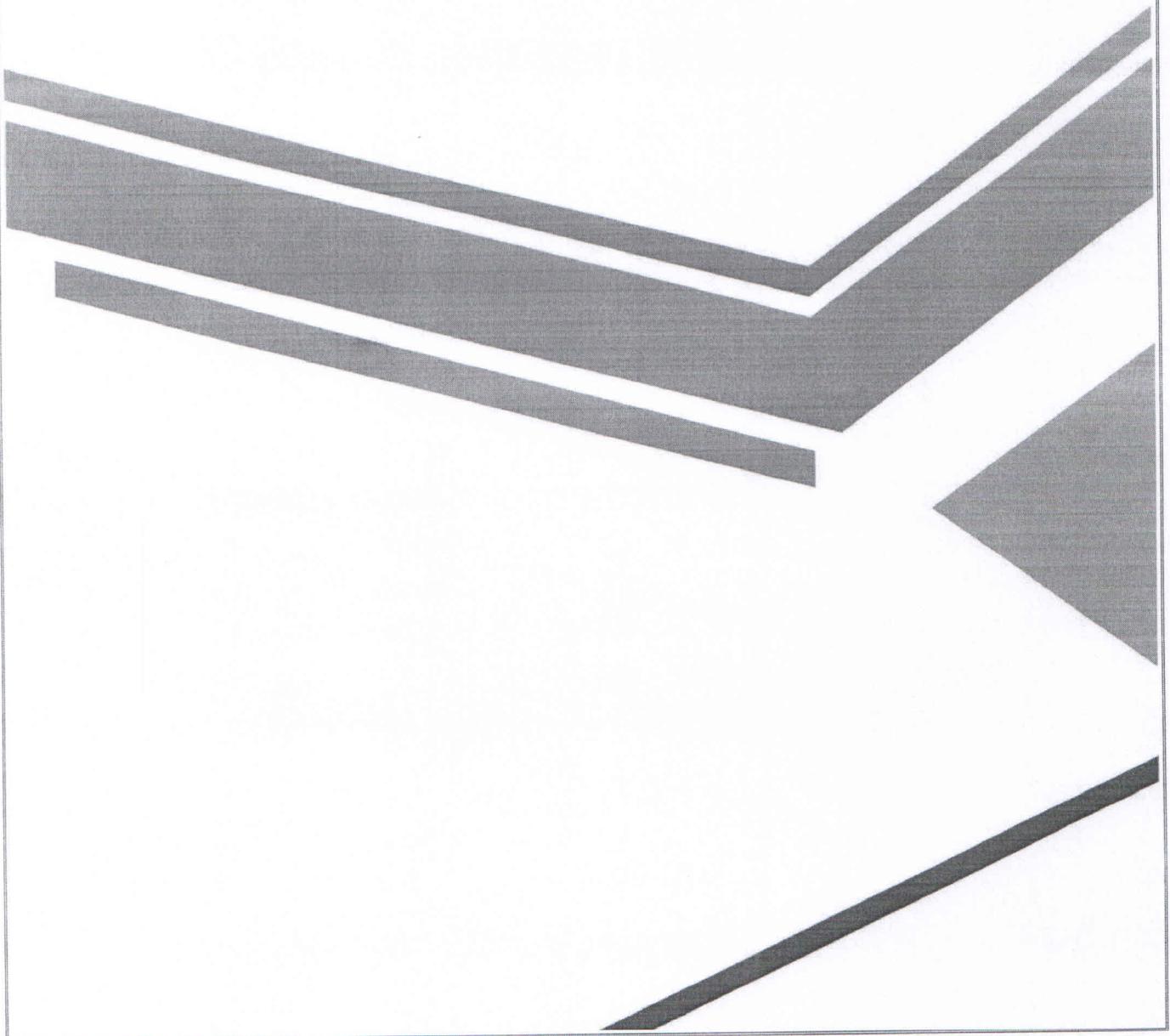




Ministarstvo
ekonomskog razvoja i turizma

PROGRAM RAZVOJA RURALNOG TURIZMA
CRNE GORE 2023 – 2025. GODINE
S AKCIONIM PLANOM



PROGRAM
RAZVOJA
RURALNOG TURIZMA
CRNE GORE 2023 – 2025. GODINE
S AKCIONIM PLANOM

Ovaj Program izrađen je u sklopu projekta “Instrument for Pre-Accession Assistance (IPA II) 2014-2020” - COVID Complementary measure - Support to SME in Montenegro.



TiEG

Podgorica, 2023.

Sadržaj

1.	UVOD.....	3
1.1.	STRATEŠKI OKVIR	5
1.2.	INSTITUCIONALNI OKVIR	7
1.3.	PREPORUKE SVJETSKJE TURISTIČKE ORGANIZACIJE UJEDINJENIH NACIJA (UNWTO).....	9
2.	DEFINICIJA RURALNOG TURIZMA.....	11
2.1.	RURALNI TURIZAM U EU.....	12
2.2.	RURALNI TURIZAM U CRNOJ GORI	13
2.2.1.	POSTIGNUTI REZULTATI IMPLEMENTACIJE PROGRAMA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA 2019. – 2021. (2022.)	15
2.2.2.	ANALIZA PONUDE.....	17
2.2.3.	ANALIZA TRAŽNJE.....	19
2.2.4.	KREIRANJE I UPRAVLJANJE PONUDOM.....	20
3.	SWOT.....	22
4.	IDENTIFIKACIJA POTREBA.....	27
5.	OPERATIVNI CILJEVI I INDIKATORI.....	30
-	AKCIONI PLAN 2023. – 2025.	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
-	MONITORING, EVALUACIJA I IZVJEŠTAVANJE.....	44
-	ANEKSI	46
A.	ANEKS 1 – RASPOLOŽIVI EU FONDOVI ZA INVESTICIJE U RURALNI TURIZAM	46
B.	ANEKS 2 ISKUSTVA IZ RAZVIJENIH EU DESTINACIJA RURALNOG TURIZMA.....	50

Lista Skraćenica

BDP	Bruto domaći proizvod
EU	Evropska unija
IFAD	Međunarodni fond za razvoj poljoprivrede
IPARD	Pretpristupni fond za ruralni razvoj
LAG	Lokalna akciona grupa
LTO	Lokalna turistička organizacija
MERT	Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma
MPŠV	Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede
MEPPU	Ministarstvo ekologije, prostornog planiranja i urbanizma
JP NPCG	Javno preduzeće Nacionalni parkovi Crne Gore
NTO CG	Nacionalna turistička organizacija Crne Gore
NVU	Nevladina udruženja
PRRT	Program razvoja ruralnog turizma
UNWTO	Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih nacija
OECD	Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj

1. UVOD

Turizam u Crnoj Gori ima strateški značaj za ekonomiju. U periodu do pojave pandemije COVID-19, svojim direktnim i multiplikativnim efektima na ostale privredne grane, turizam je generisao 25-30% bruto domaćeg proizvoda (BDP), u istom nivou doprinio je i ukupnoj zaposlenosti, dok je sa više od 50% učestvovao u izvozu.

Nakon, nikada ranije zabilježenog pada turističkog prometa u 2020. godini, kako na globalnom, tako i na nivou Crne Gore, proces oporavka turističkog poslovanja započeo je tokom 2021. godine.

Očekivanja, da će 2022. godina biti godina stabilizacije turističkih tokova, nisu se ostvarila zbog nove krize izazvane geopolitičkim turbulencijama i ratnim dešavanjima između Rusije i Ukrajine, a koja se negativno odrazila na svjetsku privrednu djelatnost, pa time i na turizam.

Ipak, i u takvim okolnostima, sektor turizma je pokazao svoju specifičnost, a to je da relativno uspješno odolijeva i najvećim „udarcima“, kako na strani ponude, tako i na strani tražnje. Naime, potreba i želja za putovanjima su u biti čovjeka, pa se, nakon perioda stagnacije, tražnja za turističkim proizvodom ponovo javila i rezultirala je reaktiviranjem turističke ponude.

U nastojanjima da se na što efikasniji način ublaže negativni efekti pomenutih, ali i eventualnih novih kriznih dešavanja, Vlada je u martu 2022. godine usvojila Strategiju razvoja turizma Crne Gore 2022-2025. godine s Akcionim planom.

Shodno novoj realnosti, Strategijom je prepoznata potreba za održivim razvojem zelenog, pametnog, inovativnog, inkluzivnog i odgovornog turizma. Jedan od oblika turizma koji je prepoznat kao razvojna šansa je i ruralni turizam.

Razvoj ruralnog turizma još više dobija na značaju ako se ima u vidu činjenica da crnogorski turizam karakteriše izrazita sezonalnost, kao i disbalans turističkog razvoja sa regionalnog aspekta. Naime, vrlo raznolika ponuda koja čini ruralni turizam, stvara idealne preduslove za razvijanje cjelogodišnje ponude, prevashodno u sjevernom regionu Crne Gore.

Ruralni turizam, koji se u svojoj osnovi, prvenstveno bazira na prirodnim i kulturno-istorijskim/tradicionalnim vrijednostima, predstavlja jedan od oblika turizma čiji se razvoj nameće sam po sebi. Ovo prije svega zato što ruralni turizam pruža mogućnost za razvijanje turističkih proizvoda u širokom obimu, i sa prostornog i sa vremenskog aspekta.

Kada je riječ o aspektu prostora – važno je istaći činjenicu da razvoj ruralnog turizma doprinosi uravnoteženijem razvoju države, tj. u funkciji je smanjenja jaza u razvoju između Sjevera i Juga Crne Gore. Istovremeno, sa aspekta vremena - razvojem ponuda u ruralnom turizmu doprinosi se ostvarivanju tzv. turističke ponude „365“, odnosno ponude tokom čitave godine. Sve navedeno, u potpunosti je u saglasnosti sa strateškim ciljem razvoja turizma Crne Gore, generalno posmatrano.

Dakle, razvojem ruralnog turizma - stvaraju se mogućnosti za razvoj do sada, ne samo turistički već i generalno posmatrano, slabo ili manje razvijenog sjevernog regiona Crne Gore. Kako bi ruralni turistički proizvod bio konkurentan, neophodno je unaprijediti kvalitet svih komponenti koje obezbjeđuju cjelovitost turističke ponude. U tom smislu, potrebno je poboljšati postojeću i razviti novu putnu infrastrukturu (podići nivo dostupnost ponude u ruralnom turizmu) sa adekvatnom turističkom signalizacijom i obezbijediti kvalitetno i kontinuirano snabdijevanje električnom energijom i vodom. Istovremeno, dužna pažnja se mora posvetiti razvoju pratećih sadržaja koji upotpunjuju ponudu u ruralnom turizmu: pješačka / planinarska / biciklistička infrastruktura, unapređenje stanja na postojećim i izgradnje novih odmorišta, tematski ili zabavni parkovi, zabavno rekreativne staze - fitnes staze, panoramski putevi i dr.

Imajući u vidu navedeno, izrada ovog Programa ima više, međusobno povezanih ciljeva:

1. razvoj ruralnog turizma bio je predmet rada resornog ministarstva i u prethodnom periodu. Naime, krajem 2018. godine, Vlada je usvojila Program razvoja ruralnog turizma Crne Gore s Akcionim planom 2019-2021. godine (PRRT). Realizacija aktivnosti u okviru Akcionog plana pomenutog Programa bila je djelimična s obzirom na činjenicu da je poslovanje u sektoru turizma u 2020. godini bilo gotovo zaustavljeno, a u 2021. godini se nije odvijalo planiranim tempom zbog poštovanja epidemioloških mjera propisanih od strane nadležnih institucija. S tim u vezi, realizacija Programa je produžena i tokom 2022. godine definisanjem Prelaznog Akcionog plana, kojeg su činile nove, ali i aktivnosti iz prethodnog perioda. Tempo realizacije i aktivnosti iz Prelaznog akcionog plana takođe je bio usporen zbog ratnih dešavanja na području Ukrajine i finansijske krize koja se tim povodom, na globalnom, pa tako i na nivou Crne Gore, produbila. Shodno navedenom, cilj izrade novog Programa je nastojanje da se obezbijede preduslovi za realizaciju ranije neostvarenih planova, ali i za definisanje novih projektnih aktivnosti u smislu što potpunije turističke valorizacije ruralnog područja Crne Gore;

2. i dalje je prisutna neizvjesnost u pogledu potencijalnih kriza koje, nadovezujući se na prethodno navedene, mogu značajno uticati na turistička kretanja. U tom smislu, razvijanje ponuda u okviru ruralnog turizma predstavljaju adekvatan odgovor, tj. ispunjavanje prevashodne potrebe čovjeka/turiste da svoje psihofizičko stanje, kao osnovu zdravog života, podigne na što veći nivo, i što je još važnije, održava zdravlje na potrebnom nivou;

3. s obzirom na prostornu (gotovo čitava teritorija države) i vremensku (tokom cijele godine) dimenziju ruralnog turizma, projektne aktivnosti iz ovog Programa u funkciji su smanjenje sezonalnosti i regionalnog disbalansa sa aspekta turističkog poslovanja odnosno razvoja.

Sagledavajući uticaj ruralnog turizma na životnu sredinu, zaključuje se da ima uticaja i da ga preventivnim radnjama treba smanjiti na najmanju moguću mjeru. U procesu izrade ovog Programa nije izrađena strateška procjena uticaja na životnu sredinu, s obzirom da je izrađena za potrebe Strategije razvoja turizma Crne Gore 2022. – 2025., koja je hijerarhijski nadređen dokument ovom Programu. Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma obratilo se Agnciji za zaštitu životne sredine sa Predlogom odluke o nepreduzimanju izrade strateške procjene uticaja

na životnu sredinu, na osnovu kojeg je dobijeno mišljenje da nije potrebno raditi stratešku procjenu uticaja na životnu sredinu za Program (Br. 03-D-05/2 od 12.01.2023. godine). Ovaj Program u skladu je sa Evropskim zelenim planom (European Green Deal), te doprinosi ciljevima Nacionalne strategije održivog razvoja do 2030. Program razvoja ruralnog turizma 2023-2025 s Akcionim planom, usklađen je sa Nacionalnom strategijom održivog razvoja u dijelu smanjenja regionalnog disbalansa, smanjenju migratornih kretanja, eliminisanja rodne diskriminacije, osiguranja socijalne stabilnosti i smanjenja stope siromaštva i dr.

STRATEŠKI I INSTITUCIONALNI OKVIR

1.1. Strateški okvir

Održivi razvoj Crne Gore kao države prepoznat je kroz niz dokumenata koji predstavljaju osnovu za definisanje razvojnih politika po pojedinim segmentima privredne djelatnosti. Shodno tome, i u sektoru turizma održiva komponenta je osnova koja je inkorporirana u njegov razvoj generalno posmatrano.

Turistički proizvod je kompleksan i slojevit proizvod, što znači da, na direktan ili indirektan način, utiče na saobraćaj, poljoprivredu, kulturu, sport, zdravlje, obrazovanje, nauku i dr.

U tom smislu, razvoj turizma se mora usklađivati sa razvojem ostalih djelatnosti koje se nalaze u osnovi njegovog proizvoda, odnosno usluge koja se pruža gostima.

Na taj način, održivi razvoj ruralnog turizma, podrazumijeva njegovo zasnivanje na strateškim dokumentima koji prvenstveno tretiraju poljoprivredu i regionalni razvoj države.

Dakle, glavni strateški okvir za izradu PRRT 2023 – 2025. čine sledeća strateška dokumenta:

1. Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. godine (NSOR);
2. Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2023.-2028. (SRPR)¹;
3. Strategija razvoja turizma Crne Gore 2022. – 2025. godine s Akcionim planom (SRT);
4. Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2023 – 2027. godine (SRR)².

Nadalje, imajući u vidu činjenicu da se ovim Programom stvara osnov za povećanje broja novootvorenih radnih mjesta, prvenstveno uz povećanje broja zaposlenih žena i mladih (porodični biznisi), jasna je njegova korelacija i sa nacionalnim strategijama koje tretiraju zapošljavanje i razvoj ljudskih resursa. Takođe, razvojem ruralnog turizma, povećavaju se prihodi pružaoca usluga i utiče se na smanjenje siromaštva, odnosno podizanje nivoa životnog standarda stanovništva.

Navedeni efekti Programa, u funkciji su i obezbjeđenja poveznice sa dokumentima koji tretiraju rodnu ravnopravnost, prije svega zbog činjenice da žene čine gro (više od 50%) ukupne radne snage u turizmu. Na taj način, razvojem ruralnog turizma, stvaraju se preduslovi za ravnopravnije (veće) učešće žena u privređivanju, čime se podstiče da njihov položaj u društvu bude na većem nivou, odnosno da mogućnosti žena za ostvarivanje svojih prava, sloboda, korišćenja ličnih znanja i sposobnosti, budu realnije. U prilog ovoj tvrdnji je realizacija Programa podsticajnih mjera u ruralnom turizmu, gdje je u kriterijumima za dodjelu sredstava

¹ U vrijeme izrade ovog Programa, pripremljen je Nacrt Strategije

² U vrijeme izrade ovog Programa, pripremljen je Nacrt Strategije

definisano da žene koje apliciraju za dobijanje finansijskih sredstava imaju prednost. Na taj način podstiče se rodna ravnopravnost i prepoznaje značaj žena u društvu generalno.

Tabelarni prikaz povezanosti Programa razvoja ruralnog turizma s ostalim strateškim dokumentima:

Strategija Evropa 2020. i Strategija jugoistočne Evrope 2020.	Obaveze iz procesa pristupanja CG EU (poglavlja 3, 20 i 27.)	Strategija pametne specijalizacije CG 2019-2024.
Multiannual Financial Framework EU 2021-2027. EU: Turizam i saobraćaj od 2020. Nadalje	Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore do 2030. Pravci razvoja Crne Gore 2018-2021.	Nacionalna strategija u oblasti klimatskih promjena do 2030 Strategija razvoja mikro, malih i srednjih preduzeća 2018 – 2022.
Makroregionalne strategija EU : za jadransko-jonski region 2014-2020. (EUSAIR) i EUSDR Europe's moment: Repair and Prepare for the Next Generation	Program pristupanja Crne Gore EU (PPCG) 2020 – 2022. Program ekonomskih reformi za Crnu Goru 2022 – 2024.	Strategija razvoja zvanične statistike 2019 – 2023. Strategija za smanjenje rizika od katastrofa 2018-2023.
For a new EU integrated Tourism Policy: EUROPE – 27. countries, one destination Evropa, svjetska turistička destinacija broj 1, novi politički okvir za turizam u Evropi	Smjernice makroekonomske i fiskalne politike za period 2020 -2023. Ekonomski investicioni plan za Zapadni Balkan	Nacionalna strategija zapošljavanja 2021-2025. Strateški razvoj ženskog preduzetništva CG 2021-2024.
	Evropa sad !	Strategija regionalnog razvoja Crne Gore 2014-2020. Strateški okvir Crne Gore
Strateški okvir EU	Obaveze CG u procesu pristupanja CG EU i Strateški okvir Crne Gore	
↓	↓	↓
PROGRAM RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE DO 2025. GODINE		
↑	↑	↑
Sektorske strategije	Tematske strategije/Programi	Druga relevantna dokumenta
Strategija razvoja turizma Crne Gore 2022. – 2025. godine Strategija sa planom razvoja šuma i šumarstva 2014 – 2023. Nacionalna šumarska strategija	Strategija naučno-istraživačke djelatnosti 2017-2021. Program razvoja kulturnog turizma Crne Gore 2019 -2021.	Plan ulaganja u Evropski zeleni plan 2021-2030. Studija o politikama i podsticajima za zeleni biznis u Crnoj Gori sa fokusom na polj., energetiku i turizam
Strategija razvoja energetike Crne Gore do 2030. Strategija razvoja saobraćaja 2019-2035.	Program razvoja zdravstvenog turizma Crne Gore 2021-2023. Program razvoja ruralnog turizma Crne Gore 2019 - 2021.	Izveštaj EK o napretku Crne Gore, 2020. GHG emissions from tourism 2018.
Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2022.-2028.		
Industrijska politika Crne Gore 2019 – 2023.		

U cilju daljeg usklađivanja nacionalne sa evropskom legislativom, kao i radi daljeg normativnog unapređenja poslovanja u oblasti turizma, kako generalno, tako i ruralnog turizma, Vlada je donijela novi Zakon o turizmu i ugostiteljstvu i slijedi njegovo prosleđivanje u skupštinsku proceduru. Aktivnosti koje se finansiraju u sklopu IPA programa usklađeni su sa evropskim zakonodavstvom.

1.2. Institucionalni okvir

Ruralni turizam, shodno definiciji, u svojoj osnovi obuhvata dvije privredne djelatnosti, poljoprivredu i turizam, kao dvije osnovne komponente za formiranje ponude. Zatim, ruralni turizam u širem smislu, odnosi se na sve aktivnosti koje se odvijaju na ruralnom prostoru, čime se uspostavlja njegov odnos sa prirodom i ekologijom. Shodno navedenom, u nastavku slijedi kraći opis djelatnosti institucija koje čine okvir za ruralni turizam:

Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma (MERT) je državni organ nadležan za poslove turizma koji se realizuju putem djelovanja i aktivnosti njegovih direktorata. Osnovni zakonski akt za oblast turizma je Zakon o turizmu i ugostiteljstvu ("Sl. list CG", br. 02/18, 13/18, 25/19, 67/20, 76/21, 130/21). Posebni oblici turizma, pa time i ruralni turizam, predmet je djelokruga rada Direktorata za razvojne politike u turizmu.

Za potrebe sprovođenja krovnog Zakona za oblast turizma, izrađeni su, pored ostalih, i podzakonski akti koji definišu vrste, minimalno-tehničke uslove i kategorizaciju objekata (Pravilnik o vrstama, minimalno-tehničkim uslovima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata i Pravilnik o minimalno-tehničkim uslovima, uslovima za kategoriju i način kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge u seoskom domaćinstvu). Zakon o turizmu i ugostiteljstvu reguliše i druge proizvode/oblike ponude iz oblasti ruralnog turizma, poput sportsko-rekreativnih i avanturističkih aktivnosti, kampova i dr.

Osim navedenog, ponuda u ruralnom turizmu, obuhvata i djelatnosti koje su propisane i drugim zakonima koji su u nadležnosti MERT-a, i to: Zakon o planinskim stazama ("Sl. list CG", br. 051/08, 053/11) i Zakon o raftingu ("Sl. list CG", br. 053/11, 053/16, 057/16).

U nadležnosti Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma je i projekat "Razvoj panoramskih puteva Crne Gore" čija je implementacija od velike važnosti za razvoj sjevernog i središnjeg dijela zemlje. Cilj Projekta je povezivanje turističke ponude Primorja i Sjevera panoramskim putevima u pravcu: podsticanja rasta turističkog prometa u oblastima sa izuzetnim potencijalom koji još uvijek nije valorizovan, stimulisanja razvoja kulturnog, vjerskoga turizma baziranog na prirodi; uređenja vidikovaca i odmorišta; povezivanja sa postojećim rutama (vina, sira, meda...), stimulisanja poljoprivredne proizvodnje, omogućavanja lokalnom stanovništvu ostvarivanje dodatnih prihoda.

MERT sprovodi i Program podsticajnih mjera u oblasti ruralnog turizma finansiran sredstvima iz Budžeta Crne Gore (Nacionalnog budžeta). Mjera se odnosi na unapređenje kvaliteta usluga i ponude u seoskim domaćinstvima.

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede (MPŠV) svojim nadležnostima pokriva široko područje aktivnosti koje se odnose na poljoprivredu, ribarstvo, vodoprivredu, šumarstvo, lovstvo i drvnu industriju, kao i pitanja ruralnog razvoja. U segmentu ruralnog turizma, MPŠV je odgovorno za donošenje i sprovođenje IPARD II³ i IPARD III programa koji u značajnim iznosima finansiraju aktivnosti u okviru ruralnog turizmu, kao i prpratne aktivnosti usko vezane uz isti (prerada na gazdinstvu, stari zanati...). MPŠV je nadležno i za sprovođenje aktivnosti za izgradnju/rekonstrukciju ruralne infrastrukture, čiji je značaj nemjerljiv ako govorimo o segmentu ruralnog turizma. MPŠV svoje aktivnosti sufinansira iz EU sredstava (IPARD, GORA), ali i iz sredstava nacionalnog Agrobudžeta iz kojeg se sufinansiraju uglavnom manja ulaganja.

Ministarstvo ekologije, prostornog planiranja i urbanizma (MEPPU) vrši poslove uprave koji se odnose na prostorno planiranje i izradu državnih planskih dokumenata, kao i izdavanje građevinskih i upotrebnih dozvola. Ministarstvo brine i o zaštiti životne sredine i održivom korišćenju prirodnih resursa i o zaštiti prirode. Kontroliše stepen zagađenja i izrađuje standarde zaštite životne sredine. Vrš i druge poslove koji su mu određeni u nadležnost.

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (NTO CG)

Misija Nacionalne turističke organizacije Crne Gore je da omogući građanima i gostima da osjete duh Crne Gore i spoznaju njene ljepote, da organizuje i sprovodi opštu turističko-propagandnu djelatnost Crne Gore u zemlji i inostranstvu, donosi godišnje programe turističko-propagandne djelatnosti, prati, analizira, organizuje istraživanja na domaćem i inostranom turističkom tržištu, stvara uslove i obezbjeđuje sredstva u cilju afirmisanja turističkih vrijednosti i mogućnosti Crne Gore kroz izdavačku djelatnost, nastupa na sajmovima, manifestacijama itd., učestvuje u formiranju i razvijanju jedinstvenog informacionog sistema u turizmu Crne Gore i obezbjeđuje njegovo povezivanje sa drugim informacionim sistemima, kordinira i objedinjava informativnu i promotivnu aktivnost svih subjekata u oblasti turizma i saradjuje sa turističkim organizacijama u zemlji i inostranstvu.

Lokalne turističke organizacije u Crnoj Gori (LTO) –formiraju se na lokalnom novou, i u Crnoj Gori ih ima 24. Zadaci LTO-a definisani su Zakonom o turističkim organizacijama ("Sl. list RCG", br. 011/04, 046/07; „Sl. list CG", br. 073/10, 040/11, 045/14, 042/17, 027/19). LTO-i na svojim internet stranicama, u manjoj ili većoj mjeri, pružaju informacije o aktivnostima u prirodi, atraktivnim lokalitetima, stazama i rutama od značaja za turiste koji posjećuju ruralna područja, dok se u manjem obimu mogu naći informacije o smještajnim kapacitetima u seoskim domaćinstvima, pri čemu ne postoji mogućnost on-line rezervacije smještaja.

Javno preduzeće Nacionalni parkovi Crne Gore (JP NPCG)

JP NPCG upravlja sa pet nacionalnih parkova u Crnoj Gori - Durmitor, Biogradska gora, Skadarsko jezero, Lovćen i Prokletije koji zajedno čine 7,7% teritorije Crne Gore. Javno preduzeće je odgovorno za zaštitu i upravljanje, pripremu i implementaciju programa zaštite, kontrolu korišćenja prirodnih resursa, utvrđivanje unutrašnjih pravila i promociju, u skladu sa

³ <https://www.gov.me/dokumenta/1f01c230-5611-4099-b52a-9fd7f4dd9960>

relevantnim zakonima i aktima. JP NPCG je član Europark federacije, međunarodne organizacije nacionalnih parkova, sa sjedištem u Grafenu u Njemačkoj, sa preko 400 članica iz 40 zemalja Evrope, a od 2013. godine je i član Međunarodne unije za zaštitu prirode IUCN - najveće svjetske mreže organizacija i stručnjaka za zaštitu prirode. Članstvo u ovim organizacijama ima veliki značaj u promovisanju ljepote ruralnih područja Crne Gore na međunarodnim tržištima.

Nevladina udruženja (NVU) koje djeluju u Crnoj Gori uključena su u planiranje, razvoj i promociju djelatnosti ruralnog turizma. Među njima se ističu: Regionalna razvojna agencija za Bjelasicu, Komove i Prokletije, Mreža za ruralni razvoj Crne Gore, Stalna Radna grupa za Regionalni ruralni razvoj (SWG) (Standing Working Group)⁴ koje su do sada realizovale brojne aktivnosti u cilju poboljšanja poslovanja seoskih domaćinstava, kao i Udruženje seoskih domaćinstava Crne Gore „Turizam na selu“. Kada je riječ o predstojećim aktivnostima navedenih udruženja treba imati u vidu i buduće Lokalne akcijske grupe (LAG), čije se osnivanje planira u sklopu LEADER mjere IPARD III programa, a koje će na svom području podsticati udruživanje lokalnih zainteresovanih strana iz različitih aktivnosti, kako bi se pokrenule aktivnosti koje će biti sadržane u Lokalnim razvojnim strategijama (LRS), a koje obuhvataju projekte u pravcu podsticanja razvoja ruralnog turizma i svih pratećih aktivnosti.

Jedinice lokalne samouprave (JLS) takođe učestvuju u kreiranju politike razvoja ruralnog turizma na svojim područjima, a pojedine svake godine opredjeljuju i sredstva iz svojih budžeta za investiciona ulaganja u ruralni turizam.

Ostale organizacije

U Crnoj Gori postoje i druge organizacije (npr. uprave zaštićenih područja - parkovi prirode: Piva, Rijeka Zeta, Orjen, Komovi) čije su aktivnosti usmjerene na oblast turizma, posebno ruralnog turizma na regionalnom i lokalnom nivou, uz poseban naglasak na djelovanju organizacija civilnog sektora u ovom domenu.

Sve navedene institucije/organizacije bile su, u okviru svog djelokruga rada, uključene u sprovođenje različitih aktivnosti kojima se pospešuje razvoj ruralnog turizma: edukativne radionice, okrugli stolovi, manifestaciona i promotivna događanja, dodjeljivanje finansijske podrške za različite projekte.

1.3. Preporuke Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih Nacija (UNWTO)

UNWTO je 2020. godine, kao godini turizma i ruralnog razvoja izdao preporuke za razvoj ruralnog turizma koje imaju za cilj pomoći državnim organima i međunarodnim organizacijama, kao i pojedincima uključenim u aktivnosti ruralnog turizma da isti učine uključivim, održivim i otpornim na razvoj.

Preporuke se odnose na pet glavnih područja koje UNWTO-a vidi kao ključne za rješavanje strukturalnih problema:

⁴ <https://seerural.org/>

- I. Uključivanje turizma kao strateškog stuba u sve politike vezane za ruralni razvoj;
- II. Učiniti turizam djelatnošću od koje će ruralne zajednice imati višestruke koristi (zapošljavanje, smanjenje depopulacije i sl.);
- III. Stvoriti nove prilike za turizam i ruralni razvoj kroz uvođenje inovacija, novih tehnologija i digitalizacije;
- IV. Razvoj turističkih proizvoda i uključivanje u lanac vrijednosti koje će se bazirati na održivom pristupu;
- V. Jačanje održivih politika i praksi u ruralnim područjima.

Ukupno je dato 37 preporuka, među kojima su one koje se odnose na razvoj novih tehnologija, digitalizacije i inovacija, u kojima se ističe da nacionalne, regionalne i lokalne vlasti i privatni sektor treba da osiguraju da ruralne destinacije imaju isti nivo povezanosti i pristup tehnologiji kao i urbana područja.

U preporukama se navodi potreba kontinuiranog usavršavanja turističkih poslenika (uključujući i privatne izdavaoce u ruralnim područjima) i preduzetnika u ruralnim područjima. Obrazovanje i razvoj vještina za lokalnu zajednicu su ključne aktivnosti, jer bi bez „ljudskog kapitala“ ruralni razvoj bio nemoguć.

Razvoj turističkih proizvoda i doživljaja u ruralnim područjima treba da bude vođen prethodnom procjenom svih prednosti i mogućnosti ruralnih destinacija kako bi se definisao njihov potencijal i stvorili svi preduslovi za uspješno bavljenje turizmom.

2. DEFINICIJA RURALNOG TURIZMA

Pojam ruralnog turizma definiše se na različite načine, prvenstveno zbog brojnih razlika u definiciji ruralnih područja, odnosno specifičnosti pojedinih zemalja koje razvijaju ovaj oblik turizma. Ipak, i pored svih raznolikosti, zajedničke karakteristike ruralnih područja su:

- geografski disperzovana naselja;
- manje naseljena područja;
- dominantne djelatnosti, najčešće su poljoprivreda i šumarstvo, i
- jak uticaj tradicije, njegovanje običaja i seoskog identiteta.

Način života u ruralnim područjima razlikuje se u odnosu na urbana, kako zbog navedenih karakteristika tako i zbog, uglavnom, ograničenih usluga, posebno, javnih usluga. Snabdjevenost vodom, izgrađeni kanalizacioni sistemi, ulična rasvjeta i javno upravljanje otpadom, u ruralnim područjima najčešće ne postoje ili ih nema u dovoljnom obimu. Javni transport je takođe ograničen ili ga uopšte nema, pa su stanovnici ovih područja upućeni na korišćenje sopstvenih vozila, bicikla i drugih prevoznih sredstava.

Shodno navedenom, a prema analizama (Zoran, Njegovan (2016), Ekonomika turizma i seoskog turizma, Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, ISBN 978-86-7520-380-3) osnovna obilježja ruralnog turizma su:

- lociran je u ruralnim oblastima;
- zasniva se na malom / porodičnom preduzetništvu, otvorenom prostoru, direktnom kontaktu sa prirodom, na nasleđu i tradicionalnim aktivnostima;
- omogućava učestvovanje turista u aktivnostima, tradiciji i specifičnom načinu života lokalnog stanovništva;
- obezbeđuje personalizaciju usluga;
- ruralni je u obimu – naselja i građevine su manjih razmjera;
- tradicionalan je po karakteru, raste sporo i organski i povezan je sa lokalnim porodicama;
- razvija se u saradnji sa lokalnom zajednicom.

Ostvareni prihodi od turizma, od značaja su za prosperitet lokalne zajednice. Prema definiciji Savjeta Evrope iz 1986. godine, ruralni turizam predstavlja "oblik turizma koji obuhvata sve aktivnosti u ruralnom području, a ne samo aktivnosti koje bi se mogle definisati kao agroturizam, odnosno turizam na poljoprivrednim gazdinstvima“.

Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih nacija (UNWTO) definiše turizam u ruralnim područjima kao onaj oblik turizma u kojem je „ruralna kultura“ ključna komponenta proizvoda u destinacijskoj ponudi.

Ruralni turizam, osim što je bazično odnosi na ruralna područja, ima sljedeće karakteristike: mirnu sredinu, tišinu, očuvanu prirodu, komunikaciju sa domaćinima i upoznavanje njihovog načina života, odnosno ruralnih poslova. U skladu sa ovim specifičnostima, ruralni turizam podrazumijeva sve aktivnosti koje su usko vezane za ruralni način života: pješačenje,

biciklizam, jahanje, učešće u poljoprivrednim radovima, zdravstveni turizam, umjetničke radionice ili folklorne grupe i slično, a u obezbjeđenju ruralnog turističkog proizvoda lokalna zajednica igra važnu ulogu“ (Smith i ostali, 2010).

Turizam u ruralnim područjima je specifičan upravo zbog nastojanja da se posjetiocima omogući lični kontakt te da im se, koliko je to moguće, dopusti uključivanje u aktivnosti i svakodnevni način života lokalnog stanovništva. Takođe je potrebno istaći snažnu želju za "konzumacijom" kulturnih i edukativnih elemenata kroz ovaj oblik turizma.

Uprkos razlikama u definicijama ruralnog turizma, može se konstatovati da ruralni turizam obuhvata sve vrste turizma koji se odvijaju u ruralnim područjima, pri čemu se pod ruralnim područjima podrazumijevaju područja u kojima preovladavaju prirodno okruženje, seoska sredina, mala naselja, izdvojena poljoprivredna gazdinstva, a poljoprivreda i šumarstvo su glavne privredne aktivnosti.

2.1. Ruralni turizam u EU

Ruralni turizam važna je grana u turizmu zemalja EU među kojima su: Hrvatska, Slovenija, Austrija i Švajcarska koje su analizirane tokom pripreme ovog programa.

U Hrvatskoj je podsticanje projekata ruralnog turizma sprovedeno kroz EU fondove (IPARD), ali i iz nacionalnog budžeta uz sufinansiranje kamata na kredite. Takođe, pružana je tehnička podrška kroz izradu projektne ideje, provjeru tržišne isplativosti i dr. Sufinansiran je i razvoj mreže turističkih informacionih, razvojnih i savjetodavnih centara za potrebe preduzetnika u ruralnom turizmu.

Slovenačka Strategija razvoja turizma definiše šest ključnih politika koje se ostvaruju kroz 75 postavljenih mjera, od kojih mnoge doprinose održivom ruralnom turizmu.

Austrijski Strateški plan zasniva se na razvojnim principima: uravnoteženi razvoj turizma, koordinacija turizma i privrede, digitalizacija i uvođenje novih tehnologija, kontinuirani rad na edukaciji radne snage i podrška malim preduzećima u turizmu.

Švajcarska postavlja pet strateških ciljeva u turizmu: Poboljšanje uslova poslovanja, Podsticanje preduzetništva, Održivi razvoj, Digitalizacija i Povećanje privlačnosti turističke ponude i prisutnosti Švajcarske na tržištu.

¹ https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/the_2017-2021_strategy_for_the_sustainable_growth_of_slovenian_tourism_eng_web.pdf

¹¹ <https://www.bmaw.gv.at/dam/jcr:0ea14456-ac84-4d66-ac69-d507317cd3f2/PLAN%20T%20-%20MASTER%20PLAN%20FOR%20TOURISM.pdf>

<https://www.seco.admin.ch/dam/seco/en/dokumente/Standortfoerderung/Tourismus/Tourismusstrategie%2025.10.2022.pdf.download.pdf/Tourismusstrategie%2025.10.2022.pdf>

Svi definisani ciljevi su usklađeni sa pet glavnih područja koje UNWTO cijeni kao ključne za rješavanje strukturalnih problema:

- I. Uključivanje turizma kao strateškog stuba u sve politike koje se odnose na za ruralni razvoj;
- II. Učiniti turizam djelatnošću od koje će ruralne zajednice imati višestruke koristi (zapošljavanje, smanjenje depopulacije i sl.);
- III. Stvoriti nove prilike za turizam i ruralni razvoj kroz uvođenje inovacija, novih tehnologija i digitalizacije;
- IV. Razvoj turističkih proizvoda i uključivanje u lanac vrijednosti koje će se bazirati na održivom pristupu;
- V. Jačanje održivih politika i praksi u ruralnim područjima.

Detaljni opis aktivnosti koje se u ruralnom turizmu preduzimaju u Hrvatskoj, Sloveniji, Austriji i Švajcarskoj dat je u Aneksu 2.

2.2. Ruralni turizam u Crnoj Gori

Imajući u vidu da se ekonomski razvoj Crne Gore zasniva na četiri stuba: turizam, energetika, poljoprivreda i ruralni razvoj i industrija (Strategija pametne specijalizacije), posljednjih godina sve veća pažnja posvećuje se povezivanju turizma i poljoprivredne.

Jedan od benefita spoja turizma i poljoprivrede upravo je razvoj ruralnog turizma. Njegovim razvojem obezbjeđuju se pretpostavke za prosperitet ruralnih područja države kao glavnog pokretača napretka sjevernog i središnjeg regiona, koji prema zvaničnoj statistici spadaju u nerazvijena područja Crne Gore. Istovremeno, upravo sjeverni i središnji dio države imaju najveći potencijal za razvoj, između ostalog, i ruralnog turizma. Aktivnosti preduzete u periodu nekoliko posljednjih godina su dale određene rezultate, odnosno zabilježeno je povećanje učešća ostvarenog turističkog prometa u sjevernom i centralnom regionu Crne Gore.

U kontekstu postojećih prirodnih i organizacionih uslova, kao i interesovanja posjetilaca, može se nesumnjivo konstatovati da Crna Gora ima kapacitete za razvoj kompleksne mreže proizvoda u oblasti ruralnog turizma, pri čemu su neki od njih već napredovali u tržišnoj komercijalizaciji. Iako neki od proizvoda još uvijek nijesu razvijeni kao posebni, ali postoje u obliku aktivnosti, evidentno je da se proizvodi koji iniciraju razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori mogu podijeliti u tri ključne oblasti: agroturizam, turizam baziran na aktivnostima u prirodi, kao i proizvodi vezani za ruralno kulturno nasljeđe.

Tabela 1: Proizvodi ruralnog turizma

PROIZVODI RURALNOG TURIZMA	
GRUPA PROIZVODA	POJEDINAČNI PROIZVODI
1 Agroturizam	1.1 Smještaj u objektu koji je nekada bio aktivno seosko domaćinstvo ⁵ (odnosno poljoprivredno gazdinstvo ⁶), dok se aktivnosti obavljaju na drugom mjestu
	1.2 Smještaj u poljoprivrednom gazdinstvu, uz pasivni kontakt (smještaj bez dodatnih usluga)
	1.3 Smještaj ili posjeta poljoprivrednom gazdinstvu, uz indirektni kontakt (služenje proizvoda poljoprivrednog gazdinstva - obrok)
	1.4 Smještaj ili posjeta aktivnom poljoprivrednom gazdinstvu, uz direktni kontakt, ali u vidu demonstracije poljoprivrednih aktivnosti
	1.5 Smještaj ili posjeta aktivnom poljoprivrednom gazdinstvu, uz autentičan doživljaj kroz učestvovanje u aktivnostima sa domaćinima
2 Turizam baziran na aktivnostima u prirodi	2.1 Rekreativne i sportske aktivnosti - biciklizam / planinski biciklizam, pješaćenje/planinarenje, jahanje konja, lov i ribolov
	2.2 Speleološki turizam, planinski/riječni/jezerski turizam, ronilački turizam
	2.3 Vazdušne banje, ljekovito bilje...
	2.4 Avanturističke aktivnosti ekstremni sportovi (kanjoning, paraglajding, alpinizam, rafting, zip-line, i slično)
	2.5 Turizam u nacionalnim parkovima

⁵ Pod seoskim domaćinstvom se podrazumijeva aktivno poljoprivredno gazdinstvo koje je registrovano za pružanje usluga u oblasti turizma. Seosko domaćinstvo je domaćinstvo koje ima odgovarajuće objekte koji ispunjavaju minimalno-tehničke uslove za pružanje usluga: pripreme i usluživanja toplih i hladnih jela, pića i napitaka iz pretežno sopstvene proizvodnje, usluživanja i degustacije vina, drugih proizvoda od vina, drugih alkoholnih i bezalkoholnih pića, kao i domaćih proizvoda iz sopstvene proizvodnje i usluge smještaja (Izvor: Pravilnik o minimalno-tehničkim uslovima, uslovima za kategoriju i načinu kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge u seoskom domaćinstvu, "Sl. list CG" br. 41/19 od 22.07.2019).

⁶ Poljoprivredno gazdinstvo je organizaciono i poslovno zaokružena privredna cjelina koja obuhvata jednu ili više proizvodnih jedinica, bavi se poljoprivrednom djelatnošću, ima jedinstveno upravljanje, ime ili firmu, odnosno adresu ili sjedište i organizovana je u jednom od sledećih oblika:

- a) privredno društvo, odnosno drugo pravno lice ili preduzetnik;
- b) porodično poljoprivredno gazdinstvo;
- c) proizvođačka organizacija;
- d) obrazovna ili naučno-istraživačka ustanova koja se bavi i poljoprivrednom djelatnošću;

(Izvor: Zakon o poljoprivredi i ruralnom razvoju ("Sl. list CG", br. 56/2009, 18/2011, 40/2011-1, 34/2014, 1/2015, 30/2017 i 51/2017)

		2.6	Zdravstveni – wellbeing turizam
		2.7	Eko-turizam
		2.8	Programi izgradnje timskog duha (<i>team building</i>), škole u prirodi
		2.9	Drugo
3	Ostali proizvodi vezani za ruralno kulturno nasljeđe	3.0	Vinski turizam, gastronomski turizam i degustacija proizvoda
		3.1	Kulturni/vjerski turizam
		3.2	Događaji, festivali
		3.3	Posjete istorijskim lokalitetima i zavičajnim muzejima
		3.4	Obilazak sela
		3.5	Kreativni turizam (zanatske i umjetničke radionice, škole kuvanja i slično)
		3.6	Seoske pijace-pijačni dani
		3.7	Tematske rute
		3.8	Drugo

2.2.1. Postignuti rezultati implementacije Programa razvoja ruralnog turizma 2019. – 2021. (2022.)

Program razvoja ruralnog turizma Crne Gore sa Akcionim planom do 2021. godine predviđao je sprovođenje mjera kroz tri operaciona cilja:

Operativni cilj 1: Unapređenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude

Operativni cilj 2: Podizanje nivoa svijesti i informisanosti turista o ponudi ruralnog turizma Crne Gore

Operativni cilj 3: Osposobljavanje i aktiviranje ruralnih zajednica, preduzetnika i preduzeća da unaprijede vrijednost ruralnih proizvoda kroz aktivno učešće u upravljanju održivim razvojem svojih destinacija

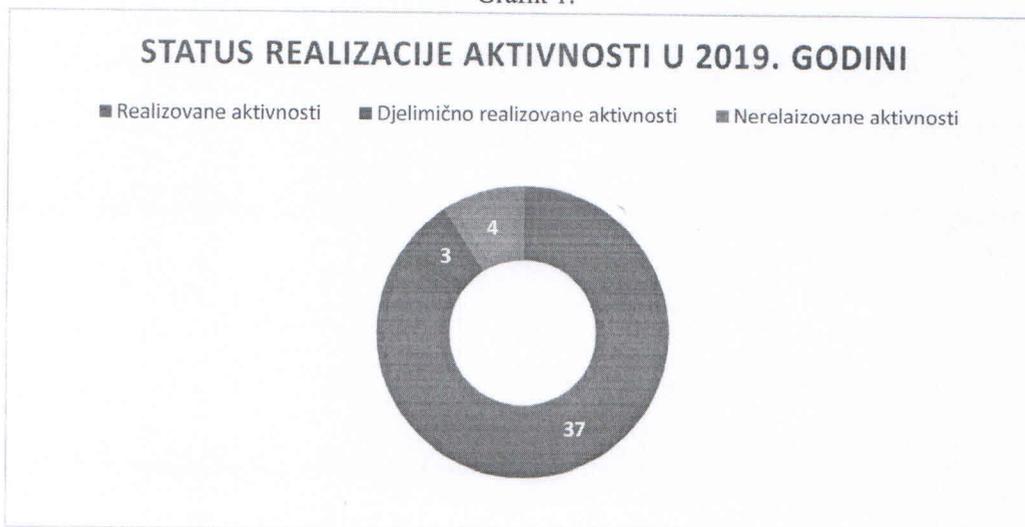
Ukupna planirana sredstva za realizaciju Programa razvoja ruralnog turizma Crne Gore s Akcionim planom 2019.-2021. godine iznosila su 432.200 €, dok je za Prelazni Akcioni plan za 2022. godinu bilo opredjeljeno 64.200 €.

U okviru operativnih ciljeva, za 2019. godinu bile su predviđene 44 aktivnosti.

Uspješno je realizovano ili se realizuju u kontinuitetu 37 aktivnosti, dok su 3 predviđene aktivnosti djelimično realizovane, odnosno 4 aktivnosti nijesu realizovane, što predstavlja 84% ispunjenosti ukupno planiranih aktivnosti predviđenih za 2019. godinu (Grafik 1).

Status realizacije aktivnosti u 2019. godini

Grafik 1:



U pogledu rodnog odnosa, u sklopu mjere namijenjenje investicijama u turizam 2019. godine je 31 domaćinstvo dobilo sredstva od čega su nositeljke aktivnosti u pet projekata bile žene.

U 2020. i 2021. je za realizaciju Programa bila planirana 71 aktivnost. Od toga, realizovane su 40 aktivnosti ili 56,3%, nisu realizovane 24 aktivnosti ili 33,8%, dok je djelimično realizovano 7 aktivnosti odnosno 9,8%. Tokom ovog perioda, poslovanje u sektoru turizma, pa time i u seoskim domaćinstvima kao nosiocima ponude u ruralnom turizmu, odvijalo se pod otežanim uslovima uzrokovanim pojavom pandemije COVID-19 u martu 2020. godine. Ista je gotovo zaustavila poslovanje ukupne privrede, pa time i turističke u 2020., dok se u 2021. godini poslovanje odvijalo u otežanim uslovima, tj. sa čestim restrikcijama rada ili rada pod rigoroznim epidemiološkim mjerama, što je dovelo do toga da se terenski rad, koji je bio osnova realizacije nekih aktivnosti, svede na minimum. U pogledu rodnog odnosa, u sklopu mjere namijenjenje investicijama u turizam 2020./2021. godine je podršku ostvarilo 25 domaćinstava, od čega su u samo četiri žene bile nositeljke aktivnosti. Ovo upućuje na potrebu promjena u budućim Javnim pozivima, kako bi se postigla ravnomjernija zastupljenost žena.

Da bi se istakla podrška ruralnom razvoju, MERT je povodom Svjetskog dana turizma – 27. septembra 2022. godine, nagradio 8 najboljih seoskih domaćinstava. Dodijeljena su priznanja za uspješan rad, doprinos turističkom prometu i postignuti kvalitet u radu. Pri tom, ističe se važna činjenica, da su žene činile više od polovine nagrađenih.

U 2022. godini su sprovedene aktivnosti na osnovu Prelaznog Akcionog plana. Ukupno je za realizaciju bilo planirano pet aktivnosti od kojih je sprovedena Marketinška kampanja „Ruralno, održivo, domaćinski“⁷ koja se održala krajem decembra 2022. godine u Kolašinu, a na kojoj su dodijeljene nagrade najboljim u seoskom turizmu u kategorijama:

- Najbolje seosko domaćinstvo,
- Najbolja seoska domaćica,
- Najbolji mladi seoski domaćin - najbolja mlada seoska domaćica.

Ova manifestacija će postati tradicionalna i održavaće se svake godine, a njen značaj se posebno ogleda u činjenici da se jedan dio odnosi samo na žene, čime se jača njihova ekonomska stabilnost i ostvarivanje jednakih prava. Takođe je realizovana aktivnost izrade Brošure sa popisom svih registrovanih seoskih domaćinstava.

Kao podrška osnaživanju žena u ruralnom turizmu i veće orodnjenosti, uvedena je nagrada za najbolju seosku domaćicu, što bi trebalo uticati i na povećanje broja žena, kao vlasnica porodičnih gazdinstava koja se bave ruralnim turizmom.

Ministarstvo je intenzivno saradivalo sa udruženjima ruralnog turizma i ruralnog razvoja kao što su Udruženje seoskih domaćinstava, Regionalna razvojna agencija za Bjelasicu, Komove i Prokletije (RRA), Stalna radna grupa za regionalni ruralni razvoj u jugoistočnoj Evropi (SWG) i sl., koje su realizovale projekte i aktivnosti koje se jednim dijelom odnose i na aktivnosti iz Akcionog plana.

2.2.2. Analiza ponude

Crna Gora, kao jedna od najmanjih evropskih država, podijeljena je na 25 opština, 5 reljefnih cjelina: primorje, zaravan dubokog krša, središnja udolina, područje visokih planina i površina i sjeveroistočno područje, odnosno 3 statističke regije: primorska, središnja i sjeverna regija. Sjeverna i središnja regija su, po službenim statističkim podacima, jedna od nerazvijenijih područja Crne Gore, koje imaju veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma.

S obzirom na prirodne potencijale Crne Gore, bogatu kulturno-istorijsku baštinu, kao i multiplikativni efekat turizma na gotovo sve privredne grane, sektor turizma je jedan od prioriteta razvoja ukupne ekonomije.

Ruralno područje koje pokriva najveći dio teritorije Crne Gore, gledano prema kriterijumima Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), karakteriše zaostajanje u ekonomskom razvoju i nerazvijenost prateće infrastrukture, uključujući dostupnost usluga i obezbjeđivanje uslova za život i rad, što je dovelo do depopulacije stanovništva ruralnih područja i nezainteresovanost mladih porodica za život i rad u ruralnim područjima. Jedna od mogućnosti za transformaciju ovog trenda je snažniji razvoj ekonomskih aktivnosti na ruralnom području, među kojima ruralni turizam uz poljoprivredu, kao neraskidivo povezana cjelina, ima apsolutni prioritet.

⁷ Manifestacija je promijenila naziv u odnosu na onaj predviđen Akcionim planom „Montenegro rural“

U većini evropskih država, stanovništvo u ruralnim područjima sve više prihvata turizam kao jednu od strategija održivog razvoja lokalne zajednice, što je sve prisutnije i u svijesti stanovništva Crne Gore. Tome u prilog najbolje govore podaci o naglom skoku broja registrovanih seoskih domaćinstava koja pružaju usluge u ruralnom turizmu.

Prema podacima MERT-a, 2019. godine bilo je 65 registrovanih seoskih domaćinstava, da bi se taj broj u 2020. povećao na 119, u 2021. na 189, dok je do kraja II kvartala 2023. godine registrovano oko 247 seoskih domaćinstava od čega su 41 vlasnice seoskih domaćinstava žene.

Ukupan broj poljoprivrednih gazdinstava koja pružaju ugostiteljske usluge u svojim domaćinstvima veći je od navedenog broja, jer postoji određen broj domaćinstava koja nijesu registrovana u skladu sa svim pozitivnim zakonskim propisima.

Ruralni turizam u Crnoj Gori razvija se na dva načina. Svjesni atraktivnosti područja, mnogi stanovnici ruralnih područja preduzimaju različite aktivnosti u cilju privlačenja posjetilaca, pri čemu koriste značajnu pomoć iz budžeta Crne Gore, dok sa druge strane povećanje broja posjetilaca u ruralnim područjima dovodi do stvaranja potražnje za turističkim uslugama a samim tim i do rasta broja objekata i različitih preduzetničkih aktivnosti vezanih za ruralni turizam. Pored državnog budžeta, jedan broj seoskih domaćinstava koristio je i podršku dobijenu od lokalnih samouprava (opštinski budžet) kao i od NVU čija je osnovna djelatnost ruralni razvoj (koristeći donatorska sredstva EU i drugih fondova).

Crnu Goru, u 2022. godini u svim vidovima smještaja, posjetilo je 2.183.975 turista, odnosno 30,71% više u odnosu na 2021. godinu, što predstavlja 82,56% broja turista u odnosu na rekordnu 2019. godinu. Ostvareno je 12.427.787 noćenja, što je za 25,89% više u odnosu na 2021. godinu, ili 85,98% realizacije u odnosu na rekordnu 2019. godinu.

S obzirom da se broj gostiju u seoskim domaćinstvima ne prati na nivou zvanične statistike u Crnoj Gori, aproksimaciju je moguće prikazati isključivo na osnovu podataka dostavljenih od strane LTO-a, čije evidenciju vodi MERT. Na osnovu podataka dobijenih od 56 seoskih domaćinstava (27,5% od registrovanih), ostvareno je 6.450 noćenja, odnosno, u prosjeku 98 noćenja godišnje po domaćinstvu.

Ako se uzme u obzir da je u posmatranom uzorku registrovano 469 ležajeva, dolazi se do podatka o prosječnoj popunjenosti objekata od svega 14 dana, što je poražavajući podatak. Aktivnosti predstavljene u ovom Programu treba da doprinesu njegovom povećanju.

Uzroke ovakvoj slaboj posjećenosti treba tražiti u poremećajima na turističkom tržištu izazvanim pandemijom COVID- 19, ali i malom broju seoskih domaćinstava na koje se ovo istraživanje odnosilo. Takođe, kao što je pokazala i SWOT analiza, moguće razloge treba tražiti u nedovoljnoj promociji ruralnog turizma na domaćem i inostranom tržištu, što će se korigovati primjenom različitih mjera ovog Programa.

2.2.3. Analiza tražnje

Uspješne turističke destinacije neprestano istražuju i analiziraju turističku tražnju kako bi prilagodili svoje sadržaje i ponudu potrebama/interesima/očekivanjima turista. Tražnja je dinamična i individualna, a zavisi od mogućnosti pojedinca. Turistička tražnja se obično izražava brojem posjetilaca, njihovim karakteristikama i potrošnjom. Procjenjivanje tražnje je prilično zahtjevno, ali i od ključne važnosti za planiranje turističkog razvoja.

Za potrebe izrade PRRT 2019 – 2021. realizovano je istraživanje stavova turista koji posjećuju ruralna područja Crne Gore sa ciljem sticanja uvida o trenutnoj ponudi i stepenom zadovoljstva turista. Istraživanje je realizovano u formi direktnog intervjua na uzorku od 543 ispitanika (domaći i strani turisti) u 16 crnogorskih opština u periodu ljetnje turističke sezone (jul-avgust 2018. godine). Analiza rezultata je pokazala da je najviše turista bilo starosne dobi od 26-35 godina, te da je najveći broj anketiranih posjetilaca već ranije posjetio neku od ruralnih destinacija. Najvećom ocjenom ocijenjeno je gostoprimstvo stanovništva, a visokom ocjenom ocijenjena su i lokalna jela. Udio od 39,2% turista je reklo da je veoma zadovoljno posjetom ruralnom području. Kada je riječ o aktivnostima kojima su se turisti bavili tokom boravka u ruralnim destinacijama u Crnoj Gori, procentualno su najzastupljeniji aktivni odmor (49,3%). Zbog pandemije COVID -19 i pada broja dolazaka turista u 2020. i 2021. godini, za potrebe izrade ovog Programa nije sprovedena slična anketa, iako se pretpostavlja da bi rezultati bili slični.

Trendovi u turizmu nastaju na osnovu preferencija turista, odnosno motiva za njihovo putovanje. Ako posmatramo ruralni turizam, u skladu sa preferencijama turista, rastući trendovi se odnose na doživljaje gastro-turizma gdje posjetoci mogu da uživaju u hrani pripremljenoj u domaćinstvu od namirnica iz sopstvene proizvodnje. Uz ovu aktivnost vezuje se i vinski (eno) turizam. Turisti u ruralnom području žele da vide prezentaciju kulture života i istorije farme i cjelokupnog kraja u kome se farma nalazi, kao podsjećanje na uslove u kojima su živjeli njihovi preci. Ruralni turista želi i da vidi tradicionalne zanate koji su u modernim društvima izumrli, žele da učestvuju na različitim sajmovima na kojima se prezentuju tradicionalne vještine, zanati, kuhinja. Takođe, današnji turista iz urbanih područja želi da bude dio života ruralne zajednice, pa traži i smještaj na farmi, pored kojeg često želi da učestvuje u svakodnevnim poslovima.

Pandemija COVID -19 donijela je i neke nove trendove, zbog kojih raste i potražnja u ruralnom turizmu. Na prvom mjestu, zbog mogućnosti rada na daljinu, sve je veći broj digitalnih nomada koji traže mirna okruženja za mjesto svog boravka i rada. Generalno, i nakon pandemije raste broj dana boravka na jednom mjestu. Takođe, pandemija je povećala i broj domaćih gostiju koji odlaze na kraće odmore u područja bliže mjestu boravka. Konačno, posljedica pandemije je i "preraspodjela turističkog prometa", odnosno pad popularnosti poznatih turističkih destinacija, u korist manje poznatih destinacija, među kojima je veliki dio onih u ruralnim područjima.

2.2.4. Kreiranje i upravljanje ponudom

Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma sprovodi politiku razvoja turizma Crne Gore, odgovorno je za donošenje zakonodavnog okvira. Ponuda proizvoda ruralnog turizma je uglavnom prepuštena pojedincima, izdavaocima i turoperatorima, a to doprinosi neujednačenoj sveukupnoj turističkoj ponudi. Kako bi se ovaj problem prevazišao, potrebno je dodatno angažovanje zainteresovanih strana na lokalnom nivou, koje će raditi na kreiranju i upravljanju turističkom ponudom, kao i na predlaganju izmjena kreatorima politika (bottom-up pristup). Takođe je važno osnivanje udruženja koja će povezivati pružaoce pojedinačnih turističkih usluga, npr. proizvođače vina koji imaju registrovane degustacione sale, kako bi zajednički mogli organizovati tzv. Vinske ture koje će biti sastavni dio turističke ponude. Zbog povećanja različitosti, neophodno je povezati udruženja kako bi se dobila šira ponuda aktivnosti na ruralnim područjima Crne Gore. U rad udruženja, osim proizvođača/ponuđača potrebno je uključiti i sve institucije koje direktno utiču na razvoj ponude, kako bi zajedno radili na osmišljavanju turističkih proizvoda.

U tom smislu, potrebno je maksimalno angažovanje svih, direktnih i indirektnih, učesnika u formiranju proizvoda u ruralnom turizmu i definisati:

1. Glavni proizvod / usluga:
 - a) Direktna aktivnost;
 - b) Indirektne aktivnosti;
 - c) Kvalitet proizvoda / ponude;
2. Aktivnosti koje podržavaju realizaciju glavnog proizvoda / usluge
 - a) Dostupnost (saobraćajna i internet infrastruktura);
 - b) Snabdjevenost vodom i električnom energijom, kanalizaciono-komunalna infrastruktura;
 - c) Aktivnosti LAG-ova;
 - d) Finansijska sredstva;
 - e) Ljudski resursi (obuke, strani jezici...);
 - f) Infra i supra struktura za glavne i prateće turističke sadržaje;
 - g) Tehnološka i inovativna rješenja;
 - h) Ostala logistika.
3. Istraživanje tržišta:
 - a) Ankete među turistima;
 - b) Ankete među stanovništvom;
4. Mediji:
 - a) informativno - promotivne kampanje

Shodno specifičnostima područja, a u cilju razvoja cjelogodišnje ponude, neki od primjera za saradnju između pružaoce usluga i institucija/organizacija/udruženja mogli bi da budu zasnovani na:

- vrsti proizvoda (npr. obilazak vinarija, pravljenje sira, branje ljekovitog bilja);
- periodu boravka (ljetno, zima, pred i post-sezona);
- tematskim radionicama (likovni uranci, pjesnički dani)
- događanjima (pripreme sportskih ekipa, vjenčanja);
- potrebama/zahtjevima ciljnih grupa turista (škole u prirodi, porodice sa djecom, rehabilitacija osoba sa posebnim potrebama, saradnja mladih iz regiona, LGBT populacija), itd.

3. SWOT

Na osnovu analize stanja u oblasti turizma, sa posebnim osvrtom na ruralni turizam, pripremljena je SWOT analiza koja utvrđuje trenutne snage, slabosti i prijetnje i sagledava buduće mogućnosti za razvoj ruralnog turizma Crne Gore. Na osnovu SWOT analize definisane su potrebe koje treba realizovati kroz operative ciljeve.

SWOT analiza

Tabela 2

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> ● Bogatstvo prirodnih ljepota i raznovrsnost pejzaža, ponude i tradicionalnih vrijednosti ● Ponuda tradicionalnih crnogorskih proizvoda prerađenih na gazdinstvu u čijoj proizvodnji mogu učestvovati i gosti ● Potencijal ruralnog turizma prepoznat od strane većeg broja lokalnih samouprava kroz pripremljena strateška dokumenta ● Ruralna područja i dalje imaju očuvanu autentičnost i tipičnu seosku arhitekturu ● Sve veći broj zainteresovanih poljoprivrednih proizvođača za uključivanjem u segment ruralnog turizma 	<ul style="list-style-type: none"> ● Nerazvijena putna infrastruktura u ruralnim područjima ● Nerazvijena komunalna infrastruktura (vodovodna, kanalizaciona, elektro mreža i dr.) ● Područja koja nisu pokrivena internet signalom ● Nedostatak znanja (stranih jezika) i motivacija poljoprivrednih proizvođača/zainteresovanih za bavljenje seoskim turizmom ● Nedovoljna uključenost domaćinstava u savremene digitalne komunikacione kanale ● Neadekvatna promocija ruralnog turizma na domaćem, regionalnom i međunarodnom tržištu ● Nepostojanje jedinstvenog digitalnog kanala s informacijama o svim smještajnim kapacitetima ruralnog turizma ● Nedostatak inicijativa za poboljšanje lokalne ponude i umrežavanja na lokalnom nivou ● Značajne razlike u kvalitetu usluge u ruralnom turizmu ● Nepoznavanje procedura/obaveza za poslovanje ● Nedostatak administrativnih kapaciteta lokalnih samouprava

PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> ● Interesovanje za turizam orijentisan na prirodu, avanturistički turizam, upoznavanje sa kulturnom baštinom i novim (neiskorišćenim) turističkim destinacijama ● “Energetski turizam” kao posljedica značajnog poskupljenja i manjka energije, posebno u hladnijim područjima EU ● Prezasićenost tradicionalnim turističkim destinacijama ● Povezivanje sa regionalnim destinacijama ruralnog turizma kroz tematizaciju (CBC) ● Dostupna sredstva iz različitih izvora za dalji razvoj seoskog turizma (EU, donacije) ● Rastući interes lokalnog stanovništva za samozapošljavanjem ● Postojanje Udruženja seoskih domaćinstava ● Članstvo u međunarodnim institucijama i preuzimanje dobrih praksi ● Digitalni nomadi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Odlazak mladih iz ruralnih područja ● Nezainteresiranost mladih za starim zanatima i tradicionalnim vještinama kao dijela autohtone ponude ● Sukobi između održivog ruralnog turizma i masovnog turizma ● Spor proces razvoja infrastrukture (troškovi, motivacija, prioriteti) ● Devastacija prirodnih resursa (šume i rijeke) i neregulisano odlaganje otpada u ruralnim područjima ● Neatraktivnost državne službe ● Devastiranje tradicionalne arhitekture

--	--

Na osnovu prikazane SWOT analize može se zaključiti da Crna Gora ima sve preduslove za uspješan dalji razvoj ruralnog turizma kao aktivnosti koja će stanovnicima ruralnih područja omogućiti ostvarivanje dodatnih prihoda koji će pozitivno uticati na kvalitet njihovog života, a razvojem infrastrukture za potrebe ruralnog turizma, obezbjediti ruralnom stanovništvu adekvatne uslove za život i rad. U narednim godinama prilike i slabosti treba transformisati u snage kroz različite korektivne aktivnosti, dok prijetnje treba posebno pažljivo posmatrati i uložiti dodatne napore da se njihov uticaj smanji.

Kao što je pokazala i SWOT analiza, veliki problem za crnogorski turizam uopšte, a pogotovo onaj u ruralnim područjima, predstavlja nedostatak mladih, obrazovanih ljudi koji govore svjetske jezike i koji se služe modernim tehnologijama. Iz tog razloga, na ovaj segment je stavljen poseban fokus prilikom osmišljavanja mjera koje će se sprovoditi u periodu važenja ovog Programa.

Prilikom kreiranja ovog Programa uvaženi su svi pozitivni aspekti realizacije aktivnosti i mjera iz prethodnog Programa, ali uz njihovo prilagođavanje trenutnoj situaciji i potrebama kako pružalaca usluga, tako i njihovih gostiju. Takođe izradi Programa doprinijeli su i stavovi/sugestije/predlozi zainteresovanih strana u ruralnom turizmu koji su izraženi kroz više održanih panel diskusija.

Većina učesnika je kao nedostatak prethodnog Program razvoja ruralnog turizma, navela veliki broj mjera koje nemaju direktan uticaj na poslovanje seoskih domaćinstava a navode i da sredstva koja su bila raspoloživa nisu dovoljna za finansiranje svih potreba. Istakli su i problem nepostojanja mjera koje bi podržale mlade za preuzimanje gazdinstava.

Istakli su i problem koji se odnosi na pripremu dokumentacije za IPARD program.

Takođe, velikim problemom smatraju nepostojanje jedinstvenog web sajta s podacima o svim objektima ruralnog turizma.

Većina je istakla problem vezan za nedostatak stručnih znanja neophodnih za poslovanje u ruralnom turizmu.

Podržavaju mjere koje su realizovane, a tiču se brošura i rečnika na nekoliko stranih jezika.

Svi učesnici predlažu da se u Program uključe mjere koje se tiču finansiranja postavljanja solarnih panela i ulaganja vezana za zaštitu životne sredine. Istakli su i značaj udruživanja i klsterskog organizovanja.

Tokom izrade ovog dokumenta izvršene su analize dostupne dokumentacije, kako crnogorske iz prethodnih perioda, tako i analize dokumenata koji uređuju pitanja ruralnog turizma u Sloveniji, Austriji, Švajcarskoj i Hrvatskoj. Takođe, analizirane su aktivnosti preduzete u

periodu 2019. – 2021. (2022.) kao i razgovori sa različitim zainteresovanim stranama uključenim u realizaciju aktivnosti ruralnog turizma.

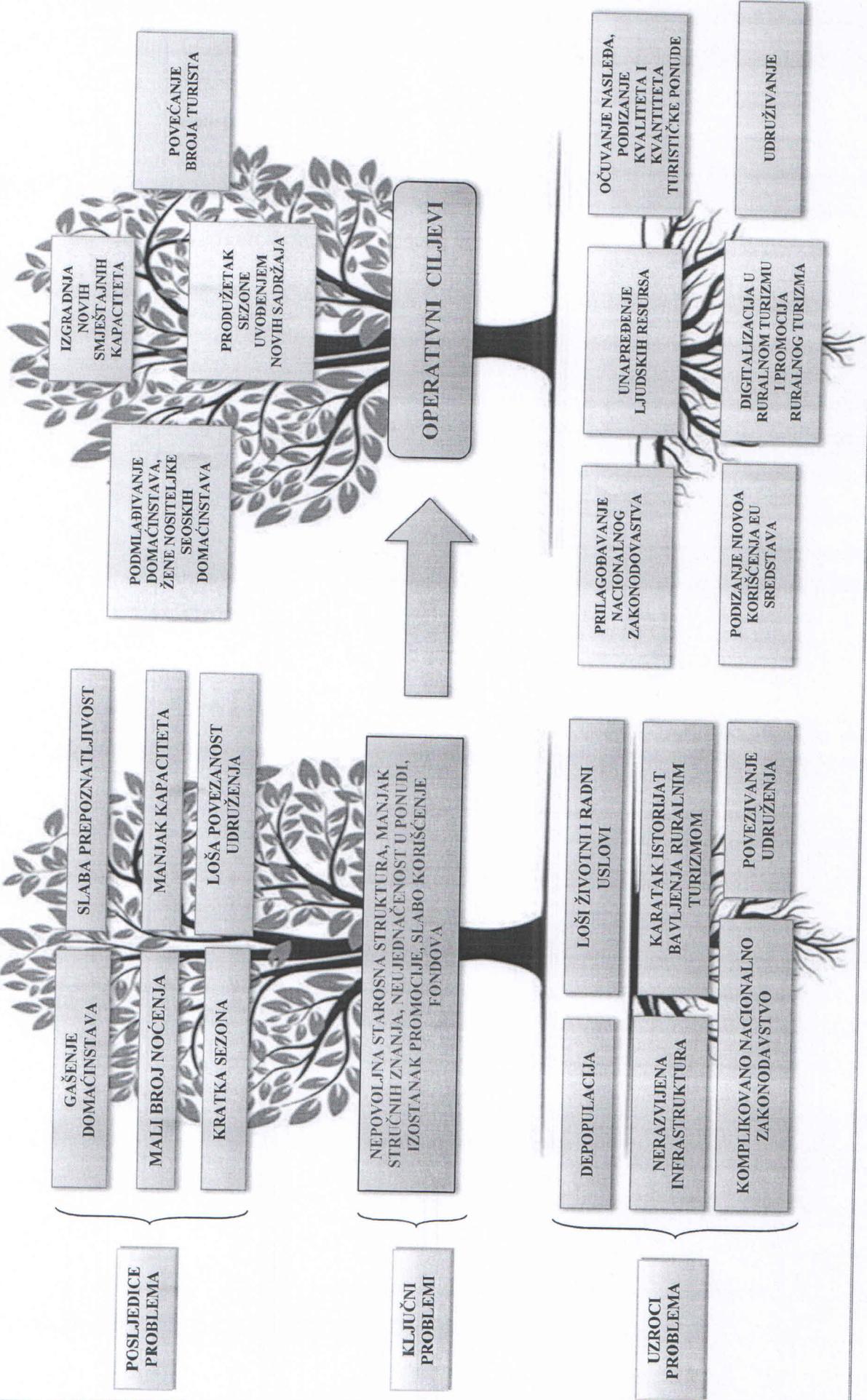
Poseban naglasak u dokumentu dat je na mogućnosti korišćenja dostupnih EU fondova iz kojih je moguće sufinansirati ulaganja u ruralni turizam, a što je prikazano u Aneksu 1.

PROGRAM RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2025. GODINE

DRVO PROBLEMA



DRVO RJEŠENJA



4. IDENTIFIKACIJA POTREBA

Potreba 1: Usklađivanje nacionalnog zakonodavstva u oblasti ruralnog turizma, uz jačanje institucionalne podrške u svim segmentima (zakonodavstvo, statistika, sprovođenje)

Kroz izmjene nacionalnog zakonodavstva stvoriti preduslove za uspješno bavljenje ruralnim turizmom koji ne uključuje samo smještaj u objektima, već i druge oblike ugostiteljskih usluga. Izmjenama u poreskoj politici podsticati pojednostavljenje i smanjenje administrativnih prepreka koje potencijalne izdavaoce udaljavaju od bavljenja turizmom.

Potreba 2: Privlačenje mladih ljudi kao nosilaca aktivnosti ruralnog turizma

U Crnoj Gori je svake godine sve više porodičnih domaćinstava koji u svojim objektima pružaju turističke/ugostiteljske usluge. Radi se uglavnom o domaćinstvima čiji su nosioci osobe srednje ili starije životne dobi, koje se ne mogu nositi sa svim izazovima modernog doba. Zato je izuzetno važno uticati na promijeniti starosne strukture, odnosno zadržati mlade na ruralnom području, tj. privući ih da se vrate. Posebna pažnja treba da se posveti rodnoj ravnopravnosti kako bi se povećao broj žena, nosilaca aktivnosti. Kod kreiranja javnih poziva vodiće se računa da se kod rangiranja prijava dodatno boduju one čiji su nosioci žene i mladi.

Potreba 3: Podizanje nivoa opšteg i specifičnog znanja svih uključenih u aktivnosti ruralnog turizma

Savremeno bavljenje turizmom za sobom povlači i posjedovanje znanja i vještina koje doprinose boljem upravljanju poslovanjem. U prvom redu potrebno je podići nivo informatičke pismenosti izdavaoca kako bi imali lakšu komunikaciju s potencijalnim korisnicima usluga. Takođe, izdavaocima usluga neophodno je pružiti podršku u pogledu prisustva objekata na digitalnim platformama, koje se danas smatraju jednim od najefikasnijih modela promocije. Nepoznavanje stranih jezika još je jedan od većih problema, pa je potrebno uložiti napore kako bi se domaćinima omogućio osnovni nivo komunikacije s gostima. Potrebno je edukovati sve izdavaoce smještaja o ekološkim temama (razdvajanje otpada, recikliranje i dr.)

Potreba 4: Očuvanje tradicionalne arhitekture, zaboravljenih zanata i lokalne gastronomije

Iako se aktivnosti ruralnog turizma odvijaju i u savremeno uređenim objektima, neizostavan dio turističke ponude je i boravak u objektima tradicionalne gradnje, koje kao takve treba zaštititi. Ruralni turizam prema pozitivnim iskustvima iz razvijenijih turističkih destinacija, za sobom povlači i unapređenje i prezentaciju starih zanata u kojima mogu učestvovati i sami gosti. Takođe, u sebi uključuje i tradicionalnu gastro ponudu kao važan segment. Zato je

potrebno raditi na ponovnom pokretanju starih zanata, kao i na zaštiti tradicionalnih jela koja će kao takva postati prepoznatljiva i izvan granica Crne Gore.

Potreba 5: Unaprijeđenje kvaliteta i povećanje broja seoskih domaćinstava za bavljenje ruralnim turizmom

Iako je prisutan trend povećanja broja smještajnih kapaciteta u ruralnim područjima, njihov broj još uvijek nije zadovoljavajući, pogotovo ako se uzmu u obzir projekcije budućih dolazaka, a na osnovu iskustva iz zemalja regiona koje imaju razvijeniji segment ruralnog turizma. Okretanjem ka inostranim tržištima i snažnijim marketinškim djelovanjem, kao i uključivanjem tura po ruralnim područjima u sklopu organizovanih dolazaka u Crnu Goru, povećaće se potreba za smještajnim kapacitetima. Takođe, podizanjem kvaliteta kapaciteta, koji treba da zadrže autentičnost, ali istovremeno ima savremene usluge koje gosti traže, povećavaju vrijednost pruženih usluga, a samim tim i bolju zaradu pružaoca usluga.

Potreba 6: Unaprijeđenje infrastrukture u ruralnim područjima u funkciji turizma

Iako se gotovo cijelo područje Crne Gore može smatrati ruralnim, postoje djelovi zemlje, posebno u Sjevernom regionu, koji po komunalnoj i infrastrukturnoj opremljenosti zaostaju za ostalim područjima. Kako bi se omogućilo nesmetano bavljenje turizmom, potrebno je osigurati kvalitetne pristupne puteve do objekata, dostupnost wi-fi signala. Takođe, potrebno je osigurati i adekvatno odlaganje otpada, koji se sada neselektivno odlaže u prirodu.

Potreba 7: Sprečavanje negativnog uticaja ruralnog turizma na životnu sredinu

Ruralni turizam privlačan je upravo zbog mogućnosti boravka gostiju u netaknutoj prirodi, branju i konzumaciji šumskih plodova. Jačanje ruralnog turizma za sobom povlači i veći negativni uticaj na životnu sredinu, što svakako treba spriječiti. U prvom redu kroz selektivno odvajanje otpada i njegovo adekvatno zbrinjavanje, do korištenja postrojenja za proizvodnju energije iz obnovljivih izvora i rekonstrukciju objekata od održivih materijala kao i tehnika koje dodatno štede energiju.

Potreba 8: Intenzivnije korišćenje dostupnih EU i drugih oblika finansiranja

Nedovoljna informisanost potencijalnih korisnika sredstava, predstavlja veliki problem u njihovom korišćenju. Crnoj Gori su na raspolaganju značajna sredstva iz mjere 7 IPARD II⁸ programa i budućeg IPARD III programa koja su namijenjena ulaganjima u izgradnju/rekonstrukciju/opremanje objekata ruralnog turizma. Postoje raspoloživa sredstva i iz drugih IPA komponenti, najvećim dijelom u sklopu projekata Prekogračne saradnje (CBC). Kako bi se omogućilo korištenje ovih sredstava potrebno je potencijalnim korisnicima pružiti snažniju institucionalnu podršku u smislu kanalisanja svih potrebnih informacija i

⁸ <https://www.gov.me/dokumenta/1f01c230-5611-4099-b52a-9fd7f4dd9960>

pomoći korisnicima u izradi projektnih aplikacija. Ovu vrstu asistencije pruža Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede kroz svoje savjetodavne službe.

Osim navedenog, raspoloživi su i ostali kanali finansiranja, o kojima se informacije mogu dobiti posredstvom lokalnih turističkih organizacija i organa lokalne samouprave.

Potreba 9: Snažnija promocija ruralnog turizma Crne Gore na međunarodnim tržištima

Raslojenost informacija o objektima ruralnog turizma i uslugama koje se u njima odvijaju, zbunjujuća je za sve željne odmora u ruralnoj Crnoj Gori.

Potreba 10: Jačanje digitalizacije u funkciji promocije i destinacijskog menadžmenta u ruralnom turizmu

Posljednji i najbrže rastući oblik marketinga uključuje online kanale i elektronsko poslovanje. Online marketing sprovodi se preko interaktivnih online računarskih sistema sa kojima su pružaoci usluga i potrošači elektronski povezani. Online marketing je oblik direktnog marketinga koji se sprovodi preko interaktivnih online računarskih sistema.

Potreba 11: Povezivanje udruženja

Da bi se obogatila turistička ponuda, neophodno je podržati povezivanje udruženja, npr. udruženja proizvođača vina/sira/maslinovog ulja i drugih koji pružaju turističke usluge, kako bi zajedničkim nastupom na tržištu omogućili ostvarivanje boljih tržišnih uslova, a samim tim i veću popunjenost objekata.

5. OPERATIVNI CILJEVI I INDIKATORI

Pristup na kojem se zasniva izrada ovog Programa predstavlja kontinuitet prethodnog Programa za period 2019. – 2021/2022. godine, a koji je imao za cilj unaprjeđenje razvoja ruralnog turizma u svim područjima Crne Gore na kojima se ova aktivnost odvija.

Ovaj Program predstavlja okvir koji će sprovođenjem različitih aktivnosti omogućiti dalji razvoj ruralnog turizma u periodu njenog sprovođenja, ali i kasnije.

Program je usklađen sa Strategijom razvoja turizma Crne Gore 2022. – 2025. sa Akcionim planom i u njoj definisanim Strateškim ciljem:

Investicionim ulaganjima i formalizacijom turističkog prometa, Crna Gora se afirmiše kao globalno prepoznata turistička destinacija, sa smanjenom sezonalnošću poslovanja, umjerenijim regionalnim disbalansom i prioritizacijom turizma u razvojnim politikama.

Takođe, ovaj Program se kroz definisane operativne ciljeve nadovezuje na operativne ciljeve postavljene u Strategiji.

Operativni ciljevi i identifikovane potrebe
Tabela 3

OPERATIVNI CILJEVI	POTREBE
OC 1. Prilagođavanje nacionalnog zakonodavstva	P1.1. Prilagođavanje nacionalnog zakonodavstva u oblasti ruralnog turizma, uz jačanje institucionalne podrške u svim segmentima (zakonodavstvo, statistika, sprovođenje)
OC 2. Unaprjeđenje ljudskih resursa	P2.1. Privlačenje mladih kao nosilaca aktivnosti ruralnog turizma P2.2. Podizanje nivoa opšteg i specifičnog znanja svih uključenih u aktivnosti ruralnog turizma
OC 3. Očuvanje nasleđa, podizanje kvaliteta i kvantiteta turističke ponude	P3.1. Očuvanje tradicionalnog nasleđa, zaboravljenih zanata i lokalne gastronomije P3.2. Unaprjeđenje kvaliteta ponude i povećanje broja domaćinstava koja se bave ruralnim turizmom P3.3. Kreiranje oznaka kvaliteta koja ističe dodatnu ponudu P3.4. Unaprjeđenje ruralne infrastrukture u funkciji turizma P3.5. Sprečavanje negativnog uticaja turizma na životnu sredinu

OC 4. Podizanje nivoa korišćenja EU sredstava	P5.1. Intenzivnije korišćenje dostupnih EU i drugih oblika finansiranja
OC 5. Digitalizacija i promocija	P6.1. Jačanje digitalizacije u funkciji marketinga i upravljanja smještajnim kapacitetima uz objedinjavanje informacija o cjelokupnoj ponudi ruralnog turizma P6.2. Snažnija promocija ruralnog turizma Crne Gore na međunarodnom tržištu, kroz različite kanale komunikacije P6.3. Uključivanje ruralnih tura u ponudu paket aranžmana za atraktivnije destinacije i njihovo promovisanje
OC 6. Udruživanje	P 7.1 Udruživanje zbog ostvarivanja boljih tržišnih uslova, a samim tim i veće popunjenost objekata

OC 1. Prilagođavanje nacionalnog zakonodavstva

U okviru ovog horizontalnog operativnog cilja, vršiće se analize nacionalnog zakonodavstva koje reguliše oblast ruralnog turizma, uz nastojanja da se ono uskladi sa stvarnim potrebama. Takođe će se raditi na pojednostavlivanju procedura za početak obavljanja i odvijanja djelatnosti. Aktivnosti u okviru Cilja odnose se i održavanje redovnih sastanaka sa svim zainteresovanim stranama uključenim u aktivnosti ruralnog turizma, od Udruženja iznajmljivača, NTO CG i LTO-a i drugih. U koordinaciji sa drugim državnim organima, radiće se na prilagođavanju zakonodavstva vezanog za korišćenje EU fondova kako bi se iste procedure pojednostavile. Takođe, u saradnji sa Upravom prihoda i carina radiće se na uvođenju mogućnosti adekvatnijeg modela oporezivanja aktivnosti u ruralnom turizmu. Kroz ovaj operativni cilj radiće se i na jačanju statističkog izvještavanja u segmentu ruralnog turizma. Ovaj operativni cilj usuglašen je sa Operativnim ciljem 1 Strategije razvoja turizma Crne Gore 2022 – 2025. godine - Unaprijeđen regulatorni okvir u turizmu uz formalizaciju turističkog prometa i kroz pripadajući indikator vezan uz usaglašavanje zakona/podzakonskih akata.

Na ovaj operativni cilj nadovezuju se aktivnosti OC 1 kroz organizovanje edukacija za korisnike, vezane uz različite segmente poslovanja.

Oznaka	Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljna vrijednost			Implementacija
			2023.	2024.	2025.	
I.OC1.	Povećanje broja domaćinstava koja se bave ruralnim turizmom	237	x	x	x	MERT

	Povećanje broja fiskaliziranih domaćinstava	xx	x	x	x	Uprava prihoda i carina...
--	---	----	---	---	---	----------------------------

OC 2. Unapređenje ljudskih resursa

Starosna struktura nosilaca aktivnosti ruralnog turizma u Crnoj Gori izuzetno je nepovoljna. Crna Gora spada u kategoriju zemalja sa veoma starim stanovništvom i u posljednjih pedesetak godina prirodni priraštaj opao je za 60%. U struktura stanovništva Crne Gore, sa aspekta polova prema popisu iz 2011. godine, bilo je 50,6% žena. Do 2011. je bio je jako izražen trend masovne migracije iz sjevernog dijela Crne Gore, područja gdje se ruralni turizam ubrzano razvija, ka centralnim i primorskim područjima. Prema podacima Ankete o radnoj snazi na poljoprivrednim gazdinstvima (2016. godina), oko 34% članova gazdinstava bilo je u najaktivnijoj radnoj dobi (do 44 godine), dok je onih starijih od 55 godina bilo čak 44%. Imajući u vidu da su aktivnosti ruralnog turizma i poljoprivrede neraskidivo povezane, jasno je da se ovaj podatak odražava i na nosioce aktivnosti ruralnog turizma.

Podaci o strukturi radno angažovanih lica na porodičnim poljoprivrednim gazdinstvima pokazuje kako je bez obrazovanja ili sa nezavršenim osnovnim obrazovanjem njih 9,5%, sa završenom osnovnom školom 28%, dok je najviše onih sa završenim srednjoškolskim obrazovanjem bilo kojeg profila (53%).

Ovaj operativni cilj usaglašen je sa Operativnim ciljem 5 Strategije razvoja turizma Crne Gore 2022 – 2025. godine - Unaprijeđeni ljudski resursi, znanja i vještine u turizmu i pripadajućim indikatorom - Broj obuka i do-obuka za kadar u turizmu

U okviru ovog operativnog cilja biće sprovedene sljedeće aktivnosti:

A2.1. Investiciona podrška gazdinstvima u kojima su mladi ljudi radno angažovani nosioci aktivnosti (do 40 godina)

Kroz ovaj vid podrške, finansiraće se ulaganja u objekte u kojima su nosioci aktivnosti ruralnog turizma osobe mlađe od 40 godina. Kako bi se postigla rodna ravnopravnost, kod pripreme javnih poziva žene kao nosioci aktivnosti ostvarivaće dodatne bodove. Finansiranje će biti 100% iznosa ulaganja. Prihvatljiva su ulaganja u inovativne projekte, digitalizaciju i energetske efikasnost.

A2.2. Podrška obrazovanju mladih nosilaca gazdinstava

Kroz ovaj vid podrške finansiraće se ulaganja u sticanje znanja stranih jezika u ovlaštenim školama za učenje stranih jezika u trajanju od 2 semestra godišnje. Cijena kursa se finansira u 100% iznosu.

A3.3. Edukacije

U saradnji sa drugim državnim i javnim institucijama, redovno će se, ali ne isključivo, održavati edukacije iz sljedećih oblasti,:

- Prisustvo na društvenim mrežama;

- Digitalizacija poslovanja (on-line rezervacije, prijava gostiju);
- Poreska politika;
- Korišćenje EU fondova;
- Higijenski minimum;
- Priprema tradicionalnih jela;
- Recikliranje otpada i briga o životnoj sredini;
- Osnovni kurs stranih jezika.

			Ciljana vrijednost			Odgovornost
Oznaka	Indikator učinka	polazna vrijednost	2023.	2024.	2025.	
I.1.1	Povećanje broja mladih nosilaca	x	x	x	x	MERT

OC 3. Očuvanje nasleđa, podizanje kvaliteta i kvantiteta turističke ponude

Ruralni turizam u Crnoj Gori se u velikoj mjeri oslanja na tradiciju, koja je posljednjih godina zbog sve veće depopulacije pomalo napušta. Tradicionalno građevinsko nasljeđe, specifičan stil gradnje kako u ravničarskim predjelima, tako i u katunima, zahtjeva potpunu revitalizaciju, jer su ovakvi objekti upravo ono što turista očekuje od ruralnog područja. S obzirom da je broj takvih objekata ograničen, a potražnja za smještajnim kapacitetima sve veća, potrebno je raditi na izgradnji novih objekata koji će takođe moći da prezentuju tradiciju, kroz prezentaciju starih zanata i tradicionalne autohtone crnogorske kuhinje. Ovaj operativni cilj usaglašen je sa Operativnim ciljem 1 Strategije razvoja turizma Crne Gore 2022 – 2025. godine - Unaprijeđen regulatorni okvir u turizmu uz formalizaciju turističkog prometa Strategije razvoja turizma CG i indikator 2 - Povećanje broja noćenja turista u Sjevernom i Centralnom regionu Crne Gore, Operativnim ciljem 2 - Unaprijeđena turistička i prateća infra i supra struktura i indikatorom 1 - Broj projekata turističke i prateće infra i supra strukture i Operativnim ciljem 4 - Unaprijeđen kvalitet diverzifikovanog turističkog proizvoda i indikatorom 1 - Broj novih turističkih proizvoda.

Ovaj operativni cilj sprovodiće se kroz sljedeće aktivnosti:

A3.1. Investiciona podrška – male investicije

Mjera je namijenjena pružanju podrške gazdinstvima sa ciljem unapređenja turističke ponude kroz uvođenje dodatnih inovativnih sadržaja (biciklizam, razni sportovi i sl.) kao i sa ciljem ulaganja u povećanje komfora objekata i uređenja imanja.

A3.2. Investiciona podrška – očuvanje tradicionalnih seoskih kuća i pratećih objekata

Mjera je namijenjena obnovi objekata tradicionalne arhitekture, sa tradicionalnim materijalima i tradicionalnim načinom gradnje. Takođe, jedna od mjera odnosi se i na revitalizaciju katuna, kao mjesta tradicionalnog stila života koji i danas određuje brojne segmente ponude poput: gastronomije, aktivnosti vezanih za slobodno vrijeme i za zabavu, a najatraktivniji je suživot prirode i čovjeka što turizam na katunu čini specifičnim.

A3.3. Investiciona podrška – energetska efikasnost

Mjera je namijenjena ulaganjima u solarne panele za proizvodnju električne energije u objektima koji se nalaze u područjima koja nemaju obezbijeđeno snabdjevanje električnom energijom.

Mjera je namijenjena i ulaganjima u obnovu fasada smještajnih objekata, korišćenjem materijala koji doprinose uštedi toplotne energije.

A3.4. Investiciona podrška – IPARD M7

U sklopu podmjere 7.1 - Podrška investicijama za razvoj ruralnog turizma IPARD III programa prihvatljiva su ulaganja u izgradnju i/ili rekonstrukciju i/ili opremanje komplementarnih ugostiteljskih objekata za pružanje usluga smještaja, objekata za pripremanje hrane i pića, uređenje turističke infrastrukture (tematski ili zabavni parkovi, teniski tereni, bazeni, zabavno rekreativne staze ili putevi - fitnes staze, panoramski putevi, biciklističke i planinarske staze) i prateće rekreativne aktivnosti (jahanje, ribolov); Izgradnju i/ili rekonstrukciju i/ili nabavku opreme za obnovljive izvore energije; Nabavku opreme i uređaja za tretman otpada i prečišćavanje otpadnih voda. Prihvatljivo je finansiranje i izrade projektne dokumentacije, biznis plana, kao i trošak konsultanta.

A3.5. Rekonstrukcija infrastrukture u ruralnim područjima – male investicije

MPŠV iz sredstava Agrobudžeta podstiče ulaganja u razvoj ruralne infrastrukture. Podrška se daje za poboljšanje ruralne infrastrukture, a posebno za izgradnju nove i adaptaciju i rekonstrukciju postojeće infrastrukture (put, voda, električna energija i ostala infrastruktura) do pojedinih ili grupa seoskih domaćinstava, pristup katunima, infrastruktura u okviru gazdinstva i za projekte razvoja elektro mreže u ruralnim područjima, kao i korišćenje solarne energije.

A3.6. Izgradnja/rekonstrukcija infrastrukture u ruralnim područjima– IPARD M6

Kroz ovu mjeru u IPARD III programu podržavaće se ulaganja u izgradnju putne infrastrukture, infrastrukture za vodosnabdijevanje, odlaganje otpada, u mala postrojenja za proizvodnju energije iz obnovljivih izvora kao i ulaganja u podizanje dostupnosti širokopojasnog interneta u ruralnim područjima. Mjera se do sada nije sprovodila i neophodna je detaljna obuka jedinica lokalne samouprave po pitanju sprovođenja javnih nabavki po EU pravilima.

A3.7. Očuvanje starih zanata – IPARD M7

U okviru podmjere 7.3 - Podrška tradicionalnim zanatima u sklopu IPARD III programa prihvatljiva su ulaganja u izgradnju/rekonstrukciju objekata i nabavku mašina, alata i opreme.

Mjera ima za cilj da podstakne proizvodnju rukotvorina i promovisanje kvaliteta usluga u ruralnom području. Cilj podrške ovim aktivnostima je očuvanje što većeg broja tradicionalnih znata od izumiranja.

A3.8. Uvođenje oznake koja će isticati dodatnu ponudu

Oznaka će se kreirati s ciljem da istakne sadržaje seoskih domaćinstava koja su prepoznatljiva po svojoj specifičnoj ponudi domaćih prehrambenih proizvoda u kategorijama npr. „Vino“, „Maslinovo ulje“, „Sir“, „Med“ i dr., i cjelokupne gastro ponude „Domaća kuhinja“.

A3.9. Određivanje lokacija za organizovano sakupljanje otpada

U mnogim područjima gdje se odvijaju aktivnosti ruralnog turizma ne postoji organizovano prikupljanje otpada, već velike količine završavaju u prirodi, posebno rijekama čija su korita i obale prepune plastičnog i drugog otpada. U saradnji sa Ministarstvom ekologije, prostornog planiranja i urbanizma u sklopu kampanje „Za jedinu na svijetu. Naša je. Čuvajmo je“ postavice se kontejneri u područjima sa smještajnim kapacitetima. U istom projektu postavice se i kante za smeće na odmorštima/vidikovcima u sklopu turističkih ruta. Ova aktivnost nadovezuje se na aktivnosti OC1 kroz sprovođenje edukacija o zaštiti životne sredine kao i OC2 kroz podršku uređenju imanja.

Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljna vrijednost			Implementacija
		2023.	2024.	2025.	
Povećanje broja raspoloživih kreveta	x	x	x	x	MERT
Povećanje broja domaćinstava s nadsandardima (dodana kvaliteta)	0				MPŠV
Obnova zaboravljenih zanata					

Napomena: * Procjena indikatora preuzeta iz IPARD III programa; ** naziv oznake biće naknadno definisan

OC 4. Podizanje nivoa korišćenja EU sredstava

Crnoj Gori su na raspolaganju značajna sredstva iz prepristunih EU fondova koja se mogu iskoristiti za različite investicije koje doprinose unapređenju usluga u ruralnom turizmu. Sredstva su dostupna iz IPA Instrumenta prepristupne pomoći, uglavnom u okviru V. komponente – ruralni razvoj, kao i iz IPA projekata prekogranične saradnje (IPA CBC).

U sklopu IPARD programa direktno se podstiču ulaganja u ruralni turizam kroz Mjere 7 „Diverzifikacija gazdinstva razvoj poslovanja“, podmjere 7.1 „Podrška investicijama za razvoj

ruralnog turizma“, ali i brojne aktivnosti povezane sa ruralnim turizmom – „Podrška investicijama kroz preradu na gazdinstvima“ u podmjeri 7.2 i „Podrška tradicionalnim zanatima“ u podmjeri 7.3. Aktivnosti su se sprovodile i u razdoblju IPARD II programa (2014. – 2022.).

Podsticaji za ulaganja u sektor ruralnog turizma mogu se realizovati i u okviru projekata prekogranične saradnje (IPA CBC), i to:

1. ADRION PROGRAM – JADRANSKO-JONSKA REGIJA

Program je odobren 30. novembra 2022. godine, a u periodu realizacije do 2027. biće objavljivani pojedinačni konkursi koji će definisati korisnike, vrste ulaganja i iznose podrške. Ukupan raspoloživi fond iznosi 28,8 miliona eura.

<https://www.adrioninterreg.eu/index.php/about-program/programme/towards-the-new-adrion-a-view-ahead-on-the-next-programming-period-2021-2027/#toggle-id-1>

2. IPA JUŽNI JADRAN (Italija-Albanija-Crna Gora) 2021.-2027.

Projekt je namijenjen finansiranju projekata između italijanskih, albanskih i crnogorskih javnih i neprofitabilnih organizacija, usmjerenih na pametan, zelen, inkluzivan i digitalni rast teritorija koje dijele zajedničku granicu na južnom Jadranu. Ukupno je obezbjeđen budžet od 81 milion eura za cijeli period implementacije.

<https://www.italy-albania-montenegro.eu/home>

3. PREKOGRANIČNA SARADNJA SRBIJA – CRNA GORA

Prioriteti odabrani za finansiranje programa su zapošljavanje, mobilnost radne snage i promocija turizma i kulturnog i prirodnog nasleđa kroz tematski prioritet 5, koji će se realizovati kroz specifičan cilj 2.1 „Unapređenje i promocija zajednički koordinisane prekogranične turističke ponude zasnovane na zaštićeno kulturno i prirodno nasleđe“. Ukupan budžet Programa iznosi 9.734.117 EUR. <https://cbcsrb-mne.org/>

4. PREKOGRANIČNA SARADNJA BOSNA I HERCEGOVINA – CRNA GORA

Opšti cilj programa je Održivi razvoj u prekograničnom području između Bosne i Hercegovine i Crne Gore promoviše se kroz realizaciju zajedničkih projekata, zasnovanih na efektivnom korištenju komparativnih prednosti programskog područja. Jedno od tematskih područja je TP3: Podsticanje turizma, kulturnog i prirodnog nasleđa. Ukupno je na raspolaganju 8,4 miliona eura za period 2021. – 2027.

<http://cbc.bih-mne.org/>

5. PREKOGRANIČNA SARADNJA HRVATSKA-BOSNA I HERCEGOVINA-CRNA GORA

Tematski prioritet „Održivi i inkluzivni turizam i kultura“. Ukupan budžet Programa iznosi 138.453.765 EUR

6. PROGRAM DUNAVSKOG REGIONA

Tematski prioritet Socijalno orijentisan Dunavski region (unapređenje tržišta rada, usluga u obrazovanju i cjeloživotnom učenju, i jačanje uloge kulture i održivog turizma).

Ukupan budžet Programa iznosi 268.809.822 EUR

7. PROGRAM PREKOGRANIČNE SARADNJE ALBANIJA-CRNA GORA

Tematski prioritet 2: Podsticanje turizma i kulturnog i prirodnog nasljeđa.

Ukupan budžet Programa iznosi 13.790.000 EUR

8. PROGRAM PREKOGRANIČNE SARADNJE CRNA GORA-KOSOVO

Tematski prioritet 5: Turizam i kulturno i prirodno nasljeđe.

Ukupan budžet Programa iznosi 9,734,118 EUR

IPARD

Kako su se potencijalni korisnici IPARD mjere 7 tokom 2021. godine po prvi put susreli sa složenim načinom prijave, koji zahtijeva veliku količinu dokumentacije, postojao je, a takvo je raspoloženje i dalje, značajan otpor prema ovom modelu finansiranja aktivnosti. S obzirom da će od momenta pristupanja Crne Gore u EU, najveći dio investicija biti podržan kroz EU fondove, već sada treba pristupiti edukaciji potencijalnih korisnika i obezbjeđivanju stručne podrške prilikom prijave za mjeru 7 IPARD programa. Slična je situacija i sa projektima prekogranične saradnje o kojima krajnji korisnici koji bi trebalo da imaju konkretnu korist od ovog modela podrške, imaju vrlo malo informacija i specifičnih znanja koja bi im omogućila da se prijave na ove pozive.

S tim ciljem, u okviru ovog OC planirano je sprovođenje sljedeće mjere:

A4.1 Pomoć u izradi projektne dokumentacije za M7 IPARD programa

Inicijalni troškovi izrade projektne dokumentacije za prijavu na IPARD program prilično su visoki i zato ograničavajući faktor za mnoge, posebno one čija je vrijednost prijava u rasponu 20.000 – 50.000 EUR-a.

Kroz ovu aktivnost će se putem javnog konkursa birati konsultanti koji će izraditi projektnu dokumentaciju za određeni broj korisnika.

Oznaka	Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljna vrijednost			Implementacija
			2023.	2024.	2025.	
I.4.1.	Povećanje broja porodičnih gazdinstava koja koriste mjeru 7 IPARD programa	0	3	4	5	MERT

OC 5. Digitalizacija i promocija

Kao što je pokazala SWOT analiza, a i na osnovu mišljenja brojnih zainteresovanih strana uključenih u djelatnost ruralnog turizma, ista nije dobro promovisana kako na domaćem, tako niti na regionalnom i međunarodnom tržištu. Veliki disparitet u informacijama djeluje zbunjujuće, pogotovo za stranog gosta koji je tek u potrazi za idealnim smještajem. Informacije o objektima ruralnog turizma dostupne su na nekoliko različitih web sajtova, ali nijedan od njih

ne obuhvata cjelokupnu ponudu objekata koji su u skladu sa svim pozitivnim zakonskim propisima. Jedan od velikih nedostataka je i smanjena vidljivost turističkih objekata na digitalnim platformama i društvenim mrežama, kao najefikasnijem marketinškom kanalu danas. Dodatna promocija ruralnog turizma na domaćem i regionalnom tržištu biće ostvarena uvođenjem godišnje manifestacije „Dani ruralnog turizma“ tokom koje će se birati najuspješniji domaćini u okviru nekoliko kategorija.

Ovaj Operativni cilj usaglašen je sa Operativnim ciljem 6 Strategije razvoja turizma Crne Gore 2022 – 2025. godine - Razvoj digitalnih, inovativnih rješenja i novih tehnologija u turizmu i indikatorom učinka 1 – Broj implementiranih inovativnih/digitalnih projekata, kao i s Operativnim ciljem 7 - Globalno prepoznata turistička destinacija kroz indikator 1 - Povećanje broja noćenja turista sa prioritetnih tržišta

Ovom operativnom cilju doprinijeti će i OC 1 kroz mjeru „Organizovanje edukacija za sve učesnike koji se bave aktivnosti ruralnog turizma“. Aktivnosti u okviru ovog OC odvijace se sprovođenje sljedećih aktivnosti:

A5.1. WEB sajt i mobilna aplikacija

Kako bi se objedinila ponuda na jednom mjestu, biće kreiran web sajt i mobilna aplikacija sa podacima o svim registrovanim objektima ruralnog turizma, sa tačnim geografskim koordinatama i vrstama usluga koje pružaju. Web sajt i aplikacija će se ažurirati redovno, nakon uvođenja novih objekata u registar objekata ruralnog turizma ili u slučaju potrebe za izmjenama postojećih podataka. Aplikacija će se preuzimati na mobilne telefone, a moći će se koristiti i bez pristupa internetu. Sajt i aplikacija će promovisati NTO CG i MERT, a nakon izrade biće sprovedena i promotivna kampanja u medijima.

A5.2. Promocija ruralnog turizma

Putem različitih komunikacionih kanala promovisati ruralni turizam Crne Gore. Promociju sprovođiti, pored fokusa na međunarodnom tržištu, i na regionalno i domaće turističko tržište. Za razliku od prethodnog pristupa promociji, potrebno je bazirati se dominantno na digitalni marketing (odnos promocije 20:80), nastaviti s održavanjem kampanje „Ruralno, održivo, domaćinski“, kojom se proglašavaju najbolja domaćinstva u nekoliko kategorija. Svake godine, do kraja novembra, izradiće se Media plan za sljedeću godinu koji će uključivati komunikacione alate, vremenski okvir sprovođenja i iznos potrebnih sredstava.

Na područjima graničnih prelaza, drumskih, morskih i na aerodromima treba postaviti QR kod čijim skeniranjem se automatski preuzima mobilna aplikacija iz tačke 14. QR kod koristiti i na svim kanalima oglašavanja, štampanim, digitalnim. U saradnji sa nacionalnim avioprevoznikom, QR kod inkorporirati u obrazac avionske karte.

Oznaka	Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljna vrijednost			Implementacija
			2023.	2024.	2025.	
I.5.1.	Izrađena mobilna aplikacija (uz	0	1	1	1	MERT

	godišnje održavanje)					
I.5.2.	Broj odrađenih promotivnih kampanja s ciljem promovisanja ruralnog turizma Crne Gore	0	1	2	2	NTO/LTOi

OC 6. Udruživanje

U sklopu ovog cilja podstiće se udruživanje, kao i jača saradnja udruženja s ciljem osmišljavanja novih turističkih proizvoda u ruralnom prostoru te povezivanje ponude u razvijenijim turističkim regijama s ponudom u ruralnom prostoru. Na ovaj operativni cilj nadovezuju se aktivnosti OC 5 kroz podršku uvođenju ruralnih destinacija u turističke pakete u primorskom dijelu Crne Gore.

Aktivnosti u okviru ovog OC odvijace se kroz sljedeću aktivnost:

A6.1. Osnivanje udruženja

U cilju jačanja integralnog turističkog proizvoda u ruralnim područjima potrebno je sprovesti aktivnosti koje imaju za cilj unapređenje vertikalne i horizontalne saradnje, odnosno uspostavljanje različitih tematskih i/ili proizvodnih udruženja. Njihovim povezivanjem, u turističku ponudu mogle bi se uvesti npr. vinske ture, ture sira, ture maslinovog ulja, koje su odlična dopuna turističkoj ponudi u visoko razvijenim turističkim područjima na Primorju. Ovako osnovana udruženja moguće je povezati u klastere.

Oznaka	Indikator učinka	Polazna vrijednost	Ciljna vrijednost			Implementacija
			2023.	2024.	2025.	
I.6.1.	Broj osnovanih udruženja	0	1	1	1	Zajednica opština PKCG

PROGRAM RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2025. GODINE

2.1. Investiciona podrška gazdinstvima mladih nosilaca	Broj podržanih projekata	MERT, LOKALNE SAMOUPRAVE	IIIQ 2023.	IVQ 2025.	40.000,00€	BUDŽET CRNE GORE
2.2. edukacije	Broj mladih nosilaca upućenih na edukacije	MERT	IIIQ 2023.	IVQ 2025.	15.000,00€	BUDŽET CRNE GORE

Očuvanje nasleđa, podizanje kvaliteta i kvantiteta turističke ponude

Operativni cilj 3:

Indikator učinka a) Povećanje broja raspoloživih kreveta	Početna vrijednost x	Ciljna vrijednost na polovini sprovođenja strateškog dokumenta	Ciljna vrijednost na kraju sprovođenja strateškog dokumenta
Indikator učinka Povećanje broja domaćinstava s nadsatндартima (godana kvaliteta)			
Indikator učinka c Obnova zaboravjenih zanata			

Aktivnost koja utiče na realizaciju Operativnog cilja 3	Indikator rezultata	Nadležne institucije	Datum početka	Planirani datum završetka	Sredstva planirana za sprovođenje aktivnosti	Izvor finansiranja
3.1. Investiciona podrška gazdinstvima mladih nosilaca	Broj podržanih projekata	MERT	IIIQ 2023.	IVQ 2025.	60.000,00€	BUDŽET CRNE GORE
3.2. edukacije	Broj mladih nosilaca upućenih na edukacije	MERT	IIIQ 2023.	IVQ 2025.	15.000,00€	BUDŽET CRNE GORE
1.3. IPARD M7	Broj uspostavljenih zanata	MPŠV	IVQ 2023	IVQ 2025.	9.000.000,00€	IPARD (EU+BUDŽET CRNE GORE)

Podizanje nivoa korišćenja EU sredstava

Operativni cilj 4:

Indikator učinka a) Povećanje broja porodičnih gazdinstava koja koriste mjeru 7 IPARD programa	Početna vrijednost 0	Ciljna vrijednost na polovini sprovođenja strateškog dokumenta	Ciljna vrijednost na kraju sprovođenja strateškog dokumenta
Aktivnost koja utiče na realizaciju Operativnog cilja 1	Indikator rezultata	Nadležne institucije	Planirani datum završetka
4.1. Pomoć u izradi IPARD prijava	Broj korisnika kojima je financirana izrada IPARD prijava	MPŠV	IVQ 2025
			Nisu potrebna sredstva

Digitalizacija i promocija

Operativni cilj 5:

Indikator učinka a) Povećanje broja marketinških kampanja putem digitalnih kanala komunikacije	Početna vrijednost 0	Ciljna vrijednost na polovini sprovođenja strateškog dokumenta	Ciljna vrijednost na kraju sprovođenja strateškog dokumenta
Aktivnost koja utiče na realizaciju Operativnog cilja 1	Indikator rezultata	Nadležne institucije	Planirani datum završetka
5.2. Izrada mobilne aplikacije ruralnog turizma	Izrađena mobilna aplikacija	MERT	IVQ 2025
			30.000,00€
			BUDŽET CRNE GORE
5.2. Promocija ruralnog turizma	Broj odrađenih promotivnih kampanja s ciljem promovisanja ruralnog turizma	NTO I LTO	IVQ 2025
			Nisu potrebna sredstva

Operativni cilj 6: Udruživanje s ciljem obogaćivanja ponude

Indikator učinka a) Povećanje broja tematskih turističkih tura	Početna vrijednost 0	Ciljna vrijednost na polovini sprovođenja strateškog dokumenta 2	Ciljna vrijednost na kraju sprovođenja strateškog dokumenta 5
Aktivnost koja utiče na realizaciju Operativnog cilja 1	Indikator rezultata	Nadležne institucije	Sredstva planirana za sprovođenje aktivnosti
6.1. Posticanje udruživanja	Broj osnovanih sektorskih udruženja	IQ 2024 ZAJEDNICA OPŠTINA IPKCG	Planirani datum za vršetka IVQ 2025 Izvori finansiranja Nisu potrebna sredstva

- MONITORING, EVALUACIJA I IZVJEŠTAVANJE

U ovom Programu definisani su operativni ciljevi i mjere kojima bi se trebale zadovoljiti definisane potrebe koje proizilaze iz SWOT analize. Uz svaki operativni cilj vezani su i indikatori čija će se realizacija pratiti. U zavisnosti od izvršenja indikatora, pratiće se uspješnost sprovođenja Programa. Kako bi se pratio napredak u implementaciji predloženih mjera u okviru Programa, biće uspostavljen sistem monitoringa u okviru Direktorata za razvojne politike u turizmu, MERT-a. Monitoring će se vršiti na osnovu prikupljenih podataka svih institucija uključenih u sprovođenje mjera unutar Programa.

Iako su ovim Programom predviđene i aktivnosti koje se odnose na korišćenje IPARD III programa, za njihov monitoring zaduženo je MPŠV, a ispunjenje indikatora postavljenih IPARD III programom neće uticati na cjelokupnu realizaciju ovog Programa.

Monitoring

Monitoring je aktivnost koja se obavlja kontinuiranim praćenjem sprovođenja Programa i to na osnovu postavljenih indikatora, njihove početne vrijednosti (2022. godina) i ciljanih vrijednosti u 2023., 2024. i 2025. godini. Svi postavljeni indikatori jednostavno su mjerljivi i za njihovu realizaciju nije potrebno koristiti službene statističke izvore, iako mogu poslužiti kao dobra pomoć pri monitoringu, naročito nakon uspostavljanja statističkog praćenja pokazatelja u ruralnom turizmu. Na osnovu prikupljenih podataka o vrijednosti indikatora u posmatranoj godini, sastavlja se godišnji izvještaj. Svi potrebni podaci dostavljaju se Ministarstvu ekonomskog razvoja i turizma do 15. februara, a godišnji izvještaj se usvaja u I kvartalu tekuće godine za prethodnu godinu.

Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma biće zaduženo za objedinjavanje i obradu prikupljenih podataka relevantnih za sačinjavanje izvještaja, kao i za koordinaciju i rad radne grupe. Ministarstvo će objединiti iste i sačiniti izvještaj. Nakon usaglašavanja sa radnom grupom, Ministarstvo će izvještaj (godišnji/završni) uputiti Generalnom sekretarijatu Vlade Crne Gore na mišljenje, nakon čega će biti prosljeđen Vladi Crne Gore na upoznavanje i usvajanje.

U okviru monitoringa, posebno će se pratiti postizanje realizacije postavljenih indikatora u odnosu na polnu strukturu, kako bi se u slučaju neujednačenosti, korektivnim aktivnostima postigla ravnopravna zastupljenost. U zavisnosti od rezultata realizacije, moguće je vršiti i izmjene u ovom Programu.

Radna grupa za reviziju, usvajanje i implementaciju Programa razvoja ruralnog turizma Crne Gore 2023-2025. godine s Akcionim planom

Za potrebe praćenja sprovođenja ove Programa, MERT će odrediti članove Radne grupe koja će raspravljati o godišnjoj realizaciji Programa i predlagati njegove izmjene. Kao članovi radne grupe moraju biti jednako zastupljeni predstavnici svih institucija uključenih u aktivnosti ruralnog turizma (Ministarstva, državna i javna tijela, udruženja, NVU i dr.). Ovu funkciju može da preuzme i postojeća radna grupa za ruralni turizam.

U slučaju neispunjavanja indikatora zadatih u Programu, a u skladu sa dinamikom predviđenom u Akcionom planu, članovi Radne grupe za praćenje mogu predložiti novu dinamiku i način realizacije, kako se ne bi dovelo u pitanje ispunjenje postavljenih operativnih ciljeva.

Evaluacija

Izveštaj o sprovođenju akcionog plana pripremiće Radna grupa za praćenje programa razvoja ruralnog turizma na godišnjem nivou. Evaluacija će biti sprovedena na kraju realizacije Predloga plana razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori do 2025 godine. Evaluaciju može vršiti radna grupa koja će biti imenovana od strane Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma ili nezavisni evaluator kojeg će imenovati Ministarstvo.

Javno informisanje o ispunjenju postavljenih ciljeva Programa

S obzirom na izuzetan značaj sektora turizma, kao i ruralnog turizma na cjelokupnu ekonomiju Crne Gore, neophodno je redovno informisati javnost o svim aktivnostima koje se preduzimaju na ispunjavanju postavljenih operativnih ciljeva kojima se ublažavaju slabosti i prijetnje identifikovane u SWOT analizi.

Tokom izrade ovog Programa održano je nekoliko krugova javnih konsultacija sa predstavnicima interesnih udruženja, pojedincima koji rade u oblasti ruralnog turizma kao i javnim organima. Takođe, prije usvajanja Programa održane su i javne rasprave u tri regiona na kojima su ravnopravno učestvovali predstavnici oba pola. Od ukupno 28 učesnika, 1/3 činile su žene, koje su aktivno učestvovali u raspravama i čije su sugestije uvažene, odnosno, unešene u tekst ovog Programa.

Na osnovu dobijenih komentara pripremljena je konačna verzija Programa. Informacije o postignućima u realizaciji Programa mogu se saopštavati i u okviru redovnih informativnih aktivnosti MERT-a, a mogu biti i dio ciljanih aktivnosti promovisanja ruralnog turizma putem različitih komunikacionih alata.

- **ANEKSI**

**a. Aneks 1 – RASPOLOŽIVI EU FONDOVI ZA INVESTICIJE U RURALNI
TURIZAM**

IPARD III

Uz razvoj ruralnog turizma, u ruralnim područjima se otvara novo tržište za lokalne proizvode, prerađevine i zanatske proizvode, kao što su tradicionalne rukotvorine i suveniri, i slično. U posljednjih nekoliko godina, razvijeni su novi turistički proizvodi kroz donatorske projekte, kao što je promovisanje specifičnih tura i postoji potreba da se ova ponuda i dalje razvija u ovim područjima. Mjera 7 IPARD III programa „Diverzifikacija gazdinstva i razvoj poslovanja“ ima za cilj kreiranje, diverzifikaciju i razvoj ruralnih aktivnosti kroz podršku investicijama za:

- Izgradnju, rekonstrukciju i opremanje komplementarnih ugostiteljskih objekata u ruralnim područjima;
- Izgradnju, rekonstrukciju i opremanje objekata za preradu u skladu s standardima bezbjednosti hrane;
- Unapređenje kontrole kvaliteta proizvoda sprovođenjem sistema upravljanja kvalitetom i standarda bezbjednosti hrane;
- Investicije u obnovljive izvore energije;
- Očuvanje tradicije i zanata.

Korisnici ovih pod-mjera su poljoprivrednici, fizička lica u ruralnim područjima, pravna lica, organizacije proizvođača (kao što su kooperative, udruženja, itd.) i mikro i mala preduzeća u ruralnim područjima.

Podrška se za ruralni turizam kreće se od 10.000 do 200.000 EUR-a, za očuvanje starih zanata od 5.000 do 15.000 EUR-a, a podrška preradi na gazdinstvu od 10.000 do 30.000€. Intenzitet podrške je 60%. Dodatnih 10% podrške dobijaju mladi poljoprivrednici koji se odluče da se bave turizmom, starim zanatima ili ako se investicija odnosi na obnovljive izvore energije.

Svi kriterijumi prihvatljivosti propisani su IPARD III programom, Uredbom o sprovođenju mjere 7 IPARD III programa i svakim javnim pozivom. Raspisivanje javnih poziva za IPARD III predviđeno je od sredine 2023. godine.

ADRION PROGRAM – JADRANSKO JONSKA REGIJA

Podrška će se dodjeljivati u sklopu 7 specifičnih ciljeva:

- Razvoj i jačanje istraživačkih i inovacionih kapaciteta i prihvatanje naprednih tehnologija;
- Razvoj vještina za pametnu specijalizaciju, industrijsku tranziciju i preduzetništvo;
- Promovisanje prilagođavanja klimatskim promjenama i sprečavanja rizika od katastrofa i otpornosti, uzimajući u obzir pristupe zasnovane na ekosistemima;

- Promovisanje tranzicije na cirkularnu i resursno efikasnu ekonomiju;
- Jačanje zaštite i očuvanja prirode, biološke raznovrsnosti i zelene infrastrukture, između ostalog u urbanim područjima, i smanjenje svih oblika zagađenja;
- Promovisanje održive multimodalne urbane mobilnosti kao dijela tranzicije ka ekonomiji sa nultom neto stopom emisije ugljenika;
- Razvoj i jačanje održive, otporne na klimatske promjene, inteligentne i intermodalne nacionalne, regionalne i lokalne mobilnosti, uključujući bolji pristup TEN-T mreži i prekograničnu mobilnost.

Ciljne grupe na koje se odnose predložene aktivnosti obuhvatiće sve javne i privatne institucije i zainteresovane strane koji mogu doprinijeti ispunjavanju ciljeva programa u pogledu specifičnog cilja „Razvoj i jačanje istraživačkih i inovacionih kapaciteta i usvajanje naprednih tehnologija”.

IPA JUŽNI JADRAN (Italija-Albanija-Crna Gora) 2021.-2027.

Kroz osam specifičnih ciljeva nudi mogućnost ulaganja u povećanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća (MSE) u oblasti turizma, digitalizacije, biodiverziteta značajnog za prirodnu i kulturnu baštinu, povećanje energetske efikasnosti i za objekte u kojima se odvijaju aktivnosti ruralnog turizma, putna infrastruktura u oblasti turizma, usvajanja različitih vještina i povećanje dostupnosti turističkih usluga osobama iz osetljivih grupa. Poseban horizontalni cilj odnosi se na osnaživanje institucionalnih kapaciteta.

Krajnji korisnici sredstava su mala i srednja preduzeća, javne, privatne i neprofitne organizacije i građani.

PREKOGRANIČNA SARADNJA HRVATSKA – BIH – CRNA GORA

Program se sprovodi kroz 4 prioritetne ose:

- Prioritetna os 1 - Pametna ulaganja u istraživanje, inovacije i konkurentno poduzetništvo
- Prioritetna os 2 - Zelena ulaganja u zaštitu životne sredine i efikasno upravljanje rizicima
- Prioritetna os 3 - Dostupne i otporne zdravstvene usluge
- Prioritetna os 4 – Održivi i inkluzivni turizam i kultura

U osi 1 podrška će biti namijenjena za rast malih i srednjih poduzeća i njihovu digitalnu transformaciju. Cilj je omogućiti stvaranje novih radnih mjesta. Ovim će se podržati i razvoj i prilagođavanje poslovnih modela, proizvoda, usluga i procesa koji jačaju otpornost i prilagođavanje poduzeća klimatskim promjenama i implementaciji novih digitalnih tehnologija u poslovanje.

U osi 2. podrška je usmjerena na energetske efikasnost, biološku raznovrsnost u kontekstu klimatskih promjena i na koncepte otpornosti i cirkularne ekonomije, uglavnom s fokusom na upravljanje otpadom i inovativna rješenja za njegovu ponovnu upotrebu u proizvodnji.

Os 3. odnosi se na povećanje zdravstvene zaštite. Podržaće mal investicije u infrastrukturu i opremu kao i jačanje ljudskih resursa u zdravstvenim uslugama.

Os 4. aktivnosti će biti usmjerene na diverzifikaciju turizma ulaganjem u manje poznate destinacije i različite oblike turizma, unapređenje upravljačkih kapaciteta u sektoru turizma i razvoj komplementarnih usluga. Pored toga, fokus će biti na projektima koji pokreću društvene inovacije, odnosno razvoj i implementaciju novih ideja o proizvodima, uslugama, praksama i modelima u sektoru kulture i turizma. Prethodni program (2014. – 2020.) pokazao je veliko interesovanje za projektnu saradnju u vezi sa prekograničnim pristupima boljem upravljanju i revitalizaciji kulturnog i prirodnog nasleđa.

Četvrta os-a je namijenjena svim učesnicima u kreiranju i pružanju turističkih usluga u turizmu i kulturi, a posebno:

- Javni organi (nacionalni/regionalni/lokalni nivo)
- Agencije za regionalni i lokalni razvoj
- Udruge i nevladina udruženja koji djeluju u oblasti turizma, kulture, prirode, obuke i obrazovanja, ruralnog razvoja
- Sektorske agencije aktivne u oblasti turizma, kulture i zaštite prirode, ruralnog razvoja
- Obrazovne i istraživačke organizacije
- Turističke organizacije i ustanove
- Kulturne organizacije i iustanove
- Privredne komore
- Trgovačke komore
- Klasteri proizvođača
- Mala i srednja preduzeća

PREKOGRANIČNA SARADNJA SRBIJA – CRNA GORA

Specifični cilj 2.1 odnosi se na ulaganja sektor turizam: Unaprijediti i promovisati zajednički koordiniranu prekograničnu turističku ponudu zasnovanu na zaštićenom kulturnom i prirodnom nasleđu.

Fokus ovog specifičnog cilja biće korištenje etničkog i prirodnog potencijala i kulturne raznolikosti unutar programskog područja u cilju razvoja ili daljeg jačanja različitih vidova turizma i obezbeđivanja platforme za jačanje zajedničkog upravljanja prekograničnim turizmom kako bi se povećala atraktivnost lokacija i zajedničkih prekograničnih turističkih ponuda.

Koristiće se održivi pristupi mobilizaciji prirodnog i kulturnog nasleđa, uz aktiviranje resursa među lokalnim stanovništvom za kreiranje komplementarnih ponuda, povećanje vidljivosti, dostupnosti i upravljanja turističkim proizvodima i destinacijama, unapređenje stručnih kapaciteta. Pored toga, nastojaće se povećati saradnje između turističkih subjekata, pružalaca usluga i ekoloških poljoprivrednih proizvođača, a sve u cilju daljeg razvoja svih oblika turizma, uključujući i ruralnog.

Program će obezbjediti platformu za poboljšanje zajednički koordinisane prekogranične turističke ponude razvojem inovativnih, jedinstvenih i autentičnih turističkih proizvoda, povećanjem atraktivnosti web stranica, jačanjem zajedničkog brendiranja i zaštitom novih turističkih proizvoda.

Program će pružati podršku planiranju zajedničkih tematskih ruta, unapređenje očuvanja, promocije i upravljanja kulturnim i prirodnim naslijeđem, razvoju i organizaciji aktivnosti kulturne saradnje u pograničnom području i zajedničkoj obuci kadrova. Takođe, će podstaći prekograničnu saradnju ekoloških poljoprivrednih proizvođača, pružalaca usluga i turističkih subjekata, što će dodatno doprinijeti razvoju turizma u prekograničnom području.

Glavni korisnici:

- Turističke organizacije na nacionalnom/regionalnom/lokalnom nivou;
- Lokalne i regionalne razvojne organizacije/agencije;
- Državni organ i organizacije koje vrše nadzor nad turizmom i poljoprivrednom politikom;
- Lokalna samouprava;
- Privredna, zanatska, poslovna udruženja, klasteri, zadruga;
- Udruženja poljoprivrednika;
- Glavne ciljne grupe i krajnji korisnici su:
- Pružaoci turističkih usluga - sva poduzeća koja nude turističke usluge (hranu, smještaj i druge usluge) i iskustva (npr. planinarenje, biciklizam, kulturne i prirodne atrakcije itd.);
- Potencijalni pružaoci turističkih usluga (ruralno stanovništvo, početnici u turizmu, mladi, žene, nezaposleni, studenti);
- Lokalne i regionalne institucije i organizacije odgovorne za razvoj i promovisanje održivog turizma, upravljanje rizikom i spremnost;
- NVO i volonterske organizacije aktivne u oblasti turizma, zaštite prirode, životne sredine i kulturnog/istorijskog nasleđa;
- Institucije za zaštitu prirode/životne sredine, zaposleni u nacionalnim parkovima i drugim zaštićenim područjima prirode;
- Poljoprivrednici, vlasnici poljoprivrednog zemljišta;
- Učenici, nastavnici i osoblje u obrazovnim ustanovama;
- Ustanove u području kulturnog ili istorijskog naslijeđa;
- Turisti i lokalno stanovništvo uopšte.

Programi prekogranične saradnje za period 2021. – 2027. odobreni su u 2022. godini, a u novembru i decembru su održane prve konferencije u povodu otvaranja programa (launch meeting). U odobrenim programima definisane su prioritetne ose/specifični ciljevi, a u svakom javnom pozivu definišu se ulaganja, korisnici i svi drugi detalji.

b. Aneks 2 Iskustva iz razvijenih EU destinacija ruralnog turizma

Ruralni turizam kao turistička grana prepoznat je još od 60.-ih godina prošlog vijeka, i velikom brzinom se razvijao sve do 80.-ih, kada ulazi u fazu stagnacije. Ponovni preporod doživljava unazad 10-ak godina, a dodatni podsticaj za razvoj na mnogim tržištima, tako i na Crnogorskom, bila je pandemija COVID 19, koja je dodatno učinila atraktivnim boravak u manjim objektima, u krugu ljudi povezanih porodično ili prijateljski, u netaknutoj prirodi. Sve ovo otvara velike mogućnosti za jačanje privrede i revitalizaciju ruralnih područja uopšte.

Za izradu ovog Programa, u obzir su uzete sve pozitivne strane ruralnog turizma u Hrvatskoj, Sloveniji, Austriji i Švicarskoj.

Hrvatska

Pitanje ruralnog turizma uređuje se novom Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine. Akcionii plan razvoja turizma ruralnih područja iz 2015. godine vezivao se na raniju Strategiju koja je pisana za period do 2020. godine.

Strategija je bila predviđena realizacija aktivnosti i programa u vezi sa:

1. Unaprijeđenje institucionalnog okvira i povezani programi:
 - a) Zakonska deregulacija i harmonizacija
 - b) Sistem podsticanja projekata seoskog turizma
 - c) Informativna podrška seoskom turizmu
 - d) Statističko praćenje efekata seoskog turizma
 - e) Interni marketing – podizanje nivoa svijesti svih uključenih u aktivnost ruralnog turizma

Zakonska deregulacija i harmonizacija podrazumijevala je međusobno usklađivanje zakonskih i podzakonskih propisa koje donose različita ministarstva, kao i pojednostavlјavanje zakonodavstva vezanog za ruralni turizam. Podsticanje projekataruralnog turizma sprovedeno je kroz EU fondove (IPARD), ali i iz nacionalnog budžeta uz sufinansiranje kamata na kredite. Takođe, predviđeno je bilo pružanje tehničke podrške kroz izradu projektne ideje, provjeru tržišne isplativosti i dr. Program „c“ predviđao je razvoj mreže turističkih informacionih, razvojnih i savjetodavnih centara za potrebe poduzetnika u ruralnom turizmu. Program „d“ predvidio je uspostavlјanje dobrog statističkog praćenja, uključujući praćenje zadovolјstva korisnika usluga u ruralnom turizmu.

2. Razvoj proizvoda sa programima:

- a) Obogaćivanje ponude na nivou destinacije
- b) Upravlјanje kvalitetom
- c) Povezivanje (klasteri)

Program „a“ predviđao je izradu strateških dokumenata na nižim nivoima, a koji bi prepoznali sve nedostatke turističke ponude, ne samo na nivou objekta, već i na nivou javne turističke

infrastrukture. Upravljanje kvalitetom podrazumijeva standardizaciju kriterijuma koji se odnose na dodatne sadržaje u objektu u cilju dobijanja oznake kvaliteta. Osnivanje klastera predviđa udruživanje na određenom području (regionu), ali i udruživanje na proizvodno – tematskoj osnovi (klaster maslinara, vinara i sl.). Cilj udruživanja je ostvarivanje konkurentnije pozicije na tržištu, kroz zajedničke nastupe, zajedničke rute snabdjevanja i sl.

3. Unapređenje tržišne prepoznatljivosti sa programima:

- a) Komunikacija sa tržištem
- b) Povezivanje sa međunarodnim tržištem

Program jačanja komunikacije sa tržištem ima za cilj jačanje marketinških aktivnosti na lokalnom, regionalnom i međunarodnom tržištu sa ciljem privlačenja novih gostiju. Jedna od aktivnosti bila je i izrada nacionalnog središnjeg web sajta za ruralni turizam kao i jačanje uloge digitalnih kanala u marketinške svrhe. Na ovo se nadovezivala mjera povezivanja sa inostranim promoterima ruralnog turizma, kako bi se dodatno pojačala prisutnost na inostranim tržištima.

4. Podizanje nivoa znanja i vještina sa programima:

- a) Jačanje znanja i vještina zaposlenih u institucijama
- b) Cjeloživotno obrazovanje pružalaca usluga ruralnog turizma

Mjerama je bilo predviđeno jačanje institucionalnih kapaciteta, u prvom redu onih koji se odnose na korišćenje EU sredstava podrške kao i jačanje vještina važnih za upravljanje razvojem destinacije, prije svega u kontekstu unaprjeđenja konkurentnosti ruralnog turizma. Cilj mjere namjenjene pružaocima usluga u ruralnom turizmu odnosio se na sticanje novih znanja ili kontinuirano obrazovanje/cjeloživotno obrazovanje u različitim domenima znanja i vještina (jezici, ekonomski menadžment, poreska politika i dr.) Danas sve županije u Republici Hrvatskoj (NUTS 2 regije) imaju izrađene strategije razvoja ruralnog turizma koje su usklađene sa Nacionalnom strategijom razvoja turizma.

Slovenija

Slovenija se nalazi u srcu srednje Europe, okružena zemljama koje godišnje ostvare više od 173 miliona eura od noćenja gostiju, odnosno više od 605 miliona eura ostvarenog prihoda od noćenja turista. Zeleni, održivi i odgovorni razvoj predstavljaju tri osnovna pravila turističkog razvoja Slovenije kojih treba da se pridržavaju svi uključeni u turistički lanac. Pridržavanje ovih postulata pruža mogućnost očuvanja i zaštite prirodnih i kulturnih dobara i nasleđa. Slovenija ima specifičnost što pruža mogućnost uživanja u turističkim atrakcijama u tri različita geografske regije – alpskom, mediteranskom i panonskom području. S obzirom na geografske karakteristike države, najveći dio turističkog prometa se ostvaruje u ruralnim područjima, pa je razumljivo da je ruralni turizam jedna od najznačajnijih turističkih grana. Strategijom razvoja turizma postavljeni su ciljevi koji se tiču povećanja broja dolazaka turista, a s tim i prihoda od turizma, a jedan od ciljeva odnosi se i na povećanje dužine boravka turista u organizovanom smještaju.

Strategija razvoja turizma definiše šest ključnih politika koje se ostvaruju kroz 75 postavljenih mjera, od kojih mnoge doprinose održivom ruralnom turizmu.

1. Nova organizaciona struktura: makro destinacije i turistički proizvodi
2. Institucionalni i pravni okvir
3. Smještaj, turizam, infrastruktura i ulaganja
4. Ljudski kadrovi u turizmu
5. Prostor, kulturna i prirodna dobra
6. Mala i srednja preduzeća

Makro destinacije su postale osnova za jačanje identiteta destinacije i postizanje sinergije u razvoju proizvoda i promocije, dok na krovnom nivou, doprinose jasnijem i fokusiranijem marketingu i pozicioniranju Slovenije na stranim tržištima.

Aktivnosti koje se odnose na institucionalni okvir obuhvataju unaprijeđenje upravljanja destinacijama, promjene poreske politike u oblasti turizma, kao i usklađivanje zakonodavstva vezano za različite oblike turističkih aktivnosti u ruralnim područjima (biciklizam, planinarenje i sl.).

Što se tiče treće grupe, Slovenija je određena prema novim investicijama u smještajne kapacitete, veće hotelske lance, ali i objekte u vlasništvu mikro i malih preduzeća. Posebna pažnja posvećena je mjerama u vezi sa korišćenjem sredstava EU fondova, što zahtjeva kvalitetnu pripremu master planova na regionalnom nivou. U ovu grupu spada i mjera „pametne mobilnosti“, usmjerena na jačanje javnog prevoza u turističkim područjima, kako bi se smanjio negativan uticaj prekomjernog transporta na životnu sredinu.

Slovenija se takođe suočava sa problemima vezanim za radnu snagu u turizmu, nepovoljnu starosnu strukturu zaposlenih u turizmu. Zato su Strategijom predviđene mjere koje se tiču cjeloživotnog obrazovanja svih uključenih u turistički lanac, povremeni kursevi zbog sticanja novih znanja i vještina.

Kao strateški prioritet određen je i rad na očuvanju životnog prostora i kulturnog i prirodnog nasleđa, za šta su takođe predviđena sredstva u periodu sprovođenja strategije. U krajnoj liniji, predviđene su mjere namijenjene posebno mikro i malim preduzetnicima, koji obuhvataju većinu objekata ruralnog turizma, a sa ciljem zaštite kulinarske tradicije i jačeg povezivanja ruralnog turizma, poljoprivrede i starih tradicionalnih zanata.

Strategija ističe i važnost digitalizacije i marketinga korištenjem svih dostupnih kanala komunikacije, prije svega društvenih mreža. I Slovenska Strategija ističe potrebu za boljim statističkim praćenjem turističkih pokazatelja, uz obavezno uvođenje praćenja zadovoljstva gostiju na osnovu doživljenog iskustva.

Austrija

Austrija je dominantno turistička zemlja čija ekonomija uvelike zavisi upravo od turizma. Iako se najveći dio turističkog prometa odvija u ruralnim područjima, on je vezan za moderna skijališta. Austrija u svojoj turističkoj ponudi kombinuje prirodne ljepote sa bogatim kulturnim nasleđem, tradicionalnom gastronomijom i visokokvalitetnim uslugama, koja se uglavnom pružaju u manjim porodičnim objektima. Austrija snažno podstiče ulaganja u ruralni turizam iz nacionalnih i EU sredstava. U Austriji je nadležnost turizma, uključujući i ruralni turizam, povjerena Ministarstvu poljoprivrede, regije i turizma, što je još jedan od važnih pokazatelja povezanosti turizma i poljoprivrede. Pitanja razvoja ruralnog turizma uređuje nacionalno ministarstvo, u saradnji s turističkim organizacijama na regionalnom nivou (Austrija je podijeljena na osam pokrajina). Sve aktivnosti vezane za promociju ruralnog turizma koordinira i sprovodi Austrijska nacionalna turistička organizacija (ekvivalent NTO u Crnoj Gori). U 2019. godini usvojen je Strateški plan turizma na nacionalnom nivou, kojeg prate usvojeni akcioni planovi za implementaciju mjera i aktivnosti.

Strateški plan (Master plan „T“) temelji se na razvojnim principima:

- uravnoteženi razvoj turizma,
- koordinacija turizma i privrede,
- digitalizacija i uvođenje novih tehnologija,
- kontinuirani rad na edukaciji radne snage,
- podrška malim preduzećima u turizmu,

Najvažnije aktivnosti vezane uz jačanje ruralnog turizma:

1. Podrška održivom razvoju turizma i klimatskih promjena kroz redovno informisanje svih učesnika u turizmu o važnosti donošenja promjena koje će doprinijeti očuvanju životne sredine i ublažavanju klimatskih promjena
2. Jačanje međunarodne i prekogranične saradnje
Austrija podstiče sve oblike saradnje i predstavlja dobar primjer zemlje koja podstiče saradnju sa susjednim zemljama, pogotovo onima koji su emitivna turistička tržišta.
3. Marketing
Zajednička saradnja svih aktera na nacionalnom i lokalnom nivou.
4. Subvencije i podsticaji
Plasman kredita za male i srednje programe u turizmu kroz Austrijsku banku za razvoj turizma. Podsticaji uvođenju inovativnih rješenja u turizmu. Korišćenje fondova za podsticanje energetske efikasnosti.
5. Zapošljavanje
Svjesni nedostatka radne snage, kontinuirano rade na privlačenju zaposlenika u turizmu.

6. Inovacije
Dodjela nagrada inovativnim rješenjima u turizmu, organizovanje radionica o inovativnim proizvodima.
7. Poboljšanje infrastrukture pogotovo u planinskim predjelima, organizovanje javnog prevoza prema i unutar turističkih regiona, kako bi se smanjio broj dolazaka ličnim automobilima.
8. Smanjivanje administrativnih barijera i prilagođavanje poreskom sistemu (sniženje PDV-a u turizmu sa 13 % na 10 % i uvođenje redovnih evaluacija i statističkog praćenja turističkih podataka).

Švajcarska

Strategija razvoja turizma Švajcarske donesena je 2017. godine, ali su nakon pandemije COVID 19 uočene potrebe za njenim izmjenama koje su se dogodile 2021. godine. Strategijom razvoja turizma koja pokriva i granu ruralnog turizma, kao dominantnu u Švajcarskoj turističkoj industriji postavljeno je 5 ciljeva:

1. Poboljšanje uslova poslovanja koji će se sprovesti kroz tri aktivnosti:
 - a) Poboljšati prenos znanja i povezanosti putem Turističkog foruma Švajcarske (TFS)
 - b) Pomoć u postizanju regulatornog okruženja pogodnog za bavljenje turizmom
 - c) Jačanje međunarodne saradnje
2. Podsticanje poduzetništva:
 - a) Podržati strukturne promjene u turističkoj industriji
 - b) Unaprijediti strateške sposobnosti i stratešku orijentaciju turističkih aktera
 - c) Iskoristite potencijal tržišta rada u turizmu
3. Održivi razvoj
 - a) Očuvati i valorizovati graditeljsko nasleđe, kvalitet pejzaža i biološku raznovrsnost
 - b) Podržati prilagođavanje na klimatske promjene
 - c) Podržati implementaciju „Swisstainable”
4. Digitalizacija
 - a) Unaprijediti digitalnu transformaciju i prenos znanja
 - b) Ostvariti dodatnu vrijednost korišćenjem podataka i statistike
 - c) Osigurati praćenje strateških pitanja digitalizacije
5. Povećanje privlačnosti turističke ponude i prisutnosti Švajcarske na tržištu
 - a) Pomoć u održavanju konkurentne turističke infrastrukture
 - b) Povećajte praktičnost i kvaliteta za goste

Zaključak

Posmatrajući iskustva zemalja sa razvijenijom tradicijom bavljenja ruralnim turizmom, zaključuje se kako je u svima dat naglasak na inovacijama, digitalizaciji i ulaganjima vezanim za zaštitu životne sredine. Sve je to u skladu sa pet novih ciljeva politike EU koji odražavaju glavne prioritete EU-a:

- Konkurentnija i pametnija Evropa promovisanjem inovativne i pametne ekonomske transformacije i regionalne povezanosti Informacione i komunikacione tehnologije (IKT)
- Zelenija i otpornija Evropa sa tranzicijom sa niskim emisijama ugljenika ka ekonomiji sa nultom emisijom ugljenika promovišući prelazak na čistu i pravednu energiju, zelenih i plavih ulaganja, cirkularnu ekonomiju, ublažavanje i prilagođavanje klimatskim promjenama, prevenciju i upravljanje rizicima i održivi urbani razvoj
- Povezanija Evropa jačanjem mobilnosti
- Evropa sa istaknutijom socijalnom i inkluzivnom komponentom implementacije Evropskog stuba socijalnih prava
- Evropa bliža građanima podsticanjem održivog i integriranog razvoja svih područja ilokalnih inicijativa.

S obzirom na pregovarački proces pristupanja EU koji Crna Gora uspješno sprovodi, kao i na željenu dinamiku i očekivani skori ulazak u EU, sve aktivnosti koje se sprovode u zakonodavnim oblastima potrebno je uskladiti sa pravnom tekovinom EU. Na tom planu, Program razvoja ruralnog turizma takođe nastoji da doprinese navedenim ciljevima.



Ministarstvo
ekonomskog razvoja i turizma