

MONTE NECRO



**MALI VODIČ ZA
SEOSKA DOMAĆINSTVA**
PRUŽANJE USLUGA SMJEŠTAJA I ISHRANE TURISTIMA



**MINISTARSTVO
EKONOMSKOG RAZVOJA
CRNE GORE**



**NACIONALNA TURISTIČKA
ORGANIZACIJA CRNE GORE**

IMPRESUM

Izdavač: Ministarstvo ekonomskog razvoja Crne Gore

Tekst: dr Ilija Moric, Ministarstvo ekonomskog razvoja

Fotografije: Jovan Nikolić, Regionalna razvojna agencija za Bjelasicu, Komove i Prokletije, Udružena seoska domaćinstva Crne Gore, MAMA International

Dizajn: Jovan Nikolić

Redizajn: MAMA International doo

Godina: 2021.

SADRŽAJ

5 UVOD

7 TURIZAM NA SELU

7 Zašto se baviti turizmom?

8 Kako početi?

11 Razvoj i unaprijeđenje ponude

15 PRINCIPI USPJEŠNE KOMUNIKACIJE

15 Očekivanja gosta u seoskom domaćinstvu

15 Briga o gostu

18 Osobine dobrog domaćina

19 Komunikacija kao osnov zadovoljstva gosta

23 REGISTRACIJA SEOSKOG DOMAĆINSTVA

23 Potrebna dokumentacija

28 Koje su obaveze?

30 Koje su prednosti registracije?

33 KORISNE IDEJE I SAVJETI

35 KORISNA LITERATURA



Vodič ima za cilj da vlasnicima seoskih domaćinstava približi mogućnosti za bavljenje turizmom i ugostiteljstvom na uspješan, profitabilan, održiv i legalan način. Osnovna pitanja na koja vodič nudi odgovore i moguća rješenja su:

- Kako kreirati uspješnu ponudu?
- Kako komunicirati sa gostima?
- Kako registrovati djelatnost?
- Koje su obaveze registrovanih seoskih domaćinstava?
- Koje su prednosti registracije?





**MONTE
NEGRO**
Wild Beauty

ZAŠTO SE BAVITI TURIZMOM?

👉 Ključni razlozi za bavljenje turizmom su sljedeći:

- Mogućnost stvaranja dodatnog prihoda za seosko domaćinstvo od pružanja ugostiteljskih usluga (pr. pripremanje i usluživanje hrane i pića iz pretežno domaće proizvodnje);
- Očuvanje postojećih i otvaranje novih radnih mjesta na gazdinstvu;
- Efikasnija prodaja poljoprivrednih proizvoda na gazdinstvu tj. na "kućnom pragu";
- Promocija sela i seoskog načina života;
- Upoznavanje novih kultura i običaja.

Od navedenih razloga, dodatni prihod i zaposlenje su vjerovatno najčešći razlozi otpočinjanja turističkog biznisa. Bez obzira na razloge, činjenica je da turizam može unaprijediti kvalitetet i standard života na selu, zadržati mlade da nastave posao na svojim imanjima, eventualno vratiti one koji su otišli, i dr.





KAKO POČETI?

Razvoj kvalitetne ponude je u praksi dug i složen proces. Ponekad, ukoliko postoje finansijski preduslovi i potrebno znanje, moguće je navedeno postići za relativno kratko vrijeme. Ipak, kako većina seoskih domaćinstava nema na raspolaganju dovoljno finansijskih sredstava, znanja i vještina, razvoj ponude treba da teče postepeno.

Takav pristup može uštedjeti mnogo novca i vremena, jer se pažljivije promišlja i djeluje. Takođe, na vrijeme je moguće ispraviti velike i “skupe” greške. Na žalost, prečesto se dešava da neke “velike” ideje “pojeduu” dosta novca i vrlo brzo dođe do razočaranja kod domaćina.

Seoska domaćinstva koja imaju sobe koje ne koriste, mogu se uključiti u turizam tako što će gostima ponuditi smještaj. U praksi je to vrlo isplativo i ne zahtijevaju se posebna znanja ni ulaganja, jer se koriste postojeće prostorije. Na taj način stvara se dodatni prihod od izdavanja smještaja i od prodaje domaćih poljoprivrednih proizvoda i drugih usluga (pr. šetnje i obilasci okoline, gastronomija, zanatstvo i sl.).



Kako seoska domaćinstva koja se bave turizmom i ugostiteljstvom moraju biti registrovana poljoprivredna gazdinstva, ona mogu na svojim imanjima imati degustaonicu proizvoda iz sopstvene proizvodnje. Proizvođači vina, sira, maslinovog ulja i meda u Crnoj Gori već su ostvarili značajan pomak u pružanju usluga obilaska imanja, degustacije proizvoda, profesionalnog objašnjenja i edukacije gostiju, prodaje svojih proizvoda i sl.

Posebna je prednost što se domaći poljoprivredni proizvodi mogu prodavati posjetiocima direktno.

Takođe, seoska domaćinstva koja se nalaze na važnim saobraćajnim ili pješačkim koridorima tj. putevima kojima prolazi veliki broj turista, mogu biti odlične destinacije za kratku posjetu i degustaciju lokalne hrane, kratki odmor, obilazak imanja, itd. Ni ovdje nisu potrebna velika ulaganja, jer se koriste postojeće prostorije na imanju.

Osim smještaja i pružanja usluga hrane i pića, stanovnici sela koji imaju potrebna znanja i vještine (pr. znanje stranih jezika), mogu se baviti i



sljedećim poslovima:


- Turistički vodič za obilazak prirodnih i kulturnih atrakcija u okruženju (pr. kanjoni, pećine, planine i sl.);
- Turistički animator i / ili instruktor za aktivnosti u okruženju (pr. vožnja čamca, pješačenje);
- Zanatlija koji prodaje svoje rukotvorine kao suvenire;
- Poljoprivredni proizvođač koji snabdijeva hranom / namirnicama agencije i turiste prilikom prolaska kroz područje (pr. biciklisti, gosti sa kamperima, planinari);
- Ostale usluge i proizvode (pr. sitne popravke bicikala, vozila i sl.).

DOBRO JE ZNATI DA...

Za obavljanje nekih od navedenih poslova je potrebna adekvatna registracija, odnosno posjedovanje licence tj. odobrenja za pružanje usluga koje izdaje nadležno ministarstvo ili opštinski organ.

RAZVOJ I UNAPREĐENJE PONUDE

Kada seosko domaćinstvo započne svoj biznis i ostvari odgovarajući prihod po tom osnovu, vrijeme je da se ponuda unaprijedi. Primarni razlog za unapređenje leži u većim potencijalnim prihodima i boljem korišćenju sopstvenih znanja, vještina te drugih resursa u domaćinstvu i okruženju (pr. rad u bašti, berbe, prerada, zanatstvo, gastronomija, itd.).

 U praksi postoje tri opšta načina i to:

1 Razvoj usluga i proizvoda u okviru postojeće ponude. Npr. ako se seosko domaćinstvo odlučilo specijalizovati u dijelu izletničkih posjeta, onda se preporučuje razvoj dodatnih sadržaja. Tako jedna vinarija može početi razvijati ponudu "Wine&Bike" koja kombinuje degustaciju vina sa vožnjom bicikla kroz vinogradarski kraj;

2 Razvoj potpuno novih ponuda. Npr. ako seosko domaćinstvo nudi noćenje sa doručkom na svom imanju, za svoje goste može početi organizovati posjete bližem i daljem okruženju (pr. edukativne

šetnje, pješačenje, posjete pećinama), sadržaje za duži boravak (pr. radionice), programi za djecu, muzejske postavke i sl. Kako se radi o novom biznisu i novim uslugama, ono traži veća ulaganja novca, ali i veće znanje i vještine;

3 Kombinacija prethodnih načina je najslženija. Seoska domaćinstva koja svoju ponudu razvijaju u svim smjerovima nalaze se u zreloj fazi razvoja biznisa, što znači da su uspjela valorizovati (skoro) sve svoje poljoprivredne i ugostiteljske resurse. U tim okolnostima, domaćinstvo je sposobno ponuditi više različitih modula tj. paketa usluga i proizvoda sa različitim cijenama, trajanjem, obimom i vrstom aktivnosti, itd. Dobar primjer su tzv. škole kuvanja koje primarno nude znanje i vještine iz pripremanja namirnica i hrane, ali može imati zabavne sadržaje, obuke iz uzgoja povrća i voća, izletnički program, prodaju knjiga i CD-ova o kuvanju, itd.

DOBRO JE ZNATI DA...

Gostu uvijek treba ponuditi mogućnost izbora. U mnogim slučajevima radi se o minimalnim razlikama između ponuđenog, i situacijama gdje potrošač to često i ne koristi, ali psihološki efekat mogućnosti kontrole i izbora podiže nivo zadovoljstva.

Ostali korisni načini razvoja sopstvenog biznisa u seoskom domaćinstvu mogu biti:

- Uključivanje u postojeće tematske rute i proizvode (pr. put sira, vinske ceste);
- Povezivanje sa drugim pružaocima usluga u području i organizovanje tzv. mreže ponude (pr. posjeta destilerijama rakije u kombinaciji sa degustacijom sira i pršuta, zabavnim aktivnostima i prodajom suvenira / proizvoda);
- Saradnja sa seoskim domaćinstvima iz regiona tj. susjednih zemalja i nuđenje paketa posjeta i sadržaja na nivou Balkana;
- Razvoj saradnje sa međunarodnim organizacijama (pr. Slow Food);
- Ostalo (pr. kombinovanje sadržaja sa drugim djelatnostima, kao što su šumarstvo, nauka, istraživanje, umjetnost, kultura, sport itd.).

DOBRO JE ZNATI DA...

Bogatijom ponudom se bolje koriste sopstveni resursi i može se opslužiti znatno šire tržište, što pruža veću sigurnost i održivost biznisa u dugom roku.

Važan razlog za unaprijeđenje sopstvene ponude leži u činjenici što će nakon nekog vremena sve ponude seoskih domaćinstava biti slične ili potpuno iste (pr. smještaj u sobama, katuni, itd.). Zato je vrlo korisno za seosko domaćinstvo, kada se steknu uslovi, da se odvoji od ostalih seoskih domaćinstava po kvalitetu, obimu i / ili načinu na koji pruža ugostiteljske usluge¹. Na taj način seosko domaćinstvo postaje prepoznatljivo i cijenjeno među turistima, turističkim agencijama i ukupnom turističkom privredom.

DOBRO JE ZNATI DA...

Seosko domaćinstvo treba da razvija svoju ponudu u pogledu kvaliteta i obima usluga, ali ne smije da upadne u poslovnu klopku pretjerivanja i pružanja "svega za svakoga". Ključno je da se seosko domaćinstvo opredijeli za određeni broj ugostiteljskih usluga i proizvoda, koji je profitabilan i održiv u srednjem i dugom roku. Kratkoročno je moguće praviti tzv. "poslovne izlete" i koristiti ono što je trenutno u trendu (pr. joga), ali uvijek voditi računa o troškovima, profitu i mogućnosti da se izađe iz posla bez gubitaka.

Ključne oblasti daljeg razvoja ponude mogu biti: kultura (pr. osnivanje muzeja, etnografske zbirke), gastronomija (pr. škole pripreme hrane "pod sač"); priroda (pr. jezera, pećine, velika stabla); sport i rekreacija (pr. konjički turizam); lov i ribolov; zdravlje (pr. spavanje u slami); dječiji turizam (pr. mini-zoo); ekologija (pr. posmatranje divljih životinja), MICE (pr. sastanci, tzv. team building); događaji (pr. berba, žetva), itd.

¹ Npr. u Austriji postoje farme koje su se specijalizovale na sljedeći način: organske farme, "wellness" farme, "baby&child friendly" farme, vinarije, farme prilagođene osobama sa invaliditetom, farme prilagođene potrebama biciklista, farme za konferencije i sastanke itd. Za više informacija vidjeti: <https://www.farmholidays.com>.



OČEKIVANJA GOSTA U SEOSKOM DOMAĆINSTVU

Zadovoljan gost je izvor profita ali i efikasan instrument za stvaranje pozitivnog publiciteta i promocije. Zbog toga su želje i potrebe gosta primarni prioritet u procesu pružanja turističke usluge, što podrazumijeva da se cijeli uslužni proces mora podrediti gostu i njegovim / njenim očekivanjima.

Gost u seoskom domaћinstvu oćekuje sljedeće:

- Istinsku brigu i volju domaćina da Źeli udovoljiti gostu;
- Znanje i strućnost domaćina u dijelu turizma i ugostiteljstva, ali i poljoprivrede;
- Brzo reagovanje domaćina, posebno kada se pojavi problem ili primjedba;
- Zabavu, edukaciju, uzbuđenje i avanturu kroz komunikaciju;
- Urednost i umjerenost u ponašanju i izgledu;
- Entuzijazam domaćina u vezi sa Źivotom na imanju, poslom, mjestom itd.
- Ugodnu atmosferu na gazdinstvu;
- Stalni i isti kvalitet usluge i proizvoda, posebno ako se gost vraća;
- Źistoću i urednost na gazdinstvu, unutar prostorija i u okruženju;
- Turistićke usluge i proizvode koji odslikavaju lokalni identitet i specifićnosti (pr. degustacija vina, kuća meda, muzej maslinovog ulja);

Gost mora biti u centru paŹnje domaćina i ukupne ugostiteljske djelatnosti, kako u hotelu, restoranu, gradu, tako u selu i seoskom domaćinstvu.

BRIGA O GOSTU

Briga o gostu podrazumijeva koliko dobro se brinemo o gostu u toku pruŹanja ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu.

Uspjeh najviše zavisi od sposobnosti domaćina da se prilagodi i udovolji specifićnostima gosta, ćak i kada to zahtjeva (mnogo) više strpljenja,



uslužnosti, ljubaznosti i stručnosti. Jer, gost je uvijek u pravu!² Zbog toga, mišljenje, očekivanje i želje gosta ne treba dovoditi u pitanje.

DOBRO JE ZNATI DA...

- Briga o gostu prodaje naš proizvod!
- Briga o gostu je naša najbolja promocija!
- Briga o gostu se može naučiti i unaprijediti!

² Gost je u pravu dok ne ugrožava ostale goste, objekat ili samog domaćina.



Razlika između brige o gostu i opšteg / uobičajenog poslovnog odnosa je sadržana u kreiranju emocionalne veze. Navedeno se najčešće odvija kroz izgradnju povjerenja, poštovanja i prijateljskog odnosa između gosta i domaćina.

Kreiranje emocionalne veze između gosta i domaćina je važna jer može postati bitan dio nezaboravnog turističkog iskustva. Takvo iskustvo tj. doživljaj je temelj zadovoljstva gosta na poljoprivrednom gazdinstvu, što je ključno za ponovni dolazak, ali i pozitivne preporuke drugim potencijalnim gostima.



OSOBINE DOBROG DOMAĆINA

Dobar domaćin na seoskom gazdinstvu treba da posjeduje niz znanja i vještina kojima može pružiti turističku uslugu na pravi način. Neke od traženih osobina su:

- Istinska volja da se udovolji gostu;
- Komunikativnost i sposobnost komunikacije na stranim jezicima;
- Tolerancija i pozitivan odnos prema drugima i drugačijima, kao i elementarno poznavanje običaja i kulture gosta;
- Etičnost i pošten odnos prema gostu;
- Fleksibilnost i kreativnost u pružanju usluga;
- Preduzetnost i inovativnost;
- Stručnost u poljoprivrednoj i turističkoj djelatnosti;
- Pravovremeno i adekvatno rješavanje problema i prigovora;
- Prevazilaženje / neutralisanje konfliktnih situacija, itd.

Među navedenim osobinama, posebno se ističe sposobnost komuniciranja na stranim jezicima. Neznanje stranih jezika je često problem za uspješnu komunikaciju, posebno kada gost želi saznati detalje u procesu proizvodnje nekog proizvoda (pr. sira). Posebno je izražen problem

izostanka tzv. pričanja priča (eng. storytelling), koje je uvijek atraktivno i interesantno gostima. Navedeno je moguće djelimično nadomjestiti prisustvom turističkog vodiča, ali to ne može biti uspješno kao kada bi to radio direktno domaćin.

KOMUNIKACIJA KAO OSNOV ZADOVOLJSTVA GOSTA

Komunikacija sa gostom se najvećim dijelom odvija putem govora, ali ne treba zanemariti učinak pisanja (pr. brošure, e-mail-ovi itd.), slušanja i tzv. neverbalne komunikacije.

DOBRO JE ZNATI DA...

- Neverbalna komunikacija obuhvata govor tijela (pr. položaj ruka), dodir (pr. rukovanje), govor (pr. ugodan glas); kontakt očima; izgled domaćina (pr. odjeća, kosa, brada); izraz lica.
- Neverbalna komunikacija treba da prati verbalnu tj. ono što se govori;
- Pretjerana upotreba nekih oblika neverbalne komunikacije može ostaviti vrlo neprijatan i negativan utisak na gosta (pr. visok ton govora, neugledan izgled domaćina, pretjerano dodirivanje i grljenje, itd.)

Uspješna komunikacija je osnov generisanja zadovoljstva gosta i profita. Osim toga, stvara se i širi pozitivan publicitet i vrši promocija seoskog domaćinstva, destinacije i čitave zemlje.



Za uspješnu komunikaciju je potrebno obratiti pažnju na sljedeće:

- Koristiti pitanja i fraze: *“Kako Vam mogu pomoći?”; “Izvinjavam se”;* *“Hvala puno”;* *“Dođite nam opet”;*
- U slučaju odbijanja koristiti fraze: *“Žao mi je, ali nije moguće”;* *“Nažalost, to ne možemo pružiti”;* *“Ovog puta nismo u mogućnosti, ali ćemo za sljedeći put pripremiti nešto slično”;* *“Da, ali ...”;*
- Izbjegavati koristiti NE, NE MOŽE, NEĆU, NE ZNAM na početku rečenice;
- Zadržati neutralnost u smislu ličnih stavova i uvjerenja;
- Stimulisati toleranciju i pozitivan odnos prema različitostima;
- Težiti umjerenosti u govoru i gestikulaciji, posebno u skladu sa raspoloženjem gosta i temom razgovora;
- Govoriti jasno, u kratkim rečenicama i razumljivo (pr. vrlo je korisno kada turistički vodič simultano prevodi);

DOBRO JE ZNATI DA...

- Najčešće barijere u komunikaciji su jezičke barijere, predrasude i negativan odnos prema gostu, pogrešno tumačenje, neznanje, nemar, nepažnja i neslušanje gosta;
- Ostale prepreke mogu biti: nepoznavanje djelatnosti, nepoznavanje kulture i običaja gosta, umor i manjak koncentracije, (ne)raspoloženje i odsustvo volje za poslom i dr.

Komunikacija, a posebno pažljivo slušanje predstavlja uspješan instrument otklanjanja grešaka i propusta u radu. Prigovore i primjedbe od strane gosta ne treba shvatiti kao uvredu, već kao dobar početak da se usluga unaprijedi i podigne na znatno viši nivo.

Vrlo korisnim se smatra povremeno traženje komentara gosta o kvalitetu usluge i sugestija za njeno unapređenje. Knjiga utisaka u tom smislu može biti vrlo praktično rješenje. Kulturu iznošenja kritika i otvorenog komuniciranja treba stalno podsticati i njegovati, jer može pomoći da se isprave problemi koje sami ne primjećujemo.



POTREBNA DOKUMENTACIJA

Za prijavu za odobrenje, fizička lica prikupljaju sljedeća dokumenta:

- Dokaz o pravu svojine / susvojine objekta – javnu ispravu (izvod iz lista nepokretnosti) ili pravo na korišćenje objekta / zemljišta – potvrda nadležnog organa lokalne samouprave ili mjesne zajednice kojom se dokazuje pravo na korišćenje objekta;
- Kopija rješenja o registraciji poljoprivrednog gazdinstva.
- Ispunjen zahtjev za izdavanje odobrenja za obavljanje ugostiteljske djelatnosti vrste – seosko domaćinstvo (Obrazac 1).
- Dokaz o uplati novčanog iznosa od 2 eura za podnošenje zahtjeva na žiro račun Ministarstva br. 832-31614150-79 (Zakon o administrativnim taksama)
- Popunjeni obrazac za upis u Centralni turistički registar (CTR) (Obrazac 2).

Za prijavu za odobrenje, pravna lica prikupljaju sljedeća dokumenta:

- Dokaz o registraciji (Izvod iz CRPS-a);
- Dokaz o upisu privrednog društva, drugog pravnog lica, preduzetnika ili fizičkog lica u Registar poljoprivrednih gazdinstava;
- Izvod iz lista nepokretnosti i ispravu o pravnom poslu sačinjenu u skladu sa zakonom (ovjereni ugovor i sl.) ukoliko se radi o korišćenju ili raspolaganju ugostiteljskog objekta vrste seosko domaćinstvo;
- Za dokazivanje ispunjenosti uslova za kadar (poslovođu ugostiteljskog objekta) privrednog društva, drugog pravnog lica ili preduzetnika
- Ugovor o radu sa punim radnim vremenom, Dokaz o najmanje završenom četvrtom nivou kvalifikacije podnivo IV 1 nacionalnog okvira kvalifikacije,
- Popunjeni obrazac za upis u Centralni turistički registar (CTR);
- Dokaz o uplati novčanog iznosa od 2 eura za podnošenje zahtjeva na žiro račun Ministarstva br. 832-31614150-79 (Zakon o administrativnim taksama).



Prema Zakonu o turizmu i ugostiteljstvu ("Sl. list CG", br. 2 | 18, 13 | 18, 25 | 19 i 76 | 20), ugostiteljske usluge može da pruža seosko domaćinstvo koje obavlja poljoprivrednu djelatnost i koje se nalazi na ruralnom području. Članom 103 istog zakona predviđeno je da ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu mogu pružati privredno društvo, drugo pravno lice, preduzetnik ili fizičko lice koje je upisano u registar poljoprivrednih gazdinstava.

Ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu su:

1 Pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela, pića i napitaka iz pretežno sopstvene proizvodnje;

Objekat za pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela, pića i napitaka iz pretežno sopstvene proizvodnje sastoji se od prostorija, odnosno prostora u kojima se čuvaju namirnice, priprema i uslužuje hrana (ostava, kuhinja, trpezarija i mjesto za odlaganje otpada) sa odgovarajućim sanitarnim čvorom.

2 Usluživanje i degustacija vina i drugih alkoholnih i bezalkoholnih pića, kao i domaćih proizvoda iz pretežno sopstvene proizvodnje;



Objekat za usluživanje i degustaciju vina i drugih alkoholnih i bezalkoholnih pića, kao i domaćih proizvoda iz pretežno sopstvene proizvodnje sastoji se od jedne ili više prostorija u kojima se čuvaju, pripremaju i uslužuju i degustiraju pića i domaći proizvodi, sa mjestom za odlaganje otpada i odgovarajućim sanitarnim čvorom.

3 Usluge smještaja u sobama za iznajmljivanje turistima, turističkim apartmanima, katunima i kampu.

Usluge smještaja u sobama za iznajmljivanje turistima, turističkim apartmanima i katunima, odnosno u kampu sa najviše 15 smještajnih jedinica, odnosno 30 lica istovremeno, najviše do deset soba, odnosno 20 ležaja, samo za fizička lica, samo za goste kojima se pružaju usluge ishrane, točenja pića i napitaka (doručak, polupansion ili puni pansion) iz pretežno sopstvene proizvodnje.

Ostale usluge - U seoskom domaćinstvu mogu da se pružaju i usluge radi odmora i rekreacije turista (berba voća i povrća, ubiranje ljetine, iznajmljivanje konja za jahanje i slično).





DOBRO JE ZNATI DA...

Sve neophodne informacije u vezi sa registracijom i kategorizacijom seoskog domaćinstva možete naći na sajtu Ministarstva ekonomskog razvoja: www.gov.me/mek.

KOJE SU OBAVEZE?

Ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu može pružati fizičko lice koje je upisano u registar poljoprivrednih gazdinstava u skladu sa zakonom. Odobrenje za obavljanje djelatnosti - Fizičko lice koje pruža ugostiteljsku uslugu u seoskom domaćinstvu dužno je pribaviti odobrenje ministarstva nadležnog za poslove turizma, propisanim Zakonom o turizmu i ugostiteljstvu.

Opšte obaveze pružaoca usluga u seoskom domaćinstvu su da:

- 1)** na vidnom mjestu na ulazu u objekat vidno istakne vrstu, naziv, oznaku i kategoriju ugostiteljskog objekta, u skladu sa Rješenjem o upisu u Centralni turistički registar i rješenjem o dodijeljenoj kategoriji;
- 2)** na vidnom mjestu istakne cijene usluga koje nudi i iznos boravišne takse i da usluge pruža u skladu sa istaknutim cijenama;
- 3)** izda gostu račun u skladu sa zakonom, sa naznačenom vrstom, količinom i cijenom za svaku pruženu uslugu i iznosom naplaćene boravišne takse i osiguranja;
- 4)** vodi dnevno, tačno i ažurno na propisan način, knjigu gostiju i da drži u ugostiteljskom objektu knjigu prigovora na vidnom mjestu;
- 5)** podatke o raspoloživim kapacitetima za smještaj, o broju turista i noćenja dostavlja organu lokalne uprave i lokalnoj turističkoj organizaciji i organu uprave nadležnom za poslove statistike, najkasnije do desetog u tekućem za prethodni mjesec;
- 6)** osigura gosta od posljedica nesrećnog slučaja;
- 7)** drži u objektu rješenje o upisu u Centralni turistički registar;
- 8)** prilikom oglašavanja i reklamiranja usluga i isticanja poruka u propagandnim materijalima, izdavalac je dužan da koristi oznaku vrste i kategoriju objekta u skladu sa ovim zakonom.

Prijava gosta - Pružalac usluga smještaja u seoskom domaćinstvu je u obavezi da prijavi i odjavi stranog gosta policiji elektronskim putem ili preko Lokalne turističke organizacije, u skladu sa Zakonom o strancima.

Boravišna taksa - Pružalac usluga smještaja u seoskom domaćinstvu je obavezan da plati boravišnu taksu. Navedenu oblast reguliše Zakon o boravišnoj taksi ("Sl. list RCG", br. 11 od 20/02/2004, 13/04, 48/15). Boravišna taksa je novčani iznos koji plaća lice koje izvan svog prebivališta koristi usluge smještaja u smještajnom objektu u kojem se obavlja turistička ili ugostiteljska

djelatnost. Naplatu boravišne takse vrši pravno lice, preduzetnik i fizičko lice odnosno davalac smještaja. Davalac smještaja naplaćuje boravišnu taksu istovremeno sa naplatom usluge smještaja. Ako davalac smještaja ne naplati boravišnu taksu, dužan je da na svoj teret uplati iznos nenaplaćene boravišne takse. Boravišna taksa se utvrđuje u rasponu od 0,10 eura do 1,00 eura. Visinu boravišne takse određuje opština propisom.

Obaveza vođenja Jedinstvene evidencije turističkog prometa

Jedinstvena evidencija turističkog prometa je evidencija koju vode davaoci usluga smještaja o broju turista i njihovoj strukturi i broju ostvarenih noćenja u objektima registrovanim za pružanje usluga smještaja. Ovu oblast reguliše Uredba o obliku, sadržaju, načinu vođenja i upotrebi jedinstvene evidencije turističkog prometa (Sl. list CG", br. 08/12 od 02.02.2012).

Obaveza vođenja knjige gostiju

Knjiga gostiju u ugostiteljskim objektima za smještaj (npr. seoskom domaćinstvu) vodi se odvojeno za domaće i strane goste. Knjiga gostiju vodi se u elektronskom obliku i nakon isteka kalendarske godine treba da se odštampa i/ili sačuva na odgovarajućem mediju ili u obliku uvezane knjige, čije su stranice numerisane. Na korici knjige gostiju treba da stoji naziv "Knjiga domaćih gostiju", odnosno "Knjiga stranih gostiju", kao i vrsta i naziv ugostiteljskog objekta za smještaj.

Poreske obaveze - Prihodi koje ostvari fizičko lice koje pruža usluge u seoskom domaćinstvu, shodno Zakonu o porezu na dohodak fizičkih lica, tretiraju se kao prihodi od imovine i podliježu samo plaćanju poreza na dohodak, a ne i plaćanju doprinosa za obavezno socijalno osiguranje.

Više informacija na <https://upravaprihoda.gov.me/rubrike/aktuelnosti/232806/Sve-o-ELEKTRONSKOJ-FISKALIZACIJI-na-jednom-mjestu.html>

DOBRO JE ZNATI DA...

- Obveznici PDV koji promet naplaćuju u gotovini u obavezi su da isti evidentiraju preko poreske registar kase.
- Poreznici koji nisu obveznici PDV, a promet naplaćuju u gotovini, obavezni su taj promet iskazivati putem posebnih ra-čuna (pr. paragon blokova), prethodno ovjerenih od strane područnog poreskog organa.
- Privredna društva, preduzetnici i fizička lica, koja obavljaju turističku odnosno ugostiteljsku djelatnost, dužni su da vode knjigu prigovora, prethodno ovjerenu od strane nadležnog organa lokalne uprave.
- Lica koja pružaju usluge smještaja dužna su da vode knjigu gostiju, odvojeno za domaće i strane goste.

Više informacija na: <https://www.gov.me/mek/turizam>

KOJE SU PREDNOSTI REGISTRACIJE?

Direktne prednosti vlasnika seoskog domaćinstva od registracije turističke djelatnosti su:

- Mogućnost apliciranja za sredstva i programe podrške Ministarstva ekonomskog razvoja;
- Mogućnost apliciranja za sredstva i programe podrške turističke djelatnosti kod Ministarstva poljoprivrede šumarstva i vodoprivrede;
- Mogućnost apliciranja za kreditna sredstva kod poslovnih banaka;
- Mogućnost promovisanja svoje ponude u propagandnim materijalima Nacionalne turističke organizacije i lokalnih turističkih organizacija;
- Mogućnosti korišćenja tehničke i stručne pomoći i podrške resornih organa i organizacija, udruženja (pr. opštine, Privredne komore, turističke agencije, NVO, itd.);

Ostale indirektne prednosti od registracije odnose se na mogućnost održivog i legalnog razvoja sopstvenog biznisa. Takođe, legalni subjekti mogu se udruživati i kroz svoje organizacije uticati na unapređenje zakonodavnog okvira, poreske politike i drugih mjera koje utiču na poslovni ambijent.

Ostale prednosti se ogledaju u aktivnom suzbijanju nelojalne konkurencije i subjekata sklonih prevarnim radnjama (pr. obmanjivanje turista), kao i neutralisanju ostalih negativnih i / ili nedozvoljenih oblika poslovanja i ponašanja na turističkom tržištu.





U cilju efikasnijeg i efektivnijeg otpočinjanja turističke djelatnosti na seoskom domaćinstvu, sljedeći savjeti i ideje mogu biti korisni:

- 1 Biznis otpočeti sa onim resursima kojima se raspolaže (pr. ljudskim, finansijskim, prostornim i dr.).** U većini slučajeva će nedostajati niz elemenata za cjelovitu ponudu, ali ukoliko postoji interesovanje gostiju ili turističkih agencija, ovi nedostaci ne smiju spriječiti početak biznisa. Naime, vrlo je važno stvoriti makar i minimalni prihod, da bi se kasnije mogla dalje izgrađivati bolja i kvalitetnija ponuda. Pretjerano odugovlačenje i čekanje nisu preporučljivi;
- 2 Zadovoljan gost je najbolja promocija.** Osim što se vraća, dovodi nove goste i dalje širi vijest o ponudi. Zadovoljan gost podrazumjeva da su njegove / njene potrebe i želje u fokusu svih aktivnosti seoskog domaćinstva. Drugim riječima, ponudu kreirati poštujući principe marketing filozofije. Koristan alat u ovom procesu je tzv. marketing miks, koga čine četiri osnovna elementa: proizvod, cijena, promocija i marketing kanali;³
- 3 Pronaći način da se postojećoj ponudi stalno dodaje nova vrijednost.** Svaki nosilac ponude mora težiti unošenju novih detalja i elemenata u postojeću ponudu, povećavajući tako vrijednost svog proizvoda kod gosta; To mogu biti sitnice (pr. dodatno piće ili kolač / voće; poklon / suvenir gratis, itd.), ali i krupni dodatni sadržaji (pr. dodatno noćenje gratis; predlog ili preporuka izleta / aktivnosti u okolini; novi sadržaji za djecu gratis; časovi zanata za odrasle, itd.);
- 4 Razvijati saradnju i kreirati dobru poslovnu / životnu atmosferu.** Trudite se da pokrećete dobre akcije, širite pozitivne vijesti i nudite pomoć i saradnju. Izbjegavajte konflikte. Žalbe, optužbe i negativni odnosi će samo još više unazaditi ionako teške uslove poslovanja u ruralnim područjima;

³ Ovu važnu temu nije moguće detaljno obilježiti u priručniku zbog ograničenog prostora. Zato je vrlo važno za svakog ko otpočinje biznis, da ovu tematiku posebno istraži i postupi u skladu sa principima marketing filozofije u budućem poslovanju.

- 5 Razvijati i nuditi iskustvo tj. doživljaj.** Umjesto pojedinačnih usluga ili proizvoda (pr. smještaj), potrebno je kreirati cjelovitu ponudu koja će za gosta predstavljati poseban doživljaj. Jedino se kroz razvoj tzv. doživljajne komponente seosko domaćinstvo može razlikovati od konkurencije i postati prepoznatljivo i uspješno. U uslovima kada svi nude istu uslugu teško je ostvariti finansijski održiv turistički biznis;
- 6 Specijalizacija ponude.** Savremeni trend u ruralnom turizmu prepoznaje specijalizaciju kao uspješno sredstvo diferenciranja i opstanka na tržištu. Međutim, bilo da je riječ o specijalizaciji u oblasti organske proizvodnje, edukacije, porodičnih odmora ili umjetnosti, treba imati na umu da orijentacija na samo jedan segment gostiju može domaćinstvo učiniti vrlo osjetljivim na tržišne promjene i imati negativne posljedice na poslovanje;
- 7 Odrediti cijenu u skladu sa vrijednošću ponude (tzv. princip Value for Money).** Naplatite višu cijenu ukoliko je to moguće, ali za uzvrat uvijek nudite viši kvalitet i obim usluge. Visoka cijena sa prosječnom ponudom može imati vrlo negativne poslovne posljedice, posebno kroz negativan publicitet, pad prometa, loš imidž, itd.;
- 8 Saradnja sa medijima i drugim licima (pr. blogeri, vlogeri) je vid besplatne i vrlo efikasne promocije.** Pojavljivanje u novinskim člancima ili blogovima vlogovima na društvenim mrežama može biti vrlo korisno za domaćinstvo, posebno ako su sredstva za promociju vrlo ograničena ili ih nema;
- 9 Ponuditi proizvode iz sopstvene proizvodnje turistima (pr. sir, vino, med).** Gosti ih rado kupuju, dok sa druge strane, prihod od prodaje proizvoda "na kućnom pragu" je vrlo važan u ruralnim uslovima, posebno kada su u pitanju nove investicije i dalji razvoj biznisa;
- 10 Obezbijedite dovoljno mjesta za sjedenje, parking mjesta i toaleta.** Osim toga, potrebno je stalno uređivati gazdinstvo i okolinu tako što će se saditi više cvijeća, popravljati ograde, bojati / farbati / krečiti neugledne površine, kositi korov, itd.

KORISNA LITERATURA

1. Zakon o turizmu i ugostiteljstvu, ("Službeni list Crne Gore", br. 002/18 od 10.01.2018, 004/18 od 26.01.2018, 013/18 od 28.02.2018, 025/19 od 30.04.2019, 067/19 od 11.12.2019, 076/20 od 28.07.2020).
2. Moric, I., (2018), Ruralni turizam u Crnoj Gori: Marketing aspekt razvoja, Tehnopolis, Nikšić.
3. Pravilnik o minimalno-tehničkim uslovima, uslovima za kategoriju i način kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge u seoskom domaćinstvu.
4. www.farmholidays.com
5. www.gites-de-france.com





VAŽNI BROJEVI

CALL CENTAR (TURISTIČKI SERVIS - INFORMACIJE,
POHVALE I ŽALBE)
Tel: 0 8000 1300
callcenter@montenegro.travel

NACIONALNA TURISTIČKA ORGANIZACIJA CRNE GORE
Tel: +382 (0)77 100 001
info@montenegro.travel
www.montenegro.travel

MINISTARSTVO EKONOMSKOG RAZVOJA
Tel: +382 (0)20 482 301
<https://www.gov.me/mek>

MINISTARSTVO POLJOPRIVREDE ŠUMARSTVA I VODOPRIVREDE
Tel: +382 (0)20 482-199
<https://www.gov.me/mpsv>

NACIONALNI PARKOVI CRNE GORE
Tel: +382 (0)20 601 015
npcg@nparkovi.me
www.nparkovi.me

UPRAVA ZA INSPEKCIJSKE POSLOVE
020 234 421
upravazainspekcijskeposlove@uip.gov.me

REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA
ZA BJELASICU, KOMOVE I PROKLETIJE
tel: +382 (0)51 237-004
www.bjelasica-komovi.me

UDRUŽENA SEOSKA DOMAĆINSTVA CRNE GORE
info@ruralholiday.me, www.ruralholiday.me

AERODROMI CRNE GORE - www.montenegroairports.com
Aerodrom Podgorica (TGD): +382 (0)20 444 244
Aerodrom Tivat 032670930

AUTOBUSKE STANICE – www.busticket4.me

ŽELJEZNIČKE STANICE – www.zcg-prevoz.me
Podgorica: +382 (0)20 441 211
Bar: +382 (0)30 301 615
Bijelo Polje: +382 (0)50 478 560
Nikšić: +382 (0)40 211 912

MONTENEGRO



National Tourism Organization of Montenegro
NME @2009 Podgorica, Matka Mijanova 17
Tel: +382 (0)77 130 001, info@montenegro.travel
www.montenegro.travel



STATISTICAL DATA	
Area: km ²	13,812
Area: City / Area: km ²	387/130
Area: Water / Area: km ²	387/130
Area: Sea	16,139
Area: National Park	40,139
Area: Built Area	138,139
Area: Water	138,139
Population: 620,000 (2007)	

RAJ BONDICA CATEGORIES	
Postal Code	
Postal Service	
Postal Office	
Postal Box	
Postal Code	
Postal Service	



