



Crna Gora  
Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma

**Završni izvještaj**  
**o realizaciji *Programa razvoja ruralnog turizma***  
***Crne Gore za 2019-2021. godine i Prelaznog Akcionog***  
***plana za 2022. godinu***

*Podgorica, februar 2023. godine*

## Sadržaj:

---

|   |    |
|---|----|
| I - UVODNI REZIME .....   | 3  |
| II – INFORMACIJA O NAPRETKU U POSTIZANJU OPERATIVNIH CILJEVA.....   | 7  |
| III - TABELA ZA IZVJEŠTAVANJE PO AKTIVNOSTIMA .....   | 15 |
| IV – NALAZI EVALUACIJE.....   | 19 |
| V - OSVRT NA PLANIRANA I TROŠENA FINANSIJSKA SREDSTVA ZA CJELOKUPAN PERIOD SPROVOĐENJA<br>STRATEŠKOG DOKUMENTA..... | 21 |
| PREPORUKE ZA EFIKASNIJU REALIZACIJU DEFINISANIH CILJEVA.....  | 21 |

## I - UVODNI REZIME

---

Razvoj turističkog proizvoda u Crnoj Gori zasniva se na principima i ciljevima održivog razvoja kako bi se obezbijedila kvalitetna i raznovrsna turistička ponuda i u krajnjem, poboljšala konkurentnost turističke destinacije. U tom smislu, posebna pažnja posvećuje se diverzifikaciji turističke ponude u okviru koje razvoj ruralnog turizma ima važnu ulogu. Značaj razvoja ruralnog turističkog proizvoda ogleda se i u činjenici da doprinosi smanjenju nezaposlenosti i oživljavanju sela, s jedne strane, dok s druge strane stvara uslove za zadovoljavanje potreba sve većeg broja turista koji pronalaze mir i zadovoljstvo u prirodi, zdravom načinu života, tradicionalnoj kuhinji, gostoprimstvu seoskih domaćina/ca, kao i očuvanim običajima i tradiciji.

Prepoznajući potencijale ruralnih područja Crne Gore u pogledu razvoja autentičnih turističkih proizvoda i mogućnosti za razvoj ruralnog turizma, ali i potrebe da se oblast ruralnog turizma sistemski definiše na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou, Vlada je na sjednici od 27.12.2018. god. donijela **Program razvoja ruralnog turizma sa Akcionim planom za period 2019-2021. godine** (PRRT 2021). PRRT 2021 polazi od opredjeljenja da ruralni prostor ne treba posmatrati u užem smislu, tj. samo kao resurs za razvoj turizma, već i kao potencijal za razvoj lokalnih zajednica na ruralnim područjima Crne Gore kroz aktivnu participaciju različitih subjekata u oblasti ruralnog turizma i razvoj preduzetništva u ovoj oblasti uz jasno definisan sistem razvoja i podsticaja na svim nivoima. Stoga je strateški cilj razvoja ruralnog turizma usmjeren ka **razvoju diverzifikovane i autentične ruralne turističke ponude Crne Gore** koja će stvoriti osnov za poboljšanje životnog standarda stanovništva u ruralnom području i zaustavljanje depopulacije ruralnih područja.

Strateški okvir za izradu predmetnog dokumenta predstavljala su ključna nacionalna dokumenta:

1. Nacionalna Strategija održivog razvoja do 2030. godine (NSOR);
2. Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2015-2020 (SRPR);
3. Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine (SRT);
4. Strategija razvoja turizma Crne Gore 2022-2025. godine s Akcionim planom;
5. Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020 godine (SRR).

Ciljevi Programa razvoja ruralnog turizma za period 2019-2021. god. definisani su kroz tri operativna cilja, koji se odnose na: **Unaprjeđenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude kako bi se uspostavio integrisan lanac vrijednosti u ruralnom turizmu na teritoriji Crne Gore; Podizanje nivoa svijesti i informisanosti turista o ponudi ruralnog turizma Crne Gore i Osposobljavanje i aktiviranje ruralnih zajednica, preduzetnika i preduzeća da unaprijede vrijednost ruralnih proizvoda kroz aktivno učešće u upravljanju održivim razvojem svojih destinacija.**

Implementacija Programa razvoja ruralnog turizma sa Akcionim planom za period 2019-2021. godine odvijala se kroz prioritete i mjere koji su se implementirali u okviru godišnjih akcionih planova, a za koje su pripremani izvještaji, i to:

- Izvještaj o realizaciji "Programa razvoja ruralnog turizma Crne Gore sa Akcionim planom do 2021.godine", za 2019. godinu;
- Izvještaj o realizaciji Akcionog plana 2020-2021. za realizaciju Programa razvoja ruralnog turizma Crne Gore za 2019-2021. godinu;

Realizacija aktivnosti u okviru Akcionog plana Programa razvoja ruralnog turizma Crne Gore za period 2019 - 2021. godine, gotovo je u potpunosti zaustavljena početkom 2020. godine, usled pojave pandemije COVID 19. Nakon sanacije, 2020. godine, tokom koje je uz mjere podrške od strane Vlade bio postavljen osnovni cilj – opstanak poslovanja i očuvanja radnih mjesta, nastupila je 2021., kao godina oporavka i reaktiviranja poslovanja. Imajući u vidu činjenicu da se tokom 2021. godine poslovanje u sektoru turizma nije odvijalo planiranim tempom zbog nedostatka finansijskih sredstava i poštovanja epidemioloških mjera propisanih od strane nadležnih institucija, rezultati su bili djelimično zadovoljavajući. Shodno navedenom, **definisani su Prelazni Akcioni plan za 2022. godinu, koji je sačinjen dijelom od aktivnosti iz prethodnog perioda i dijelom od novih aktivnosti.**

### Kratak prikaz izvještaja o realizaciji Prelaznog Akcionog plana za 2022. godinu za realizaciju Programa razvoja ruralnog turizma:

Ukupan broj aktivnosti iz Prelaznog Akcionog plana za 2022. godinu koji su razvrstani u tri operativna cilja iznosi 5, od čega je realizovano 3 ili 40%, nerealizovano 1 aktivnost ili 20%, dok je djelimično realizovano 1 aktivnosti odnosno 40% (Prikaz 1).



Prikaz 1. Pregled statusa realizacije (u %) svih aktivnosti za 2022. godinu

Ukupno planirana sredstva za realizaciju aktivnosti iz Prelaznog Akcionog plana za 2022. godinu, iznosila su 64.200,00€, od čega je utrošeno 35.000,00€, pri čemu je posebno važna aktivnost koja se odnosila na pružanje podsticaja ženama, i to kroz kampanju nagrađivanja za doprinos razvoja ruralnog turizma, u kojoj se poseban dio odnosio na nagrađivanje žena – seoskih domaćica (ukupno 3.000€).

#### **Slijedi pregled ostvarenih aktivnosti po pojedinačnim operativnim ciljevima:**

**Operativni cilj 1** - Podizanje nivoa svijesti i informisanosti turista o ponudi u okviru ruralnog turizma Crne Gore.

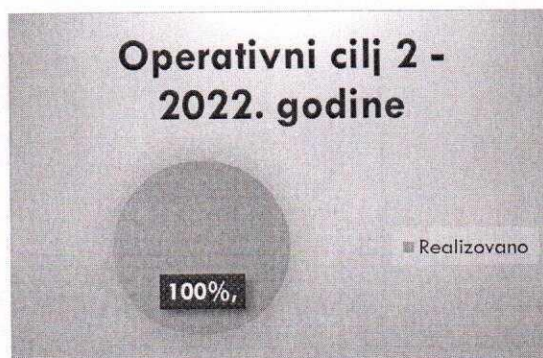
Od 3 aktivnosti planiranih ovim operativnim ciljem realizovane su 2 aktivnosti ili 66,6%, nerealizovana je 1 aktivnost, odnosno 33,3 %. Prva aktivnost "Montenegro rural", realizovana je kroz nagradni konkurs „Ruralno, održivo, domaćinski“, dodijeljene su nagrade najboljim u seoskom turizmu u kategorijama: Najbolje seosko domaćinstvo, Najbolja seoska domaćica i Najbolji mladi seoski domaćin-najbolja mlada seoska domaćica. Cilj nagradnog konkursa je da se nagrade domaćinstva koja su dokazala da su najbolja u smislu ostvarenog turističkog prometa i kvalitet pružanja usluga, prvenstveno degustiranja hrane, pića i napitaka pripremljenih na tradicionalan - domaćinski način. Druga aktivnost se odnosi na izradu brošure "Seoska domaćinstva u Crnoj Gori" kojom će se postići da domaćinstva budu "vidljivija" kao i objedinjenost turističke ponude u ruralnim područjima na jednom

mjestu. Treća aktivnost se odnosila na digitalizaciju, odnosno lansiranje mobilne aplikacije za seoska domaćinstva, međutim, razlog zbog kojeg nije realizovana treća aktivnost je objektivne prirode, naime, za 2022. godinu umanjen je budžet Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i nije bilo moguće obezbijediti sredstva za realizaciju ove aktivnosti. Međutim, cijeneći predmetnu aktivnost kako izuzetno važnom, posebno sa aspekta primjene digitalizacije, odnosno, implementacije tehničko – tehnoloških rješenja, ista će biti projektna aktivnost i u novom Programu razvoja ruralnog turizma 2023-2025.godine.



Prikaz 2. Pregled statusa realizacije (u %) aktivnosti za Operativni cilj 1 - za 2022. godinu

**Operativni cilj 2** - Osposobljavanje i aktiviranje ruralnih zajednica, preduzetnika i preduzeća da unaprijede vrijednost ruralnih proizvoda kroz aktivno učešće u upravljanju održivim razvojem svojih destinacija. Ovu aktivnost su realizovale Regionalna razvojna agencija za Bjelasicu, Komove i Prokletije (RRA) i Stalna radna grupa za regionalni ruralni razvoj u jugoistočnoj Evropi (SWG) uvezivanjem seoskih domaćinstava kroz projekat "Katunski putevi" kao i organizovanjem jednog broja obuka za seoska domaćinstva.



Prikaz 3. Pregled statusa realizacije (u %) aktivnosti za Operativni cilj 2 - za 2022. godinu

**Operativni cilj 3** - Unapređenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude. Ovim operativnim ciljem bila je planirana jedna aktivnost i ista je realizovana djelimično. Prikupljene su informacije i pripremljen nacrt ček liste. Navedena ček lista će biti sastavni dio Pravilnika o minimalno-tehničkim uslovima, uslovima za kategoriju i načinu kategorizacije objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu, koji će se usvojiti tek nakon usvajanja Zakona o turizmu i ugostiteljstvu (I kvartal 2023. godine).



Prikaz 4. Pregled statusa realizacije (u %) aktivnosti za Operativni cilj 3 - za 2022. godinu

Rezimirajući nivo realizacije planiranih aktivnosti, zaključuje se da je Operativni cilj 1 realizovan 66,6%, Operativni cilj 2 je 100%, dok je Operativni cilj 3 ispunjen sa svega 50%.

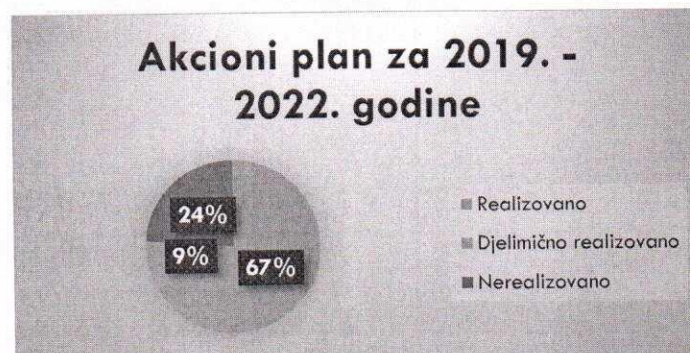
Generalno posmatrano, sve aktivnosti u okviru tri operativna cilja realizovane su u nivou od 72,2% u odnosu na plan.



Prikaz 5. Nivo ispunjenosti planiranih aktivnosti po operativnim ciljevima za 2022. godinu

\*\*\*

Dakle u periodu od 2019 – 2022. godine, Programom razvoja ruralnog turizma ukupno je bilo definisano 115 aktivnosti, od čega je realizovano 77 ili 67%, nerealizovano 28 aktivnosti ili 24%, dok je djelimično realizovano 10 aktivnosti odnosno 9% (Prikaz 6).



Prikaz 6. Pregled statusa realizacije (u %) svih aktivnosti za 2019. - 2022. godinu

Realizovane aktivnosti u periodu 2019-2022. godine ostvarene su uz podršku razvoju ruralnog turizma od strane ministarstva, u smislu davanja dodatnog impulsa za njegov razvoj uz prevazilaženje okolnosti izazvanih COVIDom 19. Podrška je data kroz obezbjeđivanje finansijskih sredstava od strane ministarstava nadležnih za poslove turizma i poljoprivrede, koja su bila usmjerena ne samo na otvaranju novih seoskih domaćinstava, već i ka unapređenju kvaliteta ponude / proizvoda u postojećim domaćinstvima. Pri tome poseban akcenat dat je diverzifikaciji i specijalizaciji ponude koja je jedna od bitnih komponenti neophodna za dalji razvoj ovog oblika turizma. Ovo tim prije, jer se na taj način stvaraju uslovi da se razvija kvalitetan proizvod i za periode prije i poslije glavne turističke sezone. U tom smislu poštovanjem principa održivosti prilikom korišćenja prirodnih resursa, na kojima se bazira ponuda u ruralnom turizmu, stvaraju se preduslovi da se minimiziraju negativni uticaji na životnu sredinu, a sa druge strane da se maksimalno iskoriste za njihovu turističku valorizaciju, koja je u funkciji njenog unapređenja.

U cilju jačanja održivosti ruralnog preduzetništva intenzivno se radilo i na razvoju sistema mentorstva za rad sa pružaocima usluga u seoskim domaćinstvima, pri čemu je veliki broj korisnika tog Sistema odnosio na žene i mlade, kao. Pri tome kad je riječ o ženama govorimo o pružaocima usluga ženskog pola, koji preovladavaju u odnosu na muškarce, kao i na mlade (žene i muškarce) koji predstavljaju bazu za razvoja preduzetnica /ka ljudskih resursa neophodnih za kvalitetan budući razvoja.

U tom smislu, resorno Ministarstvo je u kontinuitetu pružalo punu podršku na terenu svim zainteresovanim subjektima koji se bave ovim vidom turističke ponude. Predstavnici Ministarstva su obišli znatan broj seoskih domaćinstava kako bi im pružili podršku i podstakli dalji razvoj njihove djelatnosti. Kako je ova aktivnost na razvoju ruralnog turizma kontinuirana, u planu je da se podrška seoskim domaćinstvima nastavi i u narednom periodu u cilju jačanja turističke ponude u ruralnim područjima, odnosno, u cilju jačanja socio-ekonomske i druge dobrobiti i žena kao jednog od najvažnijih stubova razvoja ruralnog turizma.

## II – INFORMACIJA O NAPRETKU U POSTIZANJU OPERATIVNIH CILJEVA

Usvojeni Program razvoja ruralnog turizma sa Akcionim planom za period 2019-2021. godine (PRRT 2021) polazi od opredjeljenja da ruralni prostor i atrakcije ne treba posmatrati u užem smislu samo kao resurs za razvoj turizma, već i kao potencijal za razvoj lokalnih zajednica i ruralnih područja Crne Gore kroz aktivnu participaciju različitih subjekata u oblasti ruralnog turizma i razvoj preduzetništva u ovoj oblasti uz jasno definisan sistem razvoja i podsticaja na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou. Stoga je strateški cilj razvoja ruralnog turizma usmjeren na razvoj diverzifikovane i autentične ruralne turističke ponude Crne Gore koja će stvoriti osnov za povećanje životnog standarda stanovništva iz ruralnih sredina i zaustavljanje depopulacije iz ovih područja.

Ciljevi razvoja ruralnog turizma definisani su kroz set operativnih ciljeva, prioriteta i mjera koje iz njih proizilaze.

**Kako je navedeno i u Uvodnom rezimeu, u periodu implementacije Akcionog plana za 2019-2021. godine, indikatori učinka za pojedine operativne ciljeve su realizovani tokom 2019. godine, dok za određeni broj nije dostignuta planirana vrijednost, naročito u 2020. godini, koju je obilježila**

pandemija COVID 19. Osnovni razlog za navedenu konstataciju ogleda se u činjenici da se poslovanje ukupne privrede, pa time i turističke, tokom posmatranog perioda odvijala pod otežanim i nikad ranije zabilježenim okolnostima, a što je uslovalo negativne efekte izazova odnosno rizika koji u manjoj ili većoj mjeri, postoje i u redovnim uslovima odvijanja poslovanja.

Pregled ključnih operativnih ciljeva Akcionog plana za period 2019-2021. godine sa potencijalnim izazovima / rizicima, kao i sa aktivnostima koje su u funkciji njihovog ublažavanja, dati su u tabelarnom pregledu koji slijedi:

| <b>Operativni cilj 1</b>   |                                 |                                |  |   |   |
|--|---------------------------------|--------------------------------|--|---|---|
| <b>Unaprjeđenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude kako bi se uspostavio integrisan lanac vrijednosti u ruralnom turizmu na teritoriji Crne Gore</b>          |                                 |                                |  |   |   |
| <b>Indikatori učinka</b>   | <b>Polazna vrijednost 2019.</b> | <b>Ciljna vrijednost 2021.</b> | <b>Ostvarena vrijednost</b>  | <b>Izazov/ rizik</b>                                      | <b>Aktivnost na ublažavanju negativnih efekata izazova/rizika</b>   |
| 1. Odobrena sredstva za očuvanje autentične arhitekture i ambijenta u minimum tri sela do 2020. godine   | 0                               | 3                              | 0  | - Uticaj pandemije COVID-19 na poslovanje pružaoca usluga | -Unaprjeđenje zdravstvenog i sigurnog ambijenta u turističkom poslovanju - uvođenje, razvijanje i primjena novih zdravstvenih i sanitarno-higijenskih standarda/uslova/ mjera u pružanju turističkih usluga |
| 2. Odobrena sredstva za adaptaciju i restauraciju seoskih objekata namijenjenih pružanju turističkih usluga uz očuvanje tradicionalnog stila za minimum šest korisnika do 2020. godine | 0                               | 6                              | 6<br>(na linku <a href="https://www.gov.me/clanak/javni-poziv-za-podrsku-ruralnom-turizmu-za-2021-2022-godinu-unapredenje-kvaliteta-usluga-i-ponude-u-ruralnom-turizmu">:https://www.gov.me/clanak/javni-poziv-za-podrsku-ruralnom-turizmu-za-2021-2022-godinu-unapredenje-kvaliteta-usluga-i-ponude-u-ruralnom-turizmu</a> , nalazi se tekst javnog poziva kojim su podržana 3 korisnika) | - nedovoljna finansijska sredstva                         | -iznalaženje mogućnosti za korišćenje EU i drugih fondova   |



|   |   |   |  |  |  |
|---|---|---|--|--|--|
| 3. Organizovane minimum dvije posjete (ture) turističkih agencija nosiocima ponude u ruralnom turizmu do 2020. godine (jedna tura godišnje) u cilju savjeta za unaprijeđenje ponude | 0 | 6 | 2(na linku <a href="https://montenegro.travel/vijesti/1998">https://montenegro.travel/vijesti/1998</a> nalazi se tekst javnog poziva kojim su podržane dvije agencije) |  |  |
|---|---|---|--|--|--|

**U okviru Operativnog cilja 1 - Unapređenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude** kako bi se uspostavio integrisan lanac vrijednosti u ruralnom turizmu na teritoriji Crne Gore, aktivnosti su djelimično realizovane zbog uticaja pandemije COVID-19 na poslovanje pružaoca usluga, kao i zbog nedovoljno raspoloživih finansijska sredstava. U okviru ovog cilja, realizovano je šest projektnih aktivnosti koje su se odnosile na adaptaciju i restauraciju seoskih objekata u pravcu očuvanja tradicionalnog stila života u Crnoj Gori u pravcu njegovog valorizovanja i promovisanja u turističke svrhe. Takođe, u okviru istog cilja organizovane su dvije posjete turističkih agencija nosiocima ponude, odnosno pružiocima usluga u cilju savjetovanja i davanja preporuka za unapređenje i podizanja nivoa kvaliteta ponude, tj. proizvoda. Na taj način stvaraju se preduslovi za bolju povezanost aktera u formiranju i promovisanju turističkog proizvoda, što u krajnjem doprinosi i podizanje nivoa konkurentnosti turizma Crne Gore.

| <b>Operativni cilj 2</b>  |                          |                         |   |                             |   |
|---|--------------------------|-------------------------|---|-----------------------------|---|
| <b>Podizanje nivoa svijesti i informisanosti turista o ponudi u oblasti ruralnog turizma Crne Gore u cilju pozicioniranja ruralnog turizma na tržištu, odnosno prepoznavanja novog brenda i pozicioniranja Crne Gore kao nove ruralne destinacije</b> |                          |                         |   |                             |   |
| Indikatori učinka   | Polazna vrijednost 2019. | Ciljna vrijednost 2021. | Ostvarena vrijednost  | Izazov /rizik               | Aktivnost na ublažavanju negativnih efekata izazova/rizika  |
| 1. Formiran i lansiran "Program ambasadora"   | 0                        | 1                       | 0   | Raspoloživi ljudski resursi | Razvoj novih standarda obrazovanja, kompetencija i vještina, cjeloživotno učenje kroz primjenu inovacija i digitalizacije |
| 2. Razvijen integrisani sistem digitalnog marketinga i prodaje – mobilna aplikacija (za Android i   | 0                        | 3                       | 1 integrisani sistem – mobilna aplikacija<br>1 portal ruralnog turizma ( <a href="https://www.ruralholiday.me/st1/seosko-domacinstvo/">https://www.ruralholiday.me/st1/seosko-domacinstvo/</a> nalazi se portal ruralnog turizma kojim je obuhvaćen znatan broj seoskih domaćinstava) |                             |   |

|   |  |  |   |  |  |
|---|--|--|---|--|--|
| iOS) i portal ruralnog turizma sa modulom centralnog bukinga do kraja 2020. godine i otvorena tri digitalizovana centra za posjetioce do 2021. godine |  |  | 0 digitalizovanih centara za posjetioce |  |  |
|---|--|--|---|--|--|

**Operativni cilj 2 -** Podizanje nivoa svijesti i informisanosti turista o ponudi u oblasti ruralnog turizma Crne Gore u cilju pozicioniranja ruralnog turizma na tržištu, odnosno prepoznavanja novog brenda i pozicioniranja Crne Gore kao nove ruralne destinacije aktivnosti su djelimično realizovane kroz Javne pozive. U okviru ovog cilja razvijen je integrisani sistem digitalnog marketinga kroz portal ruralnog turizma sa modulom centralnog bukinga, kojim je obuhvaćen znatan broj seoskih domaćinstava. Ovakvim i sličnim aktivnostima, koje se odnose na primjenu tehnoloških dostignuća, na direktan način se doprinosi boljoj "vidljivosti" turističke ponude Crne Gore s jedne strane i direktnoj povezanosti potencijalnih turista sa svih meridijana sa pružiocima usluga u našoj državi, sa druge strane. Ovim putem otvara se i mogućnost da se, shodno zahtjevima i potrebama turista, ponuda mijenja, odnosno prilagođava istim, čime se postiže veći nivo zadovoljstva turista koji time od potencijalnih "prerastaju" u lojalne turiste. U narednom periodu (2023.-2025.) razmotriće se mogućnost, kako finansijskih sredstava, tako i ljudskih resursa, za postizanje optimalnog rješenja po pitanju otvaranja digitalizovanog/ih centra/ara za posjetioce.

| <b>Operativni cilj 3</b>   |                          |                         |                      |  |  |
|--|--------------------------|-------------------------|----------------------|--|--|
| <b>Osposobljavanje i aktiviranje ruralnih zajednica, preduzetnika i preduzeća da unaprijede vrijednost ruralnih proizvoda kroz aktivno učešće u upravljanju održivim razvojem svojih destinacija što podrazumijeva specifična znanja i sinergiju u pogledu kreiranja turističkog proizvoda</b> |                          |                         |                      |  |  |
| Indikatori učinka  | Polazna vrijednost 2019. | Ciljna vrijednost 2021. | Ostvarena vrijednost | Izazov/rizik   | Aktivnost na ublažavanju negativnih efekata izazova/rizika   |
| 1. Formiran sistem prikupljanja upravljačkih informacija do 2020. godine   | 0                        | 1                       | 0                    | Koordinacija/efikasnost rada na implementaciji projektnih aktivnosti | Podizanje nivoa svijesti o potrebi zajedničkog djelovanja uz unapređenje poslovanja shodno savremenim trendovima – integrisanih turističkih ponuda / proizvoda |
| 2. Organizovano šest obuka za pružaoce usluga u ruralnom turizmu (dvije po regionu) do 2020. godine  | 0                        | 6                       | 0                    |  |  |
| 3. Obučeno prvih devet mentora (tri mentora – trenera i šest lokalnih mentora)   | 0                        | 9                       | 0                    |  |  |

**Aktivnosti u okviru Operativnog cilja 3** - Osposobljavanje i aktiviranje ruralnih zajednica, preduzetnika i preduzeća da unaprijede vrijednost ruralnih proizvoda kroz aktivno učešće u upravljanju održivim razvojem svojih destinacija, što podrazumijeva specifična znanja i sinergiju u pogledu kreiranja turističkog proizvoda, nisu realizovane zbog uticaja pandemije COVID-19. Naime, shodno planu da bi se ove aktivnosti realizovale, bilo je potrebno prevashodno organizovanje direktnih sastanaka sa pružaocima usluga kao i sa predstavnicima ostalih institucija koje direktno ili indirektno doprinose razvoju turističkog proizvoda.

**Pregled ključnih operativnih ciljeva Akcionog plana za 2022. godinu sa indikatorima, sa polaznim, ciljnim i ostvarenim vrijednostima, kao i uzrocima i razlozima nedostizanja ciljeva:**

| Operativni cilj 1: Podizanje nivoa svijesti i informisanosti turista o ponudi u okviru ruralnog turizma Crne Gore                 |                          |                         |  |  |
|---|--------------------------|-------------------------|--|--|
| Indikatori učinka   | Polazna vrijednost 2022. | Ciljna vrijednost 2022. | Ostvarena vrijednost   | Uzroci/razlozi za nedostizanje ciljeva |
| 1. Sprovedena 1 kampanja  | 0                        | 1                       | 1<br><a href="https://www.gov.me/clanak/ruralno-odrzivo-domacinski-nagradni-konkurs-za-seoska-domacinstva">https://www.gov.me/clanak/ruralno-odrzivo-domacinski-nagradni-konkurs-za-seoska-domacinstva</a> | /                                      |
| 2. Urađena brošura za registrovana seoska domaćinstva   | 0                        | 1                       | 1<br><a href="https://www.gov.me/dokumenta/210bdc2b-69f7-4e4a-b211-be9b75720270">https://www.gov.me/dokumenta/210bdc2b-69f7-4e4a-b211-be9b75720270</a>   | /                                      |
| 3. Priprema projektnog zadatka za korisnički interfejs, raspisivanje tendera i izbor IT ponuđača i lansiranje mobilne aplikacije. | 0                        | 1                       | 0  | Nedostatak finansijskih sredstava      |

**U okviru Operativnog cilja 1 - Podizanje nivoa svijesti i informisanosti turista o ponudi u okviru ruralnog turizma Crne Gore**, od 3 aktivnosti planiranih ovim operativnim ciljem realizovane su 2 aktivnosti ili 66,6%, nerealizovana je 1 aktivnost, odnosno 33,3 %. Aktivnost se odnosila na kampanju "Montenegro rural", odnosno "Ruralno, održivo, domaćinski". Kroz kampanju realizovan nagradni konkurs u tri kategorije, i to: „Najbolje seosko domaćinstvo“, „Najbolja seoska domaćica“ i "Najbolji

mladi seoski domaćin“/ „Najbolja mlada seoska domaćica“. Druga aktivnost se odnosila na brošuru za registrovana seoska domaćinstva, razlog zbog kojeg nije realizovana treća aktivnost iz Operativnog cilja 1 je objektivne prirode, naime, za 2022. godinu umanjen je budžet Nacionalne turističke organizacije Crne Gore.

| <b>Operativni cilj 2: Osposobljavanje i aktiviranje ruralnih zajednica, preduzetnika i preduzeća da unaprijede vrijednost ruralnih proizvoda kroz aktivno učešće u upravljanju održivim razvojem svojih destinacija</b> |                                 |                                |                             |  |   |
|---|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--|---|
| <b>Indikatori učinka</b>  | <b>Polazna vrijednost 2022.</b> | <b>Ciljna vrijednost 2022.</b> | <b>Ostvarena vrijednost</b> | <b>Izazov/rizik</b>                                      | <b>Uzroci/razlozi za nedostizanje ciljeva</b> |
| Umreženo 10 seoskih domaćinstava  | 0                               | 10                             | 10                          | <a href="http://www.katunroads.me">www.katunroads.me</a> |   |

**Operativni cilj 2 – Osposobljavanje i aktiviranje ruralnih zajednica, preduzetnika i preduzeća da unaprijede vrijednost ruralnih proizvoda kroz aktivno učešće u upravljanju održivim razvojem svojih destinacija,** kao što prethodno navedeno iz realizacije Akcionog plana, u okviru realizacije aktivnosti intenzivno je saradivalo sa udruženjima i klasterima 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 jednim dijelom odnose i na aktivnosti iz Akcionog plana. Na taj način je iskazana sinergija različitih partnera doprinijela je određenom nivou realizacije aktivnosti čime se ukazuje na neophodnost zajedničkog i koordiniranog rada, a kojem se u narednom periodu mora posvetiti dodatna pažnja.

| <b>Operativni cilj 3: Unapređenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude</b>   |                                 |                                |                             |   |
|---|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|---|
| <b>Indikatori učinka</b>  | <b>Polazna vrijednost 2022.</b> | <b>Ciljna vrijednost 2022.</b> | <b>Ostvarena vrijednost</b> | <b>Uzroci/razlozi za nedostizanje ciljeva</b> |
| Djelimično realizovano.<br>Oznaka kvaliteta: “Wild Beauty Farm - WBF” (oznake za seoska domaćinstva koja su prepoznata po specifičnoj ponudi) | 0                               | 1                              | 0                           | Inoviranje zakonske regulative.               |

**Operativni cilj 3: Unapređenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude,** ova aktivnost je djelimično realizovana. Naime, da bi se realizovala ova aktivnost ona mora biti sastavni dio Pravilnika o minimalno-tehničkim uslovima, uslovima za kategoriju i načinu kategorizacije objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu. Imajući u vidu da su u toku aktivnosti na planu pripreme izmjene i dopuna Zakona o turizmu i ugostiteljstvu, tek nakon njegovog usvajanja inoviraće se postojeći Pravilnik dopuniti sa novom ček listom sa oznakom kvaliteta Wild Beauty Farm.

\*\*\*

Razmatrajući implementaciju akcionih planova PRRT za period 2019-2022. godine, može se konstatovati da je realizacija Programa tokom 2019. godine tekla relativno zadovoljavajućim tempom, odnosno rezultatima, koji su na određeni način zaustavljeni u godinama 2020. i 2021. godine, koje je karakterisala pojava pandemije COVID-19. Shodno tome, u uslovima gotovo potpunog zaustavljanja turističkih tokova i nedostatka finansijskih sredstava usled ekonomske situacije koja je proistekla iz krize, teško je bilo i za očekivati realizaciju svih planiranih mjera i aktivnosti. Ipak, i pored činjenice da je pandemija COVID-19 direktno uticala na turističku djelatnost odnosno kretanja turista, pružana je podrška turističkoj privredi, pa time i pružaocima usluga u ruralnom turizmu, pa se može zaključiti da je i pored neostvarivanja planiranih vrijednosti određenih indikatora, postignut određeni napredak čak i u takvim okolnostima.

Osim toga, prepoznajući potencijale ruralnih područja Crne Gore za pružanje turističke ponude gostima, odnosno želeći da se omogući njihova turistička valorizacija, u prethodnom periodu je prvenstveno unaprijeđena zakonska i podzakonska regulativa za ovaj segment turističke ponude. Na taj način, za pružaoce usluga u ruralnom turizmu, odnosno seoska domaćinstva pripremljen je zakonski osnov koji podrazumijeva pojednostavljenu proceduru registrovanja djelatnosti, kako bi se smanjile barijere na samom početku poslovanja.

Seoska domaćinstva se nalaze u svim djelovima Crne Gore, nude raznovrsne sadržaje posebne ponude u kojima se reflektuju na specifičnosti kraja u kojima se nalaze, zatim raznolike prirodne atrakcije i aktivnosti u prirodi, a što predstavlja posebnu povoljnost za turiste u još uvijek neizvjesnim uslovima posmatrano sa epidemiološko - zdravstvenog aspekta.

U ovoj vrsti ponude posebno se izdvajaju već tradicionalno poznate vinarije, ali i proizvođači maslinovog ulja i sira. Međutim, sve su brojnija domaćinstva koja nude i relativno noviju ponudu, a koja se odnosi prvenstveno na rekreaciju i fizičke aktivnosti, tematske ture, umjetničko - folklorne programe, aktivnosti kojima se promovišu stari zanati i rukotvorine kao i tradicionalni običaji, gastro sadržaji itd.

Veliki dio ponude ovog oblika turizma se razvija u pravcu samostalnih proizvoda, dok ostali dio predstavlja važan komplementarni sadržaj kupališnom i ski turizmu. Oba pravca razvoja i rasta su neophodna za Crnu Goru, posebno za njen ruralni prostor, s obzirom da je cilj razvoja ovog oblika turizma usmjeren ka razvoju diverzifikovane i autentične ruralne turističke ponude Crne Gore, koja će stvoriti osnov za poboljšanje životnog standarda stanovništva i zaustavljanje depopulacije ruralnih područja.

Na ovaj način uspostavlja se direktna korelacija ruralnog turizma sa efikasnijim i kvalitetnijim razvojem održive komponente (zelena tranzicija) turističkog razvoja (unapređenje kapaciteta i ponude/usluga), tj. ostvaruje se sinhronizacija sa Nacionalnom strategijom održivog razvoja do 2030. godine, UN Agendom za održivi razvoj do 2030. godine, Nacionalnom strategijom zapošljavanja i razvoja ljudskih resursa 2021-2025. godine i Strategijom razvoja ženskog preduzetništva Crne Gore 2021-2024. godine.

S druge strane, imajući u vidu da je realizovana i određena finansijska podrška pružaocima usluga, može se konstatovati da je poslednjih godina intenzivirao razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori o čemu govori i povećan broj seoskih domaćinstava, kao i pozitivan trend ostvarenog turističkog prometa u

njima. U 2019. godini bilo je 56 registrovanih seoskih domaćinstava, a prema poslednjoj evidenciji resornog Ministarstva (dec. 2022.god.), u Crnoj Gori usluge se pružaju u 235 seoskih domaćinstava.

Sagledavajući postojeće stanje u oblasti razvoja ruralnog turizma, Program razvoja ruralnog turizma podržava viziju da Crna Gora u predstojećem periodu svojim brendom i autentičnošću ponude bude globalno prepoznata kao razvijena destinacija u oblasti ruralnog turizma.

Pozitivni pomaci, odnosno, efekti realizacije pojedinih aktivnosti na planu razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori, prepoznati su i od strane UNWTO. Naime, u okviru projekta "Program unaprijeđenja" koji je realizovala ova organizacija, među odabranih 20 sela iz cijelog svijeta, Crna Gora je jedina država iz koja je imala svoja dva predstavnika. Kroz pomenuti Program ovim selima se pruža podrška od strane UNWTO i njenih partnera, kako bi se postojeći potencijali poboljšali, a ponuda dodatno ispromovisala, te unaprijedila uloga turizma u očuvanju ruralnih područja.

Ovakvim i sličnim projektima, obezbjeđuje se da turizam bude stvarni, a ne samo deklarativni pokretač razvoja, a sve u cilju turističke valorizacije sela uz očuvanje njihovog kulturnog i prirodnog bogatstva, kao autentičnih vrijednosti.

### III - TABELA ZA IZVJEŠTAVANJE PO AKTIVNOSTIMA

| RAZVOJ RURALNOG TURIZMA 2022.   |  |                  |   |   |                               |                           |                    |                         |   |  |  |
|---|--|------------------|---|---|-------------------------------|---------------------------|--------------------|-------------------------|---|--|--|
| PODIZANJE NIVOVA SVIJEŠTI I INFORMISANOSTI TURISTA O PONUDI U OKVIRU RURALNOG TURIZMA CRNE GORE                 |  |                  |   |   |                               |                           |                    |                         |   |  |  |
| STRATEŠKI CILJ:   | Opretni cij 1  | Indikator učinka | Indikator učinka 1: Marketinška kampanja "Montenegro rural" – broj kampanja<br>2: Samoedukacijski programi, obuke za mentore broj utvrđenih programa, broj obučениh mentora | Institucije odgovorne za sprovođenje aktivnosti institucije | Datum početka                 | Planirani datum završetka | Status realizacije | Novi rok za realizaciju | Početna vrijednost (I kvartal 2022. godine) | Cijina vrijednost (IV kvartal 2022. godine)    |  |
|   |  |                  |   |   |                               |                           |                    |                         | Sredstva planirana                          | Sredstva realizovana                           | Izvor finansiranja   |
| 1. Marketinška kampanja "Montenegro rural", plasiranje kroz kanale komuniciranja                                | Broj poruka i njihovo vrijeme trajanja                               | MER              | 2022, III kvartal   | 2022, IV kvartal  | Realizovano                   | /                         | 30.000€            | 30.000€                 | Budžet CG                                   | 1 kampanja<br>3 programa<br>5 obučениh mentora | Obezbijediti kontinuitet kad je u pitanju kampanja.                    |
| 2. Samoedukacijski programi, priručnik/vodič i sl. literatura za jednostavnije poslovanje seoskih domaćinstava, | Kreirani priručnici/vodiči za samoedukaciju<br>Broj obučениh mentora | MERT             | 2022, II kvartal  | 22, IV kvartal  | Realizovana 1 brošura „Seoska | Realizovano               | 5.000€             | 5.000€                  |   |  | Obezbijediti kontinuitet I u narednom period za promotivne materijale. |

|  |   |  |                      |                                  |                           |                                |                           |  |                                   |  |           |   |
|--|---|--|----------------------|----------------------------------|---------------------------|--------------------------------|---------------------------|--|-----------------------------------|--|-----------|---|
| kao i obuke mentora na nivou opština za koordiniranje rada sa Ministarstvom.   |   |  |                      |                                  | domaćinstva u Crnoj Gori" |                                |                           |  |                                   |  | Budžet CG |   |
| 3. Priprema projektnog zadatka za korisnički interfejs, raspisivanje tendera i izbor IT ponuđača i lansiranje mobilne aplikacije.  | Definisane karakteristike korisničkog interfejsa, izabran IT na tenderu i aplikacija dostupna na Google Play i Apple App Store. | NTO  | 2022, I kvartal      | 22, IV kvartal                   |                           | Nije realizovano               |                           | Nedostatak finansijskih sredstava zbog smanjenja budžeta NTOCG | 14.200€                           |  |           | Cijeneći važnost sa aspekta primjene digitalizacije, odnosno, implementacije tehničko – tehnoloških rješenja, ista će biti projektna aktivnost i u novom Programu razvoja ruralnog turizma 2023-2025.god. |
| <b>OSPOSOBLJAVANJE I AKTIVIRANJE RURALNIH ZAJEDNICA, PREDUZETNIKA I PREDUZEĆA DA UNAPRIJEDE VRIJEDNOST RURALNIH PROIZVODA KROZ AKTIVNO UČEŠĆE U UPRAVLJANJU ODRŽIVIM RAZVOJEM SVOJIH DESTINACIJA</b> |   |  |                      |                                  |                           |                                |                           |  |                                   |  |           |   |
| <b>Opretni cilj 2</b>  |   |  |                      |                                  |                           |                                |                           |  |                                   |  |           |   |
| <b>Indikator učinka</b>  |   |  |                      |                                  |                           |                                |                           |  |                                   |  |           |   |
| <b>Indikator učinka 1: Broj umreženih seoskih domaćinstava</b>   |   |  |                      |                                  |                           |                                |                           |  |                                   |  |           |   |
| <b>Aktivnost</b>   | <b>Indikator rezultata</b>  | <b>Institucije odgovorne za sprovođenje aktivnosti</b> | <b>Datum početka</b> | <b>Planirani datum završetla</b> | <b>Status realizacije</b> | <b>Novi rok za realizaciju</b> | <b>Sredstva planirana</b> | <b>Sredstva realizovana</b>                                    | <b>Izvor finansiranja</b>         | <b>Preporuke za naredni period sprovođenja</b> |           |   |
| 1.Umrežavanje ponude seoskih   |   |  |                      |                                  |                           | /                              |                           | 0  | 10 umreženih seoskih domaćinstava |  |           |   |



|   |  |  |                      |                                  |                           |                                |  |                                    |                             |   |  |
|---|--|--|----------------------|----------------------------------|---------------------------|--------------------------------|--|------------------------------------|-----------------------------|---|--|
| domaćinstava kroz unapređenje ponude (tematske staze, hiking & biking staze, promovisanje bed and bike standarda u seoskim domaćinstvima) | Broj umreženih seoskih domaćinstava                | MERT   | 2022, I kvartal      | 2022, IV kvartal                 | Realizovano               |                                |  | 15.000€                            | /                           | 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 odnose i na aktivnosti iz Akcionog plana. | U cilju kontinuiranog unapređenja ponude, neophodno je u narednom periodu nastaviti sa umrežavanjem ponude seoskih domaćinstava. |
| <b>UNAPREĐENJE SISTEMA RURALNIH TURISTIČKIH ISKUSTAVA I INTEGRACIJA PONUDE</b>  |  |  |                      |                                  |                           |                                |  |                                    |                             |   |  |
| <b>Opretni cilj 3</b>   |  |  |                      |                                  |                           |                                |  |                                    |                             |   |  |
| <b>Indikator učinka</b>   |  |  |                      |                                  |                           |                                |  |                                    |                             |   |  |
| <b>Indikator učinka 1: Broj dodijeljenih oznaka kvaliteta</b>   |  |  |                      |                                  |                           |                                |  |                                    |                             |   |  |
| <b>Aktivnost</b>  | <b>Indikator rezultata</b>                         | <b>Institucije odgovorne za sprovođenje aktivnosti/instytucije</b> | <b>Datum početka</b> | <b>Planirani datum završetka</b> | <b>Status realizacije</b> | <b>Novi rok za realizaciju</b> | <b>Sredstva planirana</b>                            | <b>Sredstva realizovana</b>        | <b>Sredstva realizovana</b> | <b>Izvor finansiranja</b>   | <b>Preporuke za naredni period sprovođenja</b>   |
| 1. Kreirati oznake kvaliteta: "Wild Beauty Farm - WBF" (oznake za koja su prepoznata po   | Kreirana oznake kvaliteta "Wild Beauty Farm - WBF" | MERT   | 2022, I kvartal      | 22, IV kvartal                   | 2022, I kvartal           | Djelimično realizovano         | U toku aktivnosti na planu pripreme izmjene i dopuna | Nisu potrebna finansijska sredstva | /                           | Inoviranje podzakonskog akta u dijelu koji se odnosi na oznaku WBF  |  |

|                     |  |  |  |  |  |  |   |  |  |                    |
|---------------------|--|--|--|--|--|--|---|--|--|--------------------|
| specifičnoj ponudi) |  |  |  |  |  |  | <p>Zakona o turizmu i ugostiteljstvu, tek nakon njegovog usvajanja inoviraće se postojeći Pravilnik dopuniti sa novom ček listom sa oznakom kvaliteta Wild Beauty Farm. Do kraja IV kvartala usvajanje inoviranog</p> |  |  | "Wild beauty farm" |
|---------------------|--|--|--|--|--|--|---|--|--|--------------------|

## IV – NALAZI EVALUACIJE

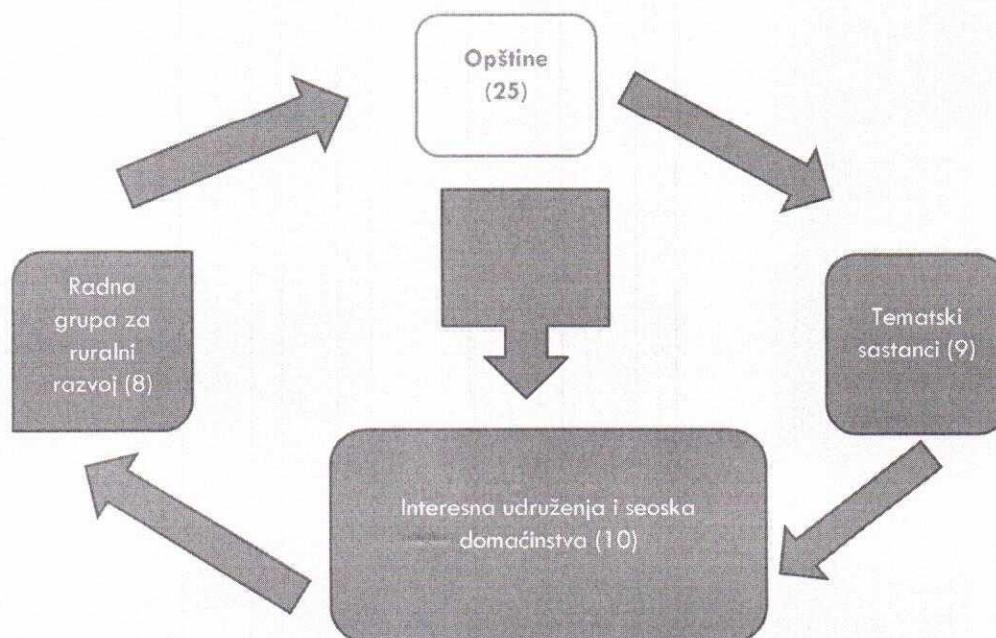
Sa aspekta izrade evaluacije treba napomenuti da je Programom razvoja ruralnog turizma sa Akcionim planom do 2021. godine predviđeno da se evaluacija sprovede ex-post, na kraju realizacije Programa evaluaciju treba i da treba da je sprovede nezavisni organ MORTa, odnosno Direktorata za razvoj turističke destinacije i turističku infrastrukturu. Tokom peiroda važenja Programa vršen je monitoring i evaluacija na način da su godišnji izvještaji o realizaciji mjera i aktivnosti iz godišnjeg Akcionog plana obuhvatili analizu stanja iz prethodne godine realizacije godišnjeg akcionog plana. Na osnovu tako urađene analize, planirale su se aktivnosti za Akcioni plan za 2022. godinu.

Prilikom izrade PRRT 2019. – 2021. definisan je Akcioni plan (uključujući i Prelazni za 2022. godinu) u kojima su u svrhu praćenja realizacije za svaku pojedinačnu mjeru definisane polazne i ciljane vrijednosti kao postavljeni indikatori (indikatori ostvarenja). Indikatori su postavljeni realno, imajući u vidu pandemijske 2020. i 2021. godinu, jasno je da je bilo problema u postizanju ciljanih vrijednosti.

Generalno, indikator je alat kojim se mjeri postizanje cilja, postignuti output ili učinak, a informacije koje pruža su podaci koji se koriste za mjerenje činjenica ili mišljenja. Podaci o vrijednostima indikatora na kraju perioda sprovođenja analizirani su iz podatkovnih elemenata kojima raspolaže MERT, a na osnovu podataka iz samog MERT-a i podataka dobijenih od institucija koje su sprovodile mjere.

Tokom realizacije PRRT 2019 – 2022. sprovedena je on-going evaluacija programa za 2019. – 2021., dok je evaluacija PRRT za 2022. koji je sproveden na osnovu Prelaznog akcionog plana sadržan u ovom izvještaju.

Osim kvantitativnih podataka iz različitih dostupnih baza, u postupku evaluacije primijenjene su kvalitativne evaluacijske metode – dubinski intervjui (sa opštinama – ukupno 25) i tematski sastanci sa učesnicima koji djeluju u području ruralnog turizma, kako predstavnika nadležnih institucija (9 predstavnika), tako i interesnih udruženja sa vlasnicima seoskih domaćinstava (10 predstavnika, 4 žene), i Radne grupe za praćenje realizacije aktivnosti iz Akcionog plana Programa razvoja ruralnog turizma koju čine predstavnici različitih institucija i NVO sektora (ukupno 8 članova, 7 žena).



Intervjui i rad fokus grupa imali su za cilj da se sazna vidjenje učesnika u ruralnom turizmu o stepenu njihovog zadovoljstva mjerama koje su se provodile u prethodnom periodu, problemima na koje su nailazili tokom sprovođenja mjera kao i potrebama koje bi se trebale uključiti u buduće programe razvoja ruralnog turizma.

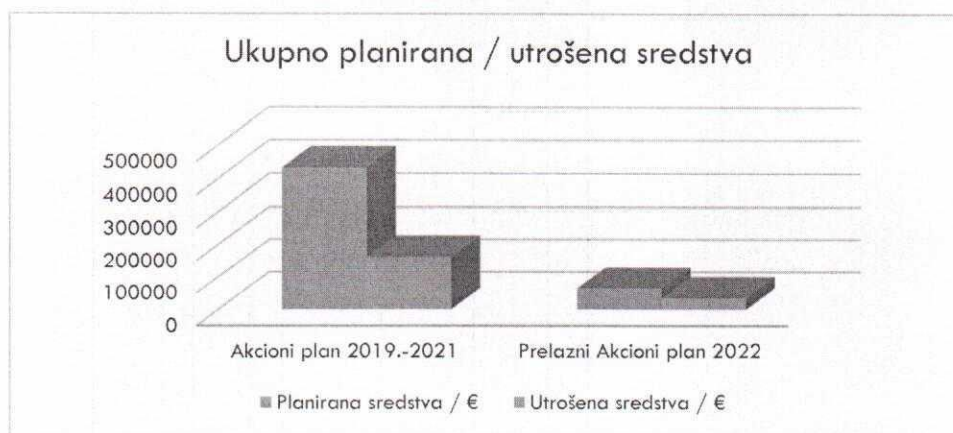
Većina učesnika je kao nedostatke, kada je u pitanju prethodni Program razvoja ruralnog turizma, navela sledeće:

- Definisanost velikog broja mjera koje nemaju direktan uticaj na poslovanje seoskih domaćinstava;
- Sredstva koja su raspoloživa nisu dovoljna u odnosu na veliki broj definisanih mjera;
- Takođe, kao problem istaknuto je, nepostojanje mjera koje bi podržale mlade na planu preuzimanje gazdinstava. Smatraju kako ih treba dodatno stimulisati u budućem periodu kako bi se poboljšala starosna struktura gazdinstava. Ukazano je i da u prethodnom Programu nije bilo sredstava za pokretanje većih investicija, već su se mjere podrške odnosile samo na manja ulaganja. Navode i problem koji se odnosi na pripremu dokumentacije i prijave za sredstva EU fondova u prvom redu na IPARD program. Povezano uz ovo smatraju kako bi i u novom Programu trebalo razviti nerealizovanu mjeru koja se odnosila na formiranje uslužnih centara (ili sličnih institucija) za podršku ruralnom turizmu;
- Velikim problemom smatraju što, iako je prethodnim Programom bilo predviđeno izrada jedinstvenog web sajta s podacima o svim objektima ruralnog turizma, isti još nije izrađen. Trenutna ponuda nije objedinjena i smatraju da je potrebno ovaj sajt aktivirati što prije;
- Većina učesnika je istakla problem vezan za nedostatak stručnih znanja i vještina neohodnih za kvalitetno poslovanje u ruralnom turizmu;
- Podržavaju mjere koje su realizovane, a tiču se brošura i rečnika na nekoliko stranih jezika;
- Ukazuju da se u naredni program uključe mjere koje se tiču finansiranja postavljanja solarnih panela i ulaganja u cilju zaštite životne sredine;
- Značaj udruživanja i klsterskog organizovanja s ciljem jedinstvenog pristupa tržištu kod ponude različitih turističkih aktivnosti u ruralnom području.

Prilikom pripreme novog Programa razvoja ruralnog turizma, treba predvidjeti i aktivnost provođenja evaluacije u smislu da će ista biti sprovedena ex post i od strane eksternih eksperata zbog složenosti i obuhvata, ali i izbog obezbjeđivanja većeg stepena objektivnosti. Sredstva za sprovođenje evaluacije trebaju da budu obezbijeđena budžetom Ministarstva ekonomskog razvoja i turizma u završnoj godini implementacije Programa. Ovo će biti veoma važno, kako bi se pravovremeno obezbijedili nalazi evaluacije, koji će biti predstavljeni u završnom izvještaju, ali i u cilju obezbjeđivanja adekvatnih osnova za kreiranje potencijalno novog programskog dokumenta.

## V OSVRT NA PLANIRANA I TROŠENA FINANSIJSKA SREDSTVA ZA CJELOKUPAN PERIOD SPROVOĐENJA STRATEŠKOG DOKUMENTA

Ukupna planirana sredstva za realizaciju Programa razvoja ruralnog turizma Crne Gore s Akcionim planom 2019.-2021. godine iznosila su 432.200 €, za Prelazni akcioni plan za 2022. godinu bilo je opredjeljeno 64.200 €. Akcionim planom 2019.-2021.godine utrošeno je 162.161,32 €, dok je za Prelazni Akcioni plan utrošeno 35.000,00 €. Izvori finansiranja – Budžet Crne Gore.



### PREPORUKE ZA EFIKASNIJU REALIZACIJU DEFINISANIH CILJEVA

Karakteristika većine postavljenih ciljeva, prioriteta i mjera Programa razvoja ruralnog turizma 2019-2021. godine je da se sprovede kontinuirano i da će i ubuduće postojati potreba za kretanjem u istom smjeru, odnosno ka sveopštem unapređenju ruralnog turizma. Ipak, sama formulacija ciljeva trebalo bi da bude drugačije definisana, kako bi održavali konkretne rezultate koji se žele postići u oblasti ruralne politike, a na osnovu prethodno izvršene analize stanja i identifikacije i prioritizacije postojećih problema koje treba riješiti.

Novi Nacionalni program za ruralni turizam koji će se odnositi na period 2023-2025.godine treba da bude urađen u skladu sa s relevantnim propisima: Nacionalna Strategija održivog razvoja do 2030. godine (NSOR); Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2023.-2028. (SRPR); Strategija razvoja turizma Crne Gore 2022. – 2025. godine s Akcionim planom (SRT); Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2023. – 2027. godine (SRR) , prpratnom metodologijom, kao i Uredbom o izboru predstavnika NVO u radna tijela organa državne uprave i sprovođenju javne rasprave u pripremi zakona i strategija.

**Ključne preporuke za budući razvoj ruralnog turizma odnose se na:**

1. Unapređenje turističke infarstrukture u ruralnom turizmu (seoska domaćinstva – katuni, ruralna kuća, kamp odmorište i dr.) u sklopu sa principima održivog razvoja;
2. Poboljšanje kvaliteta prateće infrastrukture (saobraćaj, telekomunikacije, elektro i vodosnabdijevanje; komunalni otpad i sl. u ruralnim područjima u funkciji turizma;

3. Unapređenje ponude u seoskim domaćinstvima uz razvoj komplementarnih turističkih proizvoda prateći međunarodne trendove i standarde, koji su bazirani na prirodi (poštujući principe zaštite životne sredine – zelena ekonomija, cirkularna ekonomija i dr.);
4. Poboljšanje postojećih i razvijanje novih promotivno - marketinških aktivnosti koje su u funkciji podizanja nivoa prepoznatljivosti CG kao ruralne turističke destinacije na međunarodnom tržištu (primjena digitalnog marketinga, integrisanog marketing koncepta i dr.);
5. Podizanje nivoa svijesti institucija na državnom i lokalnom nivou o značaju razvoja ruralnog turizma, prvenstveno sa aspekta razvoja lokalnih zajednica, a time i države u cjelini, uz unapređenje regulatornog okvira i veće uključivanje žena u procese kada je u pitanju kreiranje i promovisanje ponude, kao i donošenja odluka u pravcu njihovog poboljšanja;
6. Uspostavljanje efikasnog sistema u cilju finansijske podrške ruralnom turizmu sa akcentom na bolju iskorišćenost sredstava EU i drugih fondova uz njihovo usmjeravanje ka ženama kao pružacima usluga.