	302	3,53	,899
Боравак у објектима типа „акваленд“	301	3,56	1,217
Пливање,	298	3,38	1,042
Трке чамаца	300	3,01	1,105
Вожња чамцима	301	3,26	1,009
Једрење	297	2,73	1,145
Сурфовање на бази ветра	300	2,78	1,120
4) Активности везане за ваздушни простор	300	3,12	1,016
Једрење змајем, балоном	297	3,08	1,012
Једриличарење	300	3,01	,962
Параглајдинг	301	3,19	,934
5) Бављење спортом у руралном подручју	301	3,62	1,008
Лов	302	4,00	1,066
Фото-сафари	302	3,72	1,108
Оријентиринг	301	3,82	1,150
Голф	295	2,98	1,126
6) Културне активности	300	4,07	,901
Фолклор	302	4,26	,851
Археологија	299	3,74	1,093
Посете сеоским музејима	297	3,71	1,047
Изучавање руралног културног наслеђа	302	3,75	1,072
Упознавање са старим занатима и алатима	300	3,90	1,021
Радионице различитих уметничких израза	302	3,84	1,104
7) Активности везане за здравље	302	3,95	1,030
Фитнес тренинзи	302	3,81	1,060
Спа и велнес	302	3,71	1,232
Програми за мршављење	302	3,63	1,263
8) Пасивне активности	302	3,92	1,039
Релаксирајући одмор у руралном амбијенту	302	4,14	1,012
Изучавање природе у отвореном простору (флора и фауна)	302	4,14	1,052

Анкетом је утврђено да је перцепција испитаника различита када се посматрају појединачни елементи туристичке понуде за активан одмор у руралним туристичким дестинацијама од оних када се посматрају групне оцене. Највишу просечну групну оцену добили су следећи елементи:

- Културне активности 4,07
- Могућности за организоване обилазке руралних подручја 4,04
- Догађаји карактеристични за одрђена рурална подручја 4,04
- Активности везане за здравље 3,95
- Пасивне активности 3,92
- Бављење спортом у руралном подручју 3,62

- Активности везане за воду 3,46
- Активности везане за ваздушни простор 3,12

Ако се посматрају појединачни елементи туристичке понуде везане за могућност активног одмора може се приметити да су највише оцене добили: фестивали 4,36 затим фолклор 4,26 и пасивне активности 4,14. Док су пољопривредни сајмови добили оцену 4,10 и различите смотре су оцењене са просечном оценом 4,05. Такође приметно је и да је лов оцењен са просечном оценом 4,0. Овакви резултати иду у прилог већ познатој чињеници да у АП Војводини је развијен туризам догађаја (*events*) и да скоро свака рурална средина се може похвалити са неком својом манифестацијом карактеристичном за њен локални амбијент. Такође, АП Војводина у има релативно добро очуван еколошки систем што погодује могућности за упражњавање различитих облика пасивних активности приликом боравка у руралним туристичким дестинацијама, па одтуда и релативно висока добијена оцена (4,14)

Такође, АП Војводина има дугу традицију лова и ловног туризма и негује и брижљив однос према флори и фауни. Добијена оцена 4,0 указује да су испитаници упознати да је у последњих тридесет година дошло је нажалост, до запостављања најпознатијих ловишта: Плавна, Моровић, Каракуша, Карађорђево, Сомборске шуме, Апатински рит, Суботичка и Делибратска пешчара и можда највећег ловног потенцијала Фрушке горе. Испитаници су препознали потенцијале за развој ловног туризма и добијена оцена (4,0) указује на могућности за даље унапређење ловне инфраструктуре и активирање свих потенцијала који постоје за овај вид туризма.

Када се посматрају најниже добијене појединачне оцене то су једрење 2,73 и сурфовање на бази ветра 2,78. Међутим, када се ове оцене упореде са групном оценом активносима везаним за воду (3,46) уочава се разлика. АП Војводина има богат водени ресурс, поред реке Дунав која је Европски коидор 7, ту су и друге реке (Тиса, Бегеј, Тамиш, Караш итд.), као и језера Палићко, Белоцркванска језера итд. Сви ови ресурси чине потенцијал на коме треба додатно радити како би се ставили у функцију туризма.

Приметно ниске оцене добиле су и активности везане за ваздушни простор (једрење змајем, балоном 3,08 као и једричичарење 3,01 и параглајдинг 3,19).

На основу добијених оцена може се генерално закључити да АП Војводина има респектабилне ресурсе за развој различитих врста активности којима може да се обогати боравак туриста у руралним туристичким дестинацијама. Ове могућности око 70% узорка испитаника оцењује као задовољавајуће или изразито задовољавајуће за активан одмор. Са друге стране, приметно је да ½ узорка није сматрала могућности које су везане за активностима везаним за ваздушни простор и бављење спортом на задовољавајућем нивоу. Нешто више вредности резултата су уочене код активности које су везане за воду.

Приметно је да велики број испитаника није био упознат са **планом изградње бициклистичке стазе која повезује Нови Сад и Београд** (табела 17). Наиме, преко

половине испитаника (58,3%) није упознато са овим планом, што указује на нешто слабију информисаност грађана по овом питању.

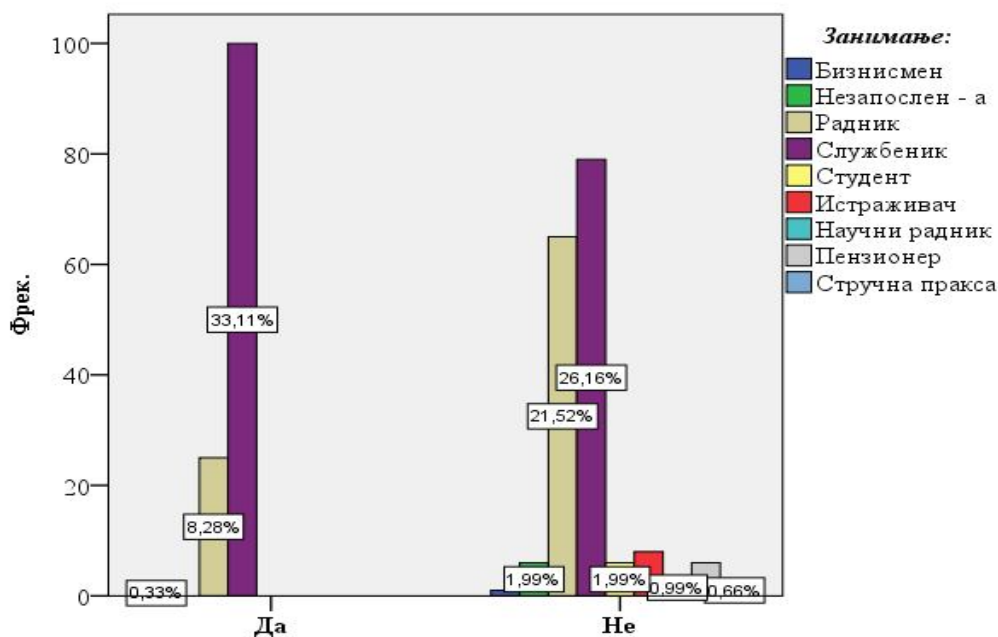
Због свог значаја, а обзиром да повезује два највећа града Србије и уједно два највећа емитивна тржишта руралног туризма, неопходно је да план изградње буде на шири начин представљен домаћој стручној, научној али штирој јавности, као интегрални део будућих туристичких планова и иновација везаних за развој туризма АП Војводине. Нарочита пажња се мора ставити на улагања у средства промоционог микса како би упознавањем свих интересних група (*stakeholder-a*) се она практично и валоризовала.

Табела 17. Да ли сте упознати са планом изградње бицикличке стазе Нови Сад - Београд?

	Фреквенција	%	Кумулативни%
Да	126	41,7	41,7
Не	176	58,3	100,0
Укупно	302	100,0	

Детаљнијим увидом у карактеристике испитаника (слици 5), приметно је да су са овим планом углавном упознати радници или службеници. Сходно томе, недостају даље маркетиншке активности, како према осталим радницима и службеницима, тако и према осталим занимањима, који су у великој мери необавештени о овом плану.

Слика 5. Да ли сте упознати са планом изградње бицикличке стазе Нови Сад - Београд?



Извор: Подаци добијени примарним истраживањем на терену

Како би се добио потпун увид у **ставове испитаника о утицају изградње бицикличке стазе Нови Сад-Београд на развојне аспекте руралног туризма**, важно је погледати аритметичке средине у оценама испитаника у односу на поједине његове компоненте (табела 18).

Табела 18. Дескриптивни статистици оцена испитаника о утицају изградње бицикличке стазе Нови Сад – Београд на:

	Фрек.	АС	СД
Развој околних села на подручју АП Војводине	302	4,58	,854
Развој туристичке понуде АП Војводине	302	4,67	,694
Могућности за пласман пољопривредно-прехрамбених производа	302	4,37	1,051
Могућност креирања нових туристичких производа	302	4,63	,743
Унапређење положаја локалног становништва АП Војводине	302	4,57	,839

Резултати указују да испитаници очекују највећи утицај изградње бицикличке стазе на развој туристичке понуде АП Војводине (АС=4,67), и могућности креирања нових туристичких производа (АС=4,63). Имајући у виду и друге високе оцене ових статистика (приближно 4,5), може се рећи да постоје велики потенцијали за реализацију овог плана.

Даљом анализом добијених информација може се закључити да, иако слабије информисани о плану изградње бицикличке стазе, испитаници план изградње доживљавају као велику прилику за развој како околних села, и могућности за пласманом пољопривредно-прехрамбених производа, тако и целокупне туристичке понуде и развоја локалног становништва. Готово по свим аспектима у вези са бицикличком стазом, одговори од око $\frac{3}{4}$ испитиваног узорка указују на значајну развојну шансу (табела 19).

Табела 19. Оцена плана изградње бицикличке стазе Нови Сад – Београд на:

Оцене	1	2	3	4	5
Развој околних села на подручју АП Војводине (%)	0,7	4,3	7,3	11,9	75,8
Развој туристичке понуде АП Војводине (%)	0	1,7	7,9	12,3	78,1
Могућности за пласман пољопривредно-прехрамбених производа (%)	1,7	6,6	13,6	9,3	68,9
Могућност креирања нових туристичких производа (%)	0	3,3	6,0	14,9	75,8
Унапређење положаја локалног становништва АП Војводине (%)	0	5,3	7,0	13,2	74,5

Поред плана изградње бицикличке стазе Нови Сад-Београд, питање информисаности се односило и на испитивање информисаности испитаника о томе **да ли је резерват биосфере "Бачко Подунавље" уписан у UNESCO светску листу резервата биосфере**. Увидом у табелу 20, јасно је да је забележена нешто већа информисаност него у претходном питању, али и даље је велики број испитаника (45,4%) који није био

информисан о томе, што недвосмислено захтева ангажовање маркетиншког напора и дисеминацију информација о овом резервату.

Табела 20. Да ли сте упознати да је резерват биосфере "Бачко Подунавље" уписан у UNESCO светску листу резервата биосфере?

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Да	165	54,6	54,6
Не	137	45,4	100,0
Укупно	302	100,0	

Резултати добијени на основу теста једнакости пропорција (табела 21), указују на статистички значајне разлике у информисаности у односу на године старости. Увидом у добијене податке може се закључити да треба побољшати информисаност популације до 30 година о резервату „Бачко Подунавље“. Дакле, нешто старији испитаници су били боље информисанији у вези овог питања.

Табела 21. Тест једнакости пропорција према познавању испитаника са чињеницом да је резерват биосфере "Бачко Подунавље" уписан у UNESCO светску листу резервата биосфере у односу на године старости

			Године старости					Укупно	
			До 20	21-30	31-40	41-50	51-60		61 и више
<i>Упознат да је уписан у UNESCO</i>	Да	Фреквенц.	0	1	60	68	22	14	165
		% од познавања	0,0%	0,6%	36,4%	41,2%	13,3%	8,5%	100,0%
		% од године	0,0%	4,3%	59,4%	55,3%	73,3%	58,3%	54,6%
	Не	Фреквенц.	1	22	41	55	8	10	137
		% од познавања	0,7%	16,1%	29,9%	40,1%	5,8%	7,3%	100,0%
		% од године	100,0%	95,7%	40,6%	44,7%	26,7%	41,7%	45,4%
Укупно	Фреквенц.	1	23	101	123	30	24	302	
	% од познавања	0,3%	7,6%	33,4%	40,7%	9,9%	7,9%	100,0%	
	% од године	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2=29,98 \text{ } p=0,00$$

Истраживањем су такође анализиране оцене испитаника о утицају уласка резервата биосфере на на UNESCO светску листу (табела 22).

Табела 22. Оцена испитаника о утицају уласка резервата биосфере "Бачко Подунавље" на UNESCO светску листу

	Фрек.	АС	СД
Рурални развој АП Војводине	302	4,77	0,64
Унапређење могућности за бављење активним туризмом у АП Војводини	302	4,80	0,57
Унапређење туристичке понуде АП Војводине	302	4,83	0,51
Услови за одрживи (еколошки) развој подручја	302	4,74	0,56

Може се закључити да добијене изразито високеоцене аритметичких средина компоненти у распону од 4,74 до 4,83, говоре о великом очекивању свих испитаника од ове туристичке дестинације у будућности.

Да на чињеницу уласка резерват биосфере "Бачко Подунавље" на UNESCO светску листу, испитаници гледају веома благонаклоно, указује и то да је 80% узорка оценило максимално оценом по свим задатим елементима (табела 23).

Табела 23. Оцена утицаја уласка резервата биосфере "Бачко Подунавље" на UNESCO светску листу.

Оцене	1	2	3	4	5
Рурални развој АП Војводине (%)	0,3	1,3	6,0	5,6	86,8
Унапређење могућности за бављење активним туризмом у АП Војводини (%)	0	0,3	7,6	3,3	88,7
Унапређење туристичке понуде АП Војводине (%)	0	0,3	5,3	5,0	89,4
Услови за одрживи (еколошки) развој подручја (%)	0	0	6,0	13,9	80,1

Имајући у виду информисаност испитаника о руралним туристичким дестинацијама у АП Војводини, било је интересантно утврдити ставове о томе да ли би својим пријатељима или рођацима препоручили одлазак у неку руралну туристичку дестинацију (табела 24)

Табела 24. Да ли би пријатељима препоручили одлазак у неку од руралних туристичких дестинација АП Војводине?

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Да	252	83,4	83,4
Можда	48	15,9	99,3
Не	2	,7	100,0
Укупно	302	100,0	

Велики степен задовољства садржајима руралних дестинација и ширина туристичке понуде, указује на то да највећи број испитаника би препоручио ове садржаје својим пријатељима (83,4%). Неопређених по овом питању је било 15,9%, док је изразито

низак проценат са негативним одговором (0,7%), што се може сматрати занемарљивим у овом случају (табела 24).

Међу дестинацијама које испитаници би да препоруче својим пријатељима (Табела 25), налазе се: Фрушка гора (19,9%), Палић (14,9%), Сремски Карловци (10,6%), Засавица (7,9%), Сомбор (7,3%), Царска бара (3,3%), итд.

Табела 25. Коју бисте дестинацију препоручили другима?

	Фреквенција	%	Кумулативни %
Андревље	3	1,0	1,0
Апатин	2	,7	1,7
Бачко Подунавље	4	1,3	3,0
Бегеч	1	,3	3,3
Бела Црква	7	2,3	5,6
Белоцркванска језера	9	3,0	8,6
Буцин салаш	1	,3	8,9
Царска бара	10	3,3	12,3
Ченејски салаши	2	,7	12,9
Цветање Тисе	1	,3	13,2
Делиблатска пешчара	8	2,6	15,9
Дворци Војводине	1	,3	16,2
Етно кућа у селу Велебит	2	,7	16,9
Фрушка гора	60	19,9	36,8
Фрушкогорска лугарница	2	,7	37,4
Каштел	1	,3	37,7
Мајкин салаш	4	1,3	39,1
Манастири Фрушке горе	4	1,3	40,4
Палић	45	14,9	55,3
Петроварадинска тврђава	4	1,3	56,6
Салаш 137	9	3,0	59,6
Салаши	13	4,3	63,9
Сеоска домаћинства	3	1,0	64,9
Сомбор	22	7,3	72,2
Сремски Карловци	32	10,6	82,8
Стара Моравица	1	,3	83,1
Суботица	4	1,3	84,4
Суботички салаши	3	1,0	85,4
Сурдук	1	,3	85,8
Винарије	3	1,0	86,8
Врдник	2	,7	87,4
Вршац	14	4,6	92,1
Засавица	24	7,9	100,0
Укупно	302	100,0	

На крају статистичке обрада података, било је од значаја да се испита да ли препорука пријатељима за одлазак у неку од руралних дестинација зависи од година старости испитаника(табела 26)

Табела 26. Тест једнакости пропорција према препоруци пријатељима за одлазак у неку од руралних туристичких дестинација АП Војводине у односу на године старости

			Године старости						Укупно
			До 20	21-30	31-40	41-50	51-60	61 и више	
<i>Да ли би сте препоручили пријатељ. неку од руралних турист. дестинација</i>	Да	фреквенција	0	17	84	103	27	21	252
		% препоруке одласка	0,0%	6,7%	33,3%	40,9%	10,7%	8,3%	100,0%
		% године старости	0,0%	73,9%	83,2%	83,7%	90,0%	87,5%	83,4%
	Можда	фреквенција	1	6	17	18	3	3	48
		% препоруке одласка	2,1%	12,5%	35,4%	37,5%	6,3%	6,3%	100,0%
		% године старости	100,0 %	26,1%	16,8%	14,6%	10,0%	12,5%	15,9%
	Не	фреквенција	0,3%	2,0%	5,6%	6,0%	1,0%	1,0%	15,9%
		% препоруке одласка	0	0	0	2	0	0	2
		% године старости	0,0%	0,0%	0,0%	100,0 %	0,0%	0,0%	100,0%
	Укупно	фреквенција	1	23	101	123	30	24	302
		% препоруке одласка	0,3%	7,6%	33,4%	40,7%	9,9%	7,9%	100,0%
		% године старости	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0%	100,0%
фреквенција		0,3%	7,6%	33,4%	40,7%	9,9%	7,9%	100,0%	

$$\chi^2=11,16 \text{ } p=0,34$$

На основу добијених резултата применом Хи-квадрат теста ($\chi^2=8,62 \text{ } p=0,07$) може се закључити да не постоје статистички значајне разлике, те да све узрасне категорије подједнако препоручују ове дестинације својим пријатељима.

4. ЗАКЉУЧЦИ ИСТРАЖИВАЊА

На основу детаљног статистичког и аналитичког приказа добијених резултата изводе се следећи закључци:

- Рурални туризам је веома атрактиван, а о томе сведочи податак да је чак 95,7% испитаника дало позитиван одговор на питање да би провело део свог годишњег одмора у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине. Међутим, 4,3% негативних одговора упућује на закључак да је неопходно вршити даља улагања у квалитет руралне туристичке понуде, односно да је неопходно додатно улагати у промоцију, тј. развој и дистрибуцију средства промоционог микса, како би се додатно анимирали они сегменти тржишта који имају негативан став о одморима у руралним туристичким дестинацијама. Истраживање је показало и да су руралне туристичке дестинације Војводине подједнако привлачне испитаницима свих старосних доби, оба пола.
- Као атрактивне руралне туристичке дестинације за којима постоји потенцијално највећа туристичка тражња се издвајају Палић, Фрушка Гора, као и бројни салаши.
- Истраживање је показало да је највећи број испитаника (31,0%) већ боравио у некој од руралних туристичких дестинација и да има формиране ставове о истим. Охрабрујући је податак да је на другом месту као извор информација о руралним туристичким дестинацијама наведен Интернет (24,5%). Овај податак говори о томе да се информатичка писменост локалног становништва повећала, али такође и да је рурална туристичка понуда нашла пут до туристичке тражње путем Интернета. Међутим, рад локалних туристичких организација није задовољавајући, јер промотивне материјале о руралним туристичким дестинацијама је видело свега 19,5% анкетираних, као и рад туристичких агенција, јер је свега 2,7 % навело овај извор информација. Ово, такође, говори и о томе да су наше туристичке агенције у свом пословању мало усмерене на рецептивни туризам, односно да им је фокус у раду на иностраним туристичким тржиштима. С обзиром да је одређени број анкетираних добио информације од пријатеља и родбине (16,4%), може се закључити да је велики број грађана имао прилике да се упозна са понудом руралног туризма, што је иначе ускладу и са податком да је 31% анкетираних већ раније боравило у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине.
- Више од половине испитаника (54,8%) путује са намером одмора и рекреације. Следећи најчешћи разлог путовања је упознавање са културно-историјским наслеђем (14,6%), затим посета некој од традиционалних сеоских манифестација (10,1%), итд. Ово је значајан податак, имајући у виду пре свега веома богат програм различитих манифестација које обогаћују боравак туриста у руралним подручјима Војводине. Закључак је да су туристи више заинтересовани за активан

одмор и рекреацију, него за посете некој од традиционалних локалних манифестација, што свакако не значи да неби требало даље улагати у туризам догађаја, првенствено из разлога што он доприноси изградњи имиџа локалних руралних дестинација. Закључак је да треба радити превасходно на изградњи туристичке инфраструктуре која би подржала одмор и рекреацију у руралним подручјима АП Војводине.

- Резултати истраживања су показали да се највећи број испитаника већ одмарао у некој од руралних туристичких дестинација Војводине (59,3%). Велики број анкетираних (19,9%) није никада провео одмор некој од руралних туристичких дестинација, док је приближно исти број испитаника боравило два, односно један пут (10,9% и 9,9%). На основу добијених података може се закључити да више од половине испитаника је више од два пута провело одмор у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине, што указује на то да су били задовољни квалитетом услуга, односно поднуде коју су тамо добили. Такође, висок проценат анкетираних (19,9%) који нису боравили, упућује на закључак да се морају појачати маркетинг напори како би се додатно анимирао овај сегмент туристичке тражње како би исти посетили рурална подручја. Ово се превасходно односи на улагања у сва средстава промоционог микса која морају бити у функцији развоја руралног туризма, што мора бити задатак локалних туристичких организација као и свих других носилаца политике развоја туризма у Војводини. Добијени подаци кореспондирају са податком да би чак 95% анкетираних провело одмор у некој од руралних туристичких дестинација.
- Велика већина анкетираних (94,9%) самостално организује одмор у руралним туристичким дестинацијама АП Војводине. Податак да свега 2,2% испитаника је одговорило преко туристичке агенције, кореспондира са већ изнетим ставом да домаће туристичке агенције се небаве рецептивним туризмом, што је уједно критика њиховом досадашњем раду.
- Истраживање је потврдило значај друмског саобраћаја за развој руралног туризма. Наиме, аутомобил као превозно средство које испитаници користе за одлазак у руралне дестинације навело је око 90% испитаника (90,2%), аутобус у далеко мањем проценту (7,9%) итд. Имајући у виду тренутно лоше стање железничке инфраструктуре и услове за путовање возом, јасно је зашто је овај вид саобраћаја навело свега 1,8% испитаника.
- Важан сегмент у истраживања одмора у руралним туристичким дестинацијама представља и дужина боравка. Резултати истраживања говоре да је би 86,1% испитаника провело до 3 дана у некој од руралних туристичких дестинација Војводине. Прецизно, 17,2% би боравило 1 дан, а од 2 до 3 дана је навело 68,9% испитаника. Ово указује да највећи број испитаника прави кратке одморе тј. викенд одморе у руралним туристичким дестинацијама, што је у складу са теоријским ставовима о

руралном туризму као виду туризма намењеном оном сегменту тражње који је опредељен за кратак вид одмора.

- Асоцијације испитаника на руралне туристичке дестинације су веома различите о чему сведочи велика дисперзија у добијеним одговорима. Позитивна искуства се највише односе на очуван природни амбијент, квалитет и разноврсност домаће кухиње (органиски произведену храну, квалитет пољопривредно прехранбених производа, домаћа пића – алкохолна, безалкохолна, итд.), док се по мишљењу испитаника као ограничавајући фактор у развоју руралног туризма издваја лоша сеоска инфраструктура, односно лош квалитет путева и лоша сеоска хигијена.
- Листа од 66 руралних туристичких дестинација за које су чули и навели, сведочи о томе да су они добро информисани о руралној туристичкој понуди у АП Војводини. Међутим, овај одговор треба схватити условно, односно може се схватити и како један од ограничавајућих фактора у спроведеном истраживању. Наиме, реч је о субјективним оценама, јер је велики број анкетираних наводио села, односно рурална подручја у близини својих градова, тј. места и „родна места“ из којих су дошли у градове у којима живе и раде.
- Анкетом је утврђено да је перцепција испитаника различита када се посматрају појединачни елементи туристичке понуде за активан одмор у руралним туристичким дестинацијама од оних када се посматрају групне оцене. Највишу просечну групну оцену добили су следећи елементи руралне туристичке понуде: културне активности 4,07; могућности за организоване обилазке руралних подручја 4,04; догађаји карактеристични за одрђена рурална подручја 4,04; активности везане за здравље 3,95; пасивне активности 3,92; бављење спортом у руралном подручју 3,62; активности везане за воду 3,46; активности везане за ваздушни простор 3,12. Ако се посматрају појединачни елементи туристичке понуде везане за могућност активног одмора може се приметити да су највише оцене добили: фестивали 4,36 затим фолклор 4,26 и пасивне активности 4,14. Док су пољопривредни сајмови добили оцену 4,10 и различите смотре су оцењене са просечном оценом 4,05. Приметно је и да је лов оцењен са просечном оценом 4,0. Овакви добијени резултати иду у прилог већ познатој чињеници да у АП Војводини је развијен туризам догађаја (*events*) и да скоро свака рурална средина се може похвалити са неком својом манифестацијом карактеристичном за локални амбијент. Такође, АП Војводина има релативно добро очуван еколошки систем што погодује могућности за упражњавање различитим облицима пасивних активности приликом боравка у руралним туристичким дестинацијама, па одтуда и релативно висока добијена оцена (4,14). Такође, АП Војводина има дугу традицију лова и ловног туризма и негује и брижљив однос према флори и фауни. Добијена оцена 4,0 указује да су испитаници упознати да је у последњих тридесет година дошло нажалост, до запостављања најпознатијих ловишта: Плавна, Моровић, Каракуша, Карађорђево, Сомборске шуме, Апатински рит, Суботичка и Делибратска пешчара и можда

највећег ловног потенцијала Фрушке Горе. Испитаници су препознали потенцијале за развој ловног туризма и добијена оцена (4,0) указује на могућности за даље унапређење ловне инфраструктуре и активирање свих потенцијала који постоје за овај вид туризма. Када се посматрају најниже добијене појединачне оцене то су једрење 2,73 и сурфовање на бази ветра 2,78. Међутим, када се ове оцене упореде са групном оценом активносима везаним за воду (3,46) уочава се разлика. АП Војводина има богате водене ресурсе, де се поред реке Дунав која је Европски коидор 7, се налазе и друге реке (Тиса, Бегеј, Тамиш, Караш итд.), као и језера (Палићко, Белоцркванска језера, итд). Сви ови ресурси чине потенцијал на коме треба додатно радити како би се ставили у функцију туризма. Приметно ниске оцене добиле су и активности везане за ваздушни простор (једрење змајем, балоном 3,08; једричичарење 3,01; параглајдинг 3,19). Добијене оцене упућују на закључак да АП Војводина има респектабилне ресурсе за развој различитих врста активности којима може да се обогати боравак туриста у руралним туристичким дестинацијама. Ове могућности око 70% испитаника оцењује као задовољавајуће или изразито задовољавајуће за активан одмор. Са друге стране, приметно је да половина узорка није сматрала могућности које су везане за активности везане за ваздушни простор и бављење спортом на задовољавајућем нивоу.

- Истаживање је показало да приметно велики број испитаника није био упознат са планом изградње бицикличке стазе која повезује Нови Сад и Београд. Наиме, преко половине испитаника (прецизно 58,3%) није упознато са овим планом, што указује на слабију информисаност грађана по овом питању. Због свог значаја који има, обзиром да повезује два највећа града Србије и уједно два највећа емитивна туристичког тржишта, неопходно је да план изградње буде на шири начин представљен домаћој стручној, научној и широј друштвеној јавности, превасходно као интегрални део будућих туристичких планова и иновација везаних за развој туризма у АП Војводини и Србији – шире гледано. Нарочита пажња се мора ставити на улагања у сва средства промоционог микса како би упознавање свих интересних група (*stakeholders*) практично се и валоризовало.
- Иако слабије информисани о плану изградње бицикличке стазе, испитаници план изградње доживљавају као велику прилику за даљи развој, како локалних села, тако и за раст могућности за пласман пољопривредно-прехранбених производа и целокупне туристичке понуде, и развоја локалног становништва. Готово по свим аспектима у вези са бицикличком стазом, одговори од приближно $\frac{3}{4}$ испитиваног узорка указују на значајну развојну шансу коју она доноси.
- Велики број испитаника (45,4%) није информисан о томе да је резерват биосфере "Бачко Подунавље" уписан у UNESCO-ву Светску листу резервата биосфере, што недвосмислено захтева ангажовање додатних маркетиншких напора и дисеминацију знања о овом резервату. Такође, добијени резултати су показали да су нешто ста-

рији испитаници боље информисани о овом питању. Изразито високи резултати оцена аритметичких средина компоненти оцена о утицају уласка резервата биосфере на UNESCO-ву листу у распону од 4,74 до 4,83, говоре о великим очекивањима испитаника.

- Истраживање је показало велики степен задовољства које анкетирани имају о садржајима руралних туристичких дестинација и ширином туристичке понуде. Највећи број испитаника би препоручио пријатељима да бораве некој од руралних туристичких дестинација(83,4%). Неопредељених по овом питању је било око 16%(прецизно 15,9%), док је изразито низак проценат са негативним одговором (0,7%), што се сматра занемарљивим у овом случају. Међу руралним туристичким дестинацијама које би испитаници препоручилиза одмор својим пријатељима и рођацима су: Фрушка Гора (19,9%), Палић (14,9%), Сремски Карловци (10,6%), Засавица (7,9%), Сомбор (7,3%), Царска бара (3,3%), итд.

5. ЛИТЕРАТУРА

- Анализа буџетске подршке развоју сеоског туризма у Србији и диверсификација економских активности на селу“ (2009), Министарство пољопривреде шумарства и водопривреде Републике Србије – сектор за рурални развој.
- Закон о туризму ("Сл. гласник РС", бр. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - др. закон, 93/2012, 84/2015 и 83/2018 - др. закон)
- Ипард II програм ЕУ - мера 7 <https://ipard.co.rs/ipard-mera-302-1.html>
- *Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији*“ (2011), Заједнички програм ОУН „Одрживи туризам у функцији руралног развоја“, финансиран од стране шпанског Фонда за достизање миленијумских циљева развоја, web. link: <http://futurehospitalityleaders.files.wordpress.com/2012/11/master-plan-odrzivog-razvoja-ruralnog-turizma-u-srbiji.pdf>
- Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016.–2025.,
- Стратегија развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025. године “Службени гласник РС”, бр. 98/2016.
- Туристичка организација Војводине <https://vojvodinaonline.com/>
- Vanhove N., (2005):” The Economic of Tourism Destinations”, ELSEVIER, Butterworth-Heinemann, Amsterdam, Boston, Heidelberg.
- Lane B., (1994): “What is Rural Tourism”, Journal of Sustainable Tourism, No. 1-2., Vol. 2., p. 7-21. Special issue: Rural Tourism and Sustainable Rural Development.
- Lane, B. (2005): “Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development and Conservation”, Interamerican Journal of Environment and Tourism/Revista Interamericana de Ambiente u Turismo, Vol.1, Numero 1. (Agosto, 2005), p.12-18
- OECD (1994): “*Tourism Strategies and Rural Development*”, Appendix A., p. 47-50, OCDE/GD (94) 49, web link: <http://www.oecd.org/dataoecd/31/27/2755218.pdf>
- Roberts, L. and Hall, D., (2003): “Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice”, CABI Publishing, Wallingford, Oxon OX108DE, UK.

Извор фотографија: Туристичка организација Војводине

6. ПРИЛОГ

АНКЕТНИ УПИТНИК

**ИСПИТИВАЊЕ СТАВОВА ДОМАЋИХ ИНТЕРЕСНИХ ГРУПА О МОГУЋНОСТИМА
ЗА АКТИВАН ОДМОР У РУРАЛНИМ ТУРИСТИЧКИМ ДЕСТИНАЦИЈАМА
ВОЈВОДИНЕ
- УПИТНИК -**

1. Место Вашег сталног пребивалишта : _____

2. Године старости

- до 20
- од 21 – 30
- од 31 – 40
- од 41 – 50
- од 51 – 60
- од 61 – и више

3. Пол

- Женски
- Мушки

4. образовање

- Основно
- Средње
- Високо
- У току (ученик, студент)

Друго (дописати): _____

5. Занимање

- Радник
- Службеник
- Бизнисмен

- Ученик,
 - Студент
 - Спортиста
 - Незапослен - а
- Друго дописати: _____

6. Да ли би сте део свог годишњег одмора провели у некој од руралних туристичких дестинација АП Војводине:

ДА НЕ

7. Ако је одговор потврдан, да ли можете да наведете у којој:

- А) _____
- Б) _____
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

8. Који су то извори информација које имате о руралним туристичким дестинацијама:

- Промотивни материјали
 - Ранији боравак
 - Пријатељи и родбина
 - Агенције
 - Телевизија
 - Интернет
- Друго (дописати): _____

9. Која би била сврха Ваше посете руралној туристичкој дестинацији:

- Одмори рекреација
 - Посета пријатељима или родбини
 - Упознавање са културно-историјским наслеђем
 - Посета некој од традиционалних сеоских (руралних) манифестација
 - Пословно
 - Спортско такмичење
 - Забава
- Друго (дописати): _____

10. Колико пута сте до сада провели одмор у некој од руралних туристичких дестинација на територији АП Војводине:

- Једном

- Два пута
- Више пута
- Нисам боравио

11. Како организујете одмор у руралним туристичким дестинацијама:

- Самостално
 - Преко туристичке агенције
 - Преко фирме у којој радим
- Друго (дописати): _____

12. Које превозно средство користите за одлазак у руралне туристичке дестинације:

- Аутомобил
 - Аутобус
 - Воз
- Друго (дописати): _____

13. Дужина Вашег боравка у руралним туристичким дестинацијама:

- 1 дан
- 2–3 дана
- 4-6 дана
- 7 дана
- вишеод 7 дана

14. Која је прва асоцијација када чујете за руралне туристичке дестинације у АП Војводини:

15. Наведите руралне туристичке дестинације АП Војводине за које сте до сада чули:

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

16. Молимо Вас да оцените могућности за активан одмор у руралним туристичким дестинацијама у АП Војводини:

Р.бр.	Врста туристичке активности	Оцена				
		1	2	3	4	5
А.	Могућности за организоване обилазке руралних подручја	1	2	3	4	5
	- Туре обилазака села и малих градова	1	2	3	4	5
	- Обилазци сеоским кочијама, запрегама и сл.	1	2	3	4	5
	- Јахање коња	1	2	3	4	5
	- Бициклизам	1	2	3	4	5
	- Пешачке стазе	1	2	3	4	5
	- Авантуристички одмор	1	2	3	4	5
Б.	Догађаји карактеристични за одрђена рурална подручја	1	2	3	4	5
	- Фестивали	1	2	3	4	5
	- Пољопривредни сајмови	1	2	3	4	5
	- Различите смотре	1	2	3	4	5
В.	Активности везане за воду	1	2	3	4	5
	- Риболов / пецање	1	2	3	4	5
	- Туризам везан за боравак на рекама и воденим каналима	1	2	3	4	5
	- Боравак у објектима типа „акваленд“	1	2	3	4	5
	- Пливање,	1	2	3	4	5
	- Трке чамаца	1	2	3	4	5
	- Вожња чамцима	1	2	3	4	5
	- Једрење	1	2	3	4	5
	- Сурфовање на бази ветра	1	2	3	4	5
Г.	Активности везане за ваздушни простор	1	2	3	4	5
	- Једрење змајем, балоном	1	2	3	4	5
	- Једриличарење	1	2	3	4	5
	- Параглајдинг	1	2	3	4	5

Д.	Бављење спортом у руралном подручју	1	2	3	4	5
	- Лов	1	2	3	4	5
	- Фото-сафари	1	2	3	4	5
	- Оријентиринг	1	2	3	4	5
	- Голф	1	2	3	4	5
Ђ.	Културне активности	1	2	3	4	5
	- Фолклор	1	2	3	4	5
	- Археологија	1	2	3	4	5
	- Посете сеоским музејима	1	2	3	4	5
	- Изучавање руралног културног наслеђа	1	2	3	4	5
	- Упознавање са старим занатима и алатима	1	2	3	4	5
	- Радионице различитих уметничких израза	1	2	3	4	5
Е.	Активности везане за здравље	1	2	3	4	5
	- Фитнес тренинзи	1	2	3	4	5
	- Спа и велнес	1	2	3	4	5
	- Програми за мршављење	1	2	3	4	5
Ж.	Пасивне активности	1	2	3	4	5
	- Релаксирајући одмор у руралном амбијенту	1	2	3	4	5
	- Изучавање природе у отвореном простору (флора и фауна)	1	2	3	4	5

17. Да ли сте упознати са планом изградње бицикличке стазе Нови Сад - Београд?

ДА НЕ

18. Молимо Вас да оцените на скали од 1 до 5 утицај изградње бицикличке стазе Нови Сад - Београд на:

- Развој околних села на подручју АП Војводине	1	2	3	4	5
- Развој туристичке понуде АП Војводине	1	2	3	4	5
- Могућности за пласман пољопривредно-прехрамбених производа	1	2	3	4	5

- Могућност креирања нових туристичких производа	1	2	3	4	5
- Унапређење положаја локалног становништва АП Војводине	1	2	3	4	5

19. Да ли сте упознати да је резерват биосфере "Бачко Подунавље" уписан у UNESCO светску листу резервата биосфере?

ДА НЕ

20. Молимо Вас да оцените на скали од 1 до 5 утицај уласка резервата биосфере "Бачко Подунавље" на UNESCO светску листу на:

- Рурални развој АП Војводине	1	2	3	4	5
- Унапређење могућности за бављење активним туризмом у АП Војводини	1	2	3	4	5
- Унапређење туристичке понуде АП Војводине	1	2	3	4	5
- Услови за одрживи (еколошки) развој подручја	1	2	3	4	5

21. Да ли би пријатељима препоручили одлазак у неку од руралних туристичких дестинација АП Војводине ?

ДА МОЖДА НЕ

22. Ако је одговор потврдан да ли би сте навели коју?

А) _____

Б) _____

В) _____

Г) _____

Д) _____