



CRNA GORA

---

MINISTARSTVO ODRŽIVOG RAZVOJA  
I TURIZMA

# **STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

Nacrt Strategije

21. Novembar 2018. godine

## PREDGOVOR

## LISTA SKRAĆENICA

<b>ADA</b>	Austrijska razvojna agencija
<b>ATACG</b>	Asocijacija turističkih agencija Crne Gore
<b>ATTA</b>	Asocijacija organizatora avanturističkih putovanja
<b>CEI</b>	Centralno-evropska inicijativa
<b>CTU</b>	Crnogorsko turističko udruženje
<b>EFRR</b>	Evropski fond za regionalni razvoj
<b>EU</b>	Evropska Unija
<b>ICT</b>	Informaciono komunikacione tehnologije
<b>IFAD</b>	Međunarodni fond za razvoj poljoprivrede
<b>IFC</b>	International Finance Corporation
<b>INTERREG ADRION</b>	Jadransko-jonski program prekogranične saradnje
<b>INTERREG MED</b>	Mediteranski program prekogranične saradnje
<b>IPARD</b>	Pretpristupni fondovi za ruralni razvoj
<b>JLS</b>	Jedinica lokalne samouprave
<b>LAG</b>	Lokalna akciona grupa
<b>LTO</b>	Lokalna turistička organizacija
<b>MEK</b>	Ministarstvo ekonomije
<b>MJU</b>	Ministarstvo javne uprave
<b>MK</b>	Ministarstvo kulture
<b>MORT</b>	Ministarstvo održivog razvoja i turizma
<b>MPRR</b>	Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja
<b>MSP</b>	Ministarstvo saobraćaja i pomorstva
<b>NASDT</b>	Nacionalna asocijacija seoskih domaćinstava u turizmu
<b>NSOR</b>	Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. godine
<b>NTO</b>	Nacionalna turistička organizacija
<b>RGRT</b>	Radna grupa za ruralni turizam
<b>RRA</b>	Regionalna razvojna agencija
<b>RRA BKP</b>	Regionalna razvojna agencija za Bjelasicu, Komove i Prokletije
<b>RRGRT</b>	Regionalna radna grupa za ruralni turizam
<b>SRPR</b>	Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2015-2020
<b>SRR</b>	Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020. godine
<b>SRRT 2023</b>	Strategija razvoja ruralnog turizma Crne Gore sa akcionim planom do 2023. godine
<b>SRT</b>	Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine
<b>TO</b>	Turistička organizacija
<b>UNDP</b>	United Nations Development Program
<b>UNWTO</b>	World Tourism Organization

## SADRŽAJ

<b>I UVOD</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Pojam i definicija ruralnog turizma</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Strateški okvir</b>	<b>6</b>
<b>1.3. Institucionalni i pravni okvir</b>	<b>6</b>
<b>1.4. Analiza globalnih trendova u ruralnom turizmu</b>	<b>10</b>
1.4.1 Trendovi na svjetskom tržištu	10
1.4.2 Ruralni turizam: tendencije na evropskom tržištu	12
1.4.3 Tendencije na strani ponude i tražnje u ruralnom turizmu Evrope	16
<b>1.5 Analiza stanja u oblasti ruralnog turizma u Crnoj Gori iz perspektive postojeće ponude i tražnje</b>	<b>18</b>
1.5.1 Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi	18
1.5.2 Agroturizam	19
1.5.3 Ponuda organizatora putovanja	19
1.5.4 Lanac vrijednosti	20
1.5.5 Infrastruktura	21
1.5.6 Smještaj	22
1.5.7 Znanja i vještine	25
1.5.8 Koordinacija	25
<b>1.6. Analiza tražnje</b>	<b>26</b>
<b>II SWOT ANALIZA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE</b>	<b>38</b>
<b>III RAZVOJ STRATEGIJE</b>	<b>47</b>
<b>3.1. Definisanje ciljeva razvoja ruralnog turizma</b>	<b>47</b>
<b>3.2 Definisanje prioriternih proizvoda</b>	<b>49</b>
<b>3.3 Predlog i prioritizacija mjera i aktivnosti za razvoj ruralnog turizma</b>	<b>50</b>
<b>3.4 Predlog sistema upravljanja</b>	<b>54</b>
<b>3.5 Sredstva EU kao izvori finansiranja za implementaciju mjera i aktivnosti</b>	<b>58</b>
3.5.1 Strateški dokumenti i komplementarni programi za razvoj ruralnog turizma	58
3.5.2 Programi prekogranične saradnje Crne Gore	61
<b>IV PLAN AKTIVNOSTI ZA PETOGODIŠNJI PERIOD</b>	<b>62</b>

## I UVOD

Ministarstvo održivog razvoja i turizma (MORT) polazeći od smjernica definisanih Strategijom razvoja turizma do 2020. godine (SRT) odlučno je u namjeri da se ruralnim područjima Crne Gore stvore šanse za održivi razvoj. Dosadašnji razvoj turizma u Crnoj Gori pokazao je njegov nesumnjivi značaj u pogledu ekonomskih efekata, sa ukupnim (direktnim, indirektnim i indukovanim) doprinosom bruto domaćem proizvodu od skoro 24%. Sliku upotpunjuju podaci o direktnoj zaposlenosti u turizmu, koja čini 7,6% zaposlenosti u Crnoj Gori, odnosno ukupnoj (direktnoj, indirektnoj i indukovanoj), koja čini preko 19% ukupne zaposlenosti u Crnoj Gori.<sup>1</sup> Iz tih razloga turizam se u Crnoj Gori smatra prioritetnom i strateškom privrednom granom.

Bogatstvo prirode i kulturnog nasleđa Crne Gore u njenim ruralnim područjima pobudilo je interes različitih segmenata turističke tražnje koji traže nešto novo i nešto autentično. U tom smislu, ruralni turizam stvara uslove za zadovoljenje potreba sve većeg broja turista koji teže zdravom načinu života i traže doživljaje koji podrazumijevaju zadovoljstvo u prirodi, tradicionalnoj kuhinji, gostoprimstvu gazdinstava/domaćinstava u ruralnim područjima, uživanje u tradiciji i očuvanim običajima i drugim autentičnim iskustvima.

Polazeći od ovih karakteristika turizma Crne Gore, kao i od potencijala ruralnih područja u pogledu razvoja autentičnih turističkih proizvoda, MORT u 2018. godini donosi odluku o izradi Strategije razvoja ruralnog turizma sa akcionim planom do 2023. godine (SRRT 2023).

### 1.1 Pojam i definicija ruralnog turizma

Ne postoji široko prihvaćena definicija ruralnog turizma. Razlike u definicijama postoje zahvaljujući različitim faktorima, poput onih vezanih za razlike u definisanju ruralnih područja, specifičnosti pojedinih zemalja i slično.

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 odrediti kao agroturizam, odnosno turizam na poljoprivrednim gazdinstvima. Ruralni turizam se definiše i kao forma turističkih aktivnosti koje se odigravaju u ruralnim područjima i koje uključuju lokalnu kulturu, tradiciju i privredne djelatnosti, kao i aktivnosti na otvorenom prostoru i doživljaje koji su ostvareni u nenarušenom ruralnom ambijentu. Lokalna zajednica igra važnu ulogu u obezbjeđenju ruralnog turističkog proizvoda” (Smith et al., 2010)".

Neki autori uključuju u pojam ruralnog turizma i posjete nacionalnim parkovima, kao i kulturni turizam u ruralnim područjima. Kao tržišna niša, ruralni turizam očigledno podrazumijeva niz užih niša kao što su – ekoturizam, turizam u prirodi, agroturizam, sportski i avanturistički turizam, gastronomski i vinski turizam i ostalo.

U osnovi, prethodne definicije odgovaraju onoj koju je dao OECD 1994. godine, po kojoj je ruralni turizam "složena aktivnost koja se odvija u ruralnim područjima, koja je funkcionalno ruralna, izgrađena na posebnim karakteristikama ruralnog svijeta (mali biznis, otvoreni prostor, kontakt s prirodom, tradicionalni karakter), najčešće lokalno kontrolisan u pogledu razvoja i koji podrazumijeva održivost, odnosno kontrolisano korišćenje resursa i očuvanje prirode, kulture i uopšte ruralnog karaktera područja. Ruralni turizam obuhvata ne samo odmor u seoskom domaćinstvu (na farmi), već i niz drugih proizvoda, poput odmora u prirodi, ekoturizma, šetnji, planinarenja, jahanja, avanturističkog turizma, lova i ribolova".<sup>2</sup> SRRT u potpunosti prihvata ovakvo tumačenje ruralnog turizma.

<sup>1</sup> Izvor: WTTC (2018) Travel and Tourism Economic Impact 2018: Montenegro. World Travel & Tourism Council, London UK. <https://docs.google.com/viewer?url=https%3A%2F%2Fwww.wttc.org%2F-%2Fmedia%2Ffiles%2Freports%2Feconomic-impact-research%2Fcountries-2018%2Fmontenegro2018.pdf>

<sup>2</sup> Izvor: OECD (1994) Tourism Strategies and Rural Development. Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.f

Ruralni turizam obuhvata širok spektar različitih turističkih proizvoda, koji se često međusobno prožimaju. Broj ovih proizvoda je veliki, a gotovo se redovno pojavljuju novi proizvodi. Stoga je nemoguće precizno odrediti sve proizvode ruralnog turizma. Ovi proizvodi su, za potrebe izrade SRRT 2023, grupisani u tri opšte grupe proizvoda, shodno zajedničkim karakteristikama vezanim za prirodu aktivnosti koje obuhvataju. Prikaz ovih grupa proizvoda i pojedinačnih proizvoda dat je u Tabeli 1.

Tabela 1: Proizvodi ruralnog turizma

GRUPA PROIZVODA		PROIZVODI RURALNOG TURIZMA	
GRUPA PROIZVODA		POJEDINAČNI PROIZVODI	
1	Agroturizam	1.1	Smještaj u objektu koji je nekada bilo aktivno seosko domaćinstvo <sup>3</sup> (odnosno poljoprivredno gazdinstvo <sup>4</sup> ), a aktivnosti se obavljaju negdje drugo
		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 formi demonstracije poljoprivrednih aktivnosti
		1.5	Smještaj ili posjeta u aktivnom poljoprivrednom gazdinstvu, uz autentičan doživljaj kroz učestvovanje u aktivnostima sa domaćinima
2	Turizam baziran na aktivnostima u prirodi	2.1	Biciklizam / planinski biciklizam
		2.2	Šetnje / Planinarenje
		2.3	Jahanje konja
		2.4	Sportski lov i ribolov
		2.5	Avanturističke aktivnosti/ ekstremni sportovi (kanjoning, paraglajding, alpinizam, rafting i slično)
		2.6	Eko-turizam
		2.7	Programi izgradnje timskog duha ( <i>team building</i> )
		2.8	4x4, enduro, motokros
		2.9	Drugo
3	Ostali proizvodi vezani za ruralno kulturno nasleđe	3.1	Vinski turizam, gastronomski turizam i degustacija proizvoda
		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

<sup>3</sup> 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. 50/13 od 30.10.2013).

<sup>4</sup> 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:

- privredno društvo, odnosno drugo pravno lice ili preduzetnik;
- porodično poljoprivredno gazdinstvo;
- proizvođačka organizacija;
- 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 - dr. zakon, 40/2011 - dr. zakon, 34/2014, 1/2015, 30/2017 i 51/2017 - dr. zakon)

Ovakvo grupisanje i definisanje proizvoda ruralnog turizma poslužiće kasnije za definisanje prioriternih proizvoda u okviru SRRT 2023.

### 1.2 Strateški, institucionalni i regulatorni okvir

Strateški okvir za izradu SRRT 2023 čine sledeća strateška 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 regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020 godine (SRR).

Analiza strateških dokumenata koji su predstavljali okvir za izradu Strategije razvoja ruralnog turizma je data u Prilogu 1. Dodatno, za potrebe izrade situacione analize uzeta su u obzir strateška dokumenata kako na državnom, tako i na lokalnom nivou-strateški planovi jedinica lokalne samouprave sa stanovišta planova i statusa različitih projekata koji se odnose na oblast ruralnog turizma (Prilog 3).

- ✓ **Ministarstvo održivog razvoja i turizma (MORT)** je državni organ nadležan za razvoj turizma putem svojih direktorata. Kada je u pitanju regulatorni okvir evidentno je da postoji obiman okvir koji reguliše pitanja razvoja ruralnog turizma, direktno ili indirektno.

Najvažniji pravni akt koji direktno reguliše područje turizma je *Zakon o turizmu i ugostiteljstvu*<sup>5</sup>. U članu 103 Zakona regulisani su uslovi vezani za pružanje ugostiteljskih usluga u seoskom domaćinstvu na sledeći način:

- Seosko domaćinstvo koje obavlja poljoprivrednu djelatnost i koje se nalazi na ruralnom području može da pruža ugostiteljske usluge.
- Ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu mogu pružati privredno društvo, drugo pravno lice, preduzetnik ili fizičko lice.
- Ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu su:
  - pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela, pića i napitaka iz pretežno sopstvene proizvodnje;
  - usluživanje i degustacija vina i drugih alkoholnih i bezalkoholnih pića, kao i domaćih proizvoda iz pretežno sopstvene proizvodnje u uređenom dijelu stambenog ili poslovnog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru;
  - usluge smještaja u sobama za iznajmljivanje turistima, turističkim apartmanima i katunima, 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.
- Jela, pića i napici koji se poslužuju u seoskom domaćinstvu moraju biti karakteristični za predio u kojem se seosko domaćinstvo nalazi.
- Ugostiteljski objekti za smještaj u seoskom domaćinstvu moraju ispunjavati minimalno-tehničke uslove i uslove za kategoriju u skladu sa ovim zakonom.
- Ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu iz stava 1 ovog člana mogu se pružati nakon dobijanja rješenja o upisu u Centralni turistički registar u skladu sa čl. 77 i 78 ovog zakona.
- Ugostiteljske usluge u seoskom domaćinstvu iz stava 3 ovog člana sa više od deset soba i/ili sa više od 20 ležaja, mogu vršiti ugostitelji.
- Minimalno-tehničke uslove, uslove za kategoriju i način kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge u seoskom domaćinstvu propisuje Ministarstvo.

<sup>5</sup> „Službeni list Crne Gore“, br. 002/18 od 10.01.2018, 004/18 od 26.01.2018, 013/18 od 28.02.2018.

U tom smislu, Zakonom je definisano da ugostiteljske usluge može da pruža seosko domaćinstvo koje obavlja poljoprivrednu djelatnost i koje se nalazi u ruralnom području.

Minimalno-tehnički uslovi, uslovi za kategoriju i način kategorizacije objekata regulisani su Pravilnikom o minimalno-tehničkim uslovima, uslovima za kategoriju i način kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge u seoskom domaćinstvu<sup>6</sup>. Pored agroturizma, Zakon o turizmu i ugostiteljstvu reguliše i druge proizvode u oblasti ruralnog turizma. Turističke usluge koje uključuju sportsko-rekreativne i avanturističke aktivnosti regulisane su članovima 54 i 55, dok Član 105 Zakona reguliše pitanja koja se tiču kampova.

Pored ovog zakona, donijet je i *Zakon o planinskim stazama* koji uređuje pitanja od značaja za utvrđivanje, uređenje i korišćenje planinskih staza<sup>7</sup>.

Sa stanovišta proizvoda avanturističkog turizma, značajni su *Zakon o raftingu* („Službeni list Crne Gore“, br. 53/11) i *Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o raftingu*, kao i Uredba o minimalno - tehničkim uslovima, načinu, sredstvima i opremi za pružanje pojedinih usluga koje uključuju sportsko - rekreativne i avanturističke aktivnosti<sup>8</sup>.

U istom smislu je značajan niz pravilnika koji regulišu ovaj segment turizma, kao što su Pravilnik o kriterijumima za razvrstavanje planinskih staza („Službeni list Crne Gore“, br. 20/11 od 15.04.2011), Pravilnik o obliku, dimenzijama i sadržaju turističke signalizacije planinskih staza („Službeni list Crne Gore“ br. 03/10 od 19.01.2010), Pravilnik o uslovima, načinu i postupku kategorizacije planinskih staza prema zahtjevnosti („Službeni list Crne Gore“, br. 31/12 od 15.06.2012), Pravilnik o uslovima, načinu i postupku klasifikacije planinskih staza prema namjeni („Službeni list Crne Gore“, br. 31/12 od 15.06.2012), te Pravilnik o uslovima, načinu i postupku izbora domaćina za održavanje planinskih staza („Službeni list Crne Gore“, br. 34/10 od 18.06.2010). Kada je kategorizacija kampova u pitanju, relevantan je Pravilnik o klasifikaciji, minimalno-tehničkim uslovima i kategorizaciji kampova.

Dodatno, za razvoj ruralnog turizma relevantni su i Zakon o nacionalnim parkovima, kao i prostorni planovi posebne namjene za nacionalne parkove.

- ✓ **Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja** (MPRR) svojim nadležnostima pokriva široko područje aktivnosti vezanih za poljoprivredu, ribarstvo, vodoprivredu, šumarstvo, lovstvo i drvnu industriju, kao i pitanja ruralnog razvoja.

Mjere podrške koje se tiču poljoprivredne proizvodnje izuzetno su važne zbog obezbjeđivanja obima i kvaliteta poljoprivrednih proizvoda, koji predstavljaju jedan od bitnih elemenata ponude u ruralnom turizmu. Kada je u pitanju ruralni razvoj i poslednjih godina prisutna je rastuća podrška poljoprivrednim gazdinstvima. U 2018. godini, podrška poljoprivrednicima je sprovedena kroz 23 mjere koje spadaju u tri seta mjera i to:

- 1: Mjere jačanja konkurentnosti proizvođača hrane (17 mjera podrške);
- 2: Mjere za održivo gazdovanje prirodnim resursima (4 mjere podrške); i
- 3: Mjere za poboljšanje kvaliteta života i širenje ekonomskih aktivnosti u ruralnim područjima (1. Diverzifikacija ekonomskih aktivnosti u ruralnim područjima i 2. Razvoj sela i izgradnja seoske infrastrukture).

Sa stanovišta ruralnog turizma, MPRR sprovodi mjere podrške diversifikaciji ekonomskih aktivnosti poljoprivrednih gazdinstava, nudeći bespovratnu podršku za prilagođavanje smještajnih kapaciteta i stavljanje istih u funkciju razvoja turizma i ostvarivanja dodatnih prihoda poljoprivrednih gazdinstava u ruralnim područjima.

<sup>6</sup> „Službeni list Crne Gore“, br. 50/13 od 30.10.2013.

<sup>7</sup> „Službeni list Crne Gore“, br. 51 od 22. avgusta 2008., 53/11.

<sup>8</sup> „Službeni list Crne Gore“, br. 06/12 od 27.01.2012.



Prvi Javni poziv za diverzifikaciju ekonomskih aktivnosti u ruralnim područjima MPRR je objavilo 2013. godine, što se može označiti početkom značajnije podrške razvoju ruralnog turizma u Crnoj Gori.

U periodu od 2013. do 2018. godine objavljeno je pet javnih poziva, koji su se odnosili na: Agrobudžet, adaptaciju objekata i nabavku namjenske opreme za potrebe turizma i ugostiteljstva do iznosa od 50% od prihvatljivih troškova. Poljoprivredni proizvođači koji su imali namjeru da se bave uslugama u oblasti turizma su imali mogućnost da adaptiraju prostorije za bavljenje turizmom (kupaćice, kuhinje, degustacione sale) ili nabave opremu neophodnu za pružanje usluga (inventar) do maksimalnog iznosa od 10.000 eura/€. Kroz sve pozive MPRR podržano je ukupno 46 aplikacija (odnosno 36 poljoprivrednih gazdinstava, koja su prijavila djelatnost bavljenja turizmom, uglavnom kroz unaprjeđenje smještajnih kapaciteta na gazdinstvu, u ukupnom iznosu od 147.439,88 eura/€. „Diverzifikacija gazdinstva i razvoj poslovanja“ će se u narednom periodu sprovoditi kroz MIDAS 2 projekat (kao IPARD like projekat) i Program razvoja poljoprivrede i ruralnih područja u okviru IPARD II 2014-2020 - IPARD II program (oko 3 miliona eura/€ za programski period 2015-2020).

MPRR pruža i podršku koja posredno doprinosi razvoju ruralnog turizma, a ista se realizuje kroz Agrobudžet. Mjera za razvoj sela i izgradnju seoske infrastrukture se realizuje u saradnji sa opštinama, a ima za cilj poboljšanje životnih uslova i kvaliteta života u ruralnim područjima, stvaranje uslova za razvoj poljoprivrede i drugih sektora vezanih za poljoprivredu, kao što je ruralni turizam. Podrška se daje u cilju poboljšanja ruralne infrastrukture, adaptacije i/ili rekonstrukcije postojećih puteva, vodosnabdjevanja, razvoja elektro-mreže i slično.

Takođe, MPRR je u 2017. godini u saradnji sa Međunarodnim fondom za razvoj poljoprivrede (IFAD), započelo projekat vrijednosti oko 13 miliona eura/€ za stvaranje klastera i razvoj ruralnih područja, koji se implementira u sedam crnogorskih opština (Nikšić, Šavnik, Žabljak, Bijelo Polje, Mojkovac, Petnjica i Berane), a koji se odnosi na poboljšanje infrastrukture vodosnabdjevanja, sistema za navodnjavanje, lokalnih seoskih puteva, a sve u cilju unaprjeđenja života na selu i stvaranja preduslova za povećanje dodate vrijednosti na gazdinstvu.

Treba naglasiti da se od 2015. godine objavljuje Javni poziv za dodjelu podrške investicijama u adaptaciju planinskih katuna, na osnovu kog poljoprivredna gazdinstva, koja tokom ljeta izdižu stoku na katune, imaju mogućnost dobijanja podrške za adaptaciju koliba na katunima i regulisanje vodosnabdjevanja. Kroz tri objavljena javna poziva do 2017. godine podržana su 42 korisnika, dok je tokom 2018. godine podrška predviđena za 62 potencijalna korisnika. U prethodnom periodu, u saradnji sa Ministarstvom Ekonomije (MEK) i lokalnim samoupravama, MPRR je počev od 2011. godine dodijelilo više od 200 solarnih panela poljoprivrednim proizvođačima koji izdižu stoku na katune.

### ✓ **Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (NTO)**

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (NTO) u svojoj nadležnosti ima isključivo promociju turističke ponude Crne Gore. Stoga NTO predstavlja krovnu organizaciju nacionalnog turističkog marketinga Crne Gore. NTO promovise različite elemente turističke ponude Crne Gore, pri čemu se na njihovom sajtu mogu naći i informacije o rutama i aktivnostima u prirodi, dok agroturizam nije zastupljen.

### ✓ **Lokalne turističke organizacije u Crnoj Gori (LTO)**

U Crnoj Gori postoje 23 lokalne turističke organizacije (LTO). Njihove se aktivnosti mahom odnose na promociju i informisanje u oblasti turizma i turističke ponude na lokalnom nivou. LTO na svojim Internet stranicama u manjoj ili većoj mjeri daju informacije o aktivnostima u prirodi, lokalitetima, stazama i rutama od značaja za turiste koji posjećuju ruralna područja, dok je teže naći informacije o smještaju u domaćinstvima, gdje ne postoji mogućnost on-line rezervacije smještaja.

### ✓ **Ostale organizacije**

U Crnoj Gori postoje i druge organizacije čije su aktivnosti usmjerene na oblast turizma, posebno ruralnog turizma, kako na regionalnom, tako i na lokalnom nivou uz poseban naglasak na aktivnostima organizacija civilnog sektora u ovom domenu.

## 1.4. Analiza globalnih trendova u ruralnom turizmu

### 1.4.1 Trendovi na svjetskom tržištu

Analize globalnih trendova pokazuju da od ukupnog broja stanovnika oko 55% populacije na globalnom nivou živi u ruralnim područjima. Prognozira se da će između 2020. i 2025. godine ukupna ruralna populacija zabilježiti porast, a zatim će taj broj početi da opada što će usloviti povećanje broja stanovnika u gradskom u odnosu na ruralno područje na globalnom nivou.<sup>9</sup>

Tekuće tendencije na tržištu i karakteristike turističke tražnje povoljno utiču na razvoj ruralnog turizma, što potvrđuje i Svjetska turistička organizacija (UNWTO), koja ističe da se tržišni trendovi u turizmu kreću u korist ruralnog turizma. Uspješan razvoj ruralnog turizma zahtijeva praćenje savremenih svjetskih trendova i primjenu iskustava najboljih turističkih operatera u ovoj oblasti. Jedan od najvažnijih trendova je diverzifikacija na turističkom tržištu. U ruralnom turizmu je bitno promovisati jedinstveno, unikatno i tipično tržište, što utiče na povećanje tražnje, a destinaciju čini privlačnijom i prepoznatljivijom.<sup>10</sup> Povećanom interesovanju tražnje za ruralna područja značajno doprinosi način života, prvenstveno urbane populacije. „Promjene u motivima putovanja omogućile su da se ruralni turizam nađe na listi perspektivnih turističkih proizvoda, čiji se intenzivan razvoj tek očekuje”.<sup>11</sup>

Ovaj oblik turizma obuhvata ukupne turističke aktivnosti koje se odvijaju u ruralnim oblastima, sa veoma širokim obimom aktivnosti, usluga vlasnika seoskih turističkih gazdinstava i drugih pripadnika ruralne populacije, motivisanih dodatnim prihodima od bavljenja turizmom. Ruralni turizam uključuje i posjete nacionalnim parkovima i parkovima prirode i ostaloj prirodnoj i kulturnoj baštini u ruralnim područjima. „Razvoj ruralnog turizma može da doprinese ekonomskom osnaživanju ruralne populacije, jačanju lokalnih i regionalnih ekonomija i cjelokupne ekonomije”.<sup>12</sup>

Iskustva drugih zemalja pokazuju da razvoj ruralnog turizma pozitivno utiče i na socio-kulturnu revitalizaciju ruralnih područja, te je stoga ovaj vid turizma neizostavni dio strategija ruralnog razvoja velikog broja zemalja.

Pod savremenim trendovima se podrazumijeva i promocija i dostupnost informacija o ruralnim područjima na Internetu. Turisti se sve češće informišu o destinacijama i samostalno organizuju putovanja putem Interneta. U narednom periodu se očekuje unaprjeđenje ruralne sredine usljed činjenice da ruralni turizam karakteriše rastući trend i da postoje pretpostavke za njegov razvoj, što se ostvaruje kroz razvoj kreativnog turizma i inovacija, tj. interpolacijom više oblika turizma u jedinstvenu ponudu, kroz edukaciju ljudskih resursa u cilju sprečavanja i smanjenja negativnih učinaka pri razvoju turizma.

Od suštinske važnosti je značajno prepoznati zahtjeve turista koje je potrebno uključiti u ruralnu turističku ponudu, imajući u vidu da je ruralna turistička tražnja uslovljena motivacijom, sviješću, emocijama, znanjem (koji formiraju ponašanje turista), te da je cjenovno i dohodovno elastična.

<sup>9</sup> Rural Poverty Report- New realities, new challenges: new opportunities for tomorrow's generation, International Fund for Agricultural Development (IFAD), Rome, Italy, 2010

<sup>10</sup> Samuelson, P.A. & Nordhaus, W. A. 2005. Economics. Tata Mc-Graw-Hill: New Delhi

<sup>11</sup> UNWTO- Tourism Highlights, UNWTO, 2016

<sup>12</sup> Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, UNWTO, 2018

Novе tendencije na strani ponude i tražnje u ruralnom turizmu na globalnom nivou su sledeće:

- *Kreativni turista* se transformiše od neosjetljivog pojedinca koji ne poznaje lokalnu kulturu u učenika i kolegu koji prima i razmjenjuje znanje sa domaćinima.<sup>13</sup> Iz ovog razloga na strani ponude, davaoci usluga su u ruralnom turizmu pronašli način na koji razvijaju nove strategije u cilju promocije originalnih mjesta, koje se od drugih ponuda razlikuju po kreativnim ili prepoznatljivim aktivnostima.
- *Kreativnost u stvaranju turističke ponude* je uticala na privlačenje velikog broja gostiju ovog tipa. Neki domaćini organizuju aktivnosti u okviru gazdinstva sa ciljem boljeg upoznavanja turista sa lokalnim životom. Turisti odsijedaju u kući domaćina i biraju aktivnosti kojima će se baviti u okviru gazdinstva. Nije rijetkost da sami domaćini ponude set aktivnosti gostima. Za goste kojima je dominantan vizuelni doživljaj, organizuju se prikazi iz života seoskog stanovništva. Mnogi mještani rekonstruišu svoje posjede i prikazuju posjetiocima svoje materijalno i nematerijalno (običaje, rituale, tradiciju), kulturno nasljeđe. Ekološki osviješćeni gosti uživaju u aktivnostima poput pješačenja, planinarenja, jahanja ili vožnje biciklom, a kreativniji domaćini organizuju razne radionice gdje gosti uče o lokalnoj gastronomiji, kulturi, načinu života i stiču nove vještine.
- *Turisti koji tragaju za autentičnošću* se dijele u dvije osnovne grupe. Prva grupa su pripadnici masovnog turizma koji tragaju za autentičnim doživljajima, kada je autentičnost koncipirana kao dio proizvoda predstavljenog turistima.<sup>14</sup> Ovaj vid turističke ponude u ruralnom turizmu se naziva i „vještačkom“ autentičnošću. Odnosi se na sadržaje, odnosno na tzv. stvorene resurse (turističku infrastrukturu, posebne događaje, zabavu, kupovinu) koje je lokalno stanovništvo kreiralo kako bi privuklo radoznale turiste koji su unaprijed odredili stereotipne slike mjesta u kome žele da borave (npr. dekorativni fizički objekti, reprodukcije istorijskih događaja, folklor ruralnih područja koji oslikava identitet različitih geografskih oblasti zemlje).  
Dругu grupu čine turisti koji tragaju za iskonskom autentičnošću<sup>15</sup>. Ovaj vid ponude je u korelaciji sa realnim životom lokalnog stanovništva, kada se tražnja kreira na osnovu slike sela koju turisti žele da dožive. Činjenica da se turisti na globalnom planu sve više interesuju za istoriju, kulturu i tradiciju određenog kraja i žele da se integrišu u lokalni život tokom boravka u destinaciji, donosi niz pozitivnih uticaja koji se ogledaju u otvaranju novih radnih mjesta i oživljavanju privrede u nerazvijenim područjima. Mada eksperti ne predviđaju masovni rast ruralnog turizma, očekuje se da se turističke aktivnosti u ruralnim područjima razvijaju uz pojavu novih proizvoda i redizajn starih. Glavni uzrok takvog trenda ogleđa se u nedovoljnoj angažovanosti zaposlenih u turizmu pri kreiranju novih turističkih paketa za privlačenje gostiju željnih odmora daleko od velikih rizorta, te upoznavanja malih neotkrivenih krajeva.
- *Nezavisni i društveno osviješćeni gosti* su važan segment tražnje. Mada još uvijek ne postoji efikasna strategija za masovni razvoj ruralnog turizma, ruralna područja u svijetu se sve više doživljavaju kao destinacije na kojima se može zabaviti, provesti slobodno vrijeme i steći drugačije iskustvo nego u urbanim područjima karakterističnim za masovni turizam. Ruralni turizam privlači određeni tip gostiju željnih alternativne ponude koja donosi specifična iskustva. Takvi gosti su u većoj mjeri društveno i ekološki osviješćeniji od ostalih tipova gostiju, pa očekuju da ovaj tip turističke ponude bude u skladu s njihovim uvjerenjima. Oni uglavnom putuju automobilom da ne bi zavisili od prevoznika, te traže autentičnost, tj. ponudu „sa stilom“, a ne standardnu već viđenu hotelsku dobrodošlicu. Takvi gosti očekuju više sadržaja, komunikaciju sa lokalnim stanovništvom, a odmor koriste uglavnom van sezone. Ovaj profil turista od domaćina očekuje kreativnost i autentičan proizvod povezan sa tradicijom.

<sup>13</sup>Izvor: Richards, G., 2010. Tourism Development Trajectories - From Culture To Creativity? *Encontros Científicos - Tourism & Management Studies*, Nr. 6, pp. 9 – 15.

Richards, G., 2011. Creativity and Tourism. The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, Nr. 4, pp. 1225–1253

<sup>14</sup> Izvor: MacCannell, D., 1973. Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *The American Journal of Sociology*, Vol. 79, Nr. 3, pp. 589-603.

<sup>15</sup> Izvor: Cole, S., 2007. Beyond Authenticity and Commodification. *Annals of Tourism Research*, Vol. 34, No. 4, pp. 943–960.

Kako je turizam vezan za aktivnosti u prirodi (tzv. avanturistički turizam) neizostavan dio ruralnog turizma, posebno su važni trendovi u ovom, rastućem segmentu tražnje. Karakteristično je da je, pored prirode i fizičke aktivnosti, kultura treći ključni element ovog proizvoda. Motivi za putovanja ovih turista su sledeći:<sup>16</sup>

- Želja za tzv. transformacijom, odnosno ličnim razvojem i postignućima;
- Šire razumijevanje i viđenje svijeta i drugih kultura;
- Učenje, odnosno sticanje novih znanja, vještina i iskustava;
- Otkrića u prirodi – prirodne ljepote i predjeli;
- Mentalno zdravlje – bjekstvo od svakodnevnice i mir;
- Zabava i uzbuđenje, tj. adrenalinske aktivnosti;
- Povezivanje, kako sa ljudima s kojima putuju, tako i sa lokalnim stanovništvom;
- Doživljaji sa dubljim značenjem, koji ostaju kao trajna uspomena;
- Fizičko zdravlje;
- Jedinstvena, neočekivana iskustva.

Asocijacija organizatora avanturističkih putovanja (*ATTA – Adventure Travel Trade Association*) procjenjuje da je ovo tržište, kada su u pitanju međunarodna putovanja, vrijedno 683 milijarde američkih dolara, ne računajući putovanja stanovnika Azije, sa prosječnom godišnjom stopom rasta od 2012. godine od 21%.<sup>17</sup> Istovremeno, Međunarodna finansijska korporacija (*IFC – International Finance Corporation*), u svom izvještaju tvrdi da je globalno (međunarodno i domaće) tržište lakog avanturističkog turizma 2016. godine vrijedilo 470 milijardi američkih dolara, te da je iste godine ostvareno 357 miliona putovanja.<sup>18</sup>

### 1.4.2 Ruralni turizam: tendencije na evropskom tržištu

Turizam doprinosi povećanju zaposlenosti i ekonomskom rastu i razvoju u ruralnim ili manje razvijenim područjima. Stoga je razvoj ruralnog turizma postao glavni element ruralnih i regionalnih razvojnih politika u EU i jedna od najvažnijih strategija za diversifikaciju ekonomskih aktivnosti u nerazvijenim ruralnim područjima. Ruralna područja zauzimaju 90% teritorije Evropske Unije u kojima živi oko 60% njenog stanovništva. Poljoprivreda i šumarstvo koriste najveći dio zemljišta i imaju ključnu ulogu u upravljanju prirodnim resursima u ruralnim područjima. Sinergija poljoprivrede i turizma obezbjeđuje socio–ekonomski razvoj ruralnih područja i platforma je ekonomske diversifikacije u ruralnim zajednicama, pa je zato jačanje politike ruralnog razvoja jedan od najvećih prioriteta EU.

Panevropska asocijacija ruralnog turizma 2008. godine je evidentirala oko 200.000 registrovanih pružalaca usluga u ruralnom turizmu Evrope, sa preko dva miliona ležaja. Procjenjuje se da smještaj na poljoprivrednim gazdinstvima, u privatnim seoskim kućama, u malim porodičnim pansionima i hotelima ostvaruje direktnu godišnju turističku potrošnju od oko 12 milijardi eura/€. Uz lokalnu dodatnu vrijednost i multiplikativne efekte, taj iznos dostiže 26 milijardi eura/€. Ukoliko se tome pridodaju i dnevne posjete, ponuda se procjenjuje na više od dvostruko od zvanično registrovanih iznosa, te ukupna potrošnja u okviru ruralnog turizma u evropskim područjima vjerovatno premašuje 65 milijardi eura/€.<sup>19</sup> Impresivan je podatak da se oko 98% svih registrovanih smještajnih objekata u oblasti ruralnog turizma nalazi u zemljama članicama EU.

<sup>16</sup> Izvor: ATTA (2017) *The New Adventure Traveler*, Adventure Travel Trade Association.

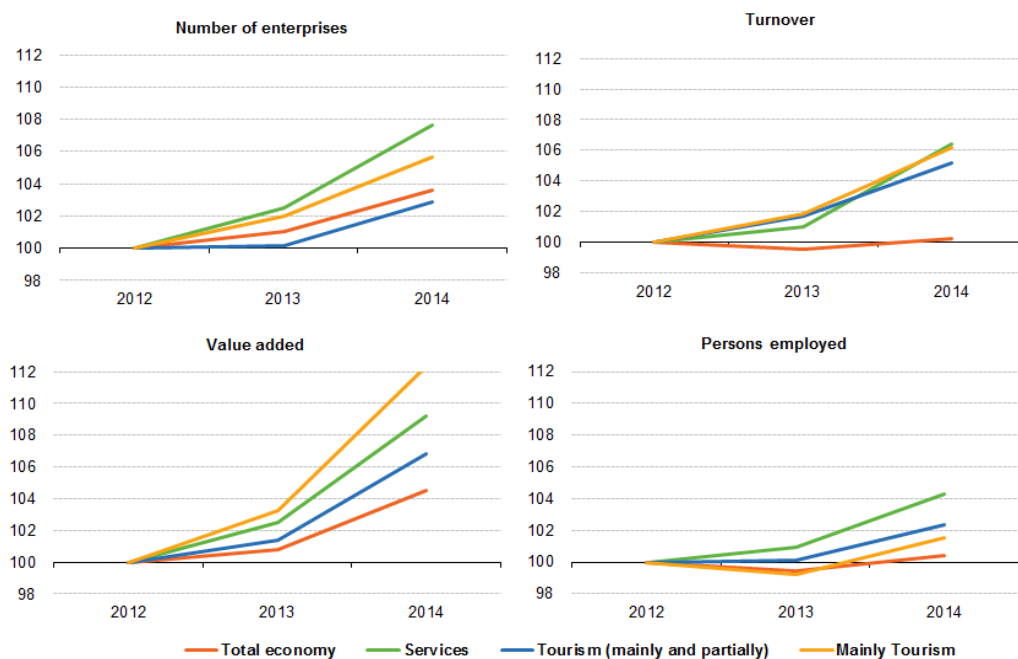
<sup>17</sup> Izvor: ATTA (2018) *20 Adventure Trends to Watch in 2018*, Adventure Travel Trade Association

<sup>18</sup> Izvor: IFC (2017) *The Case for Change for Tourism in Papua New Guinea: Papua New Guinea Demand Assessment Highlights*, International Finance Corporation

<sup>19</sup> Muhi, B. (2013) *Rural tourism as a component of integral and sustainable rural development in Vojvodina*. Collection of Matica srpska for social sciences, 142, 135-143.

Prema podacima EUROSTAT-a<sup>20</sup>, u zemljama EU-28 u periodu od 2012. do 2014. godine turistička industrija je imala snažniji rast (uz neznatna odstupanja), od ukupnog ekonomskog rasta ukupne ekonomije posmatrajući sve indikatore. Analizirajući industrije koje „uglavnom čine turizam“, ostvarena dodata vrijednost zabilježila je porast od 12% u periodu od 2012. do 2014. godine. Istovremeno, broj preduzeća i promet su porasli za 6%, a broj zaposlenih za 2%. Stope rasta u ukupnoj ekonomiji bile su 5%, 4%, 0,2% i 0,4% respektivno.

**Grafik 1:** Trendovi ekonomije, turizma i usluga u zemljama EU-28 u periodu od 2012. do 2014. godine



Prema istom izvoru podataka, od četiri preduzeća u turističkoj industriji više od tri se bave pružanjem usluga smještaja ili pružanjem usluga hrane i pića. Prema podacima EUROSTAT-a, u periodu 2012-2014. godine, od ukupnog broja zaposlenih, čak 79% je poslovalo u turizmu.

Turističke agencije i turoperatoru ostvarile su promet od 163 milijarde eura/€ u 2014. godini, što čini 17% prometa u turističkoj industriji EU. U 2014. godini jedno od deset preduzeća u evropskoj nefinansijskoj privredi pripadalo je turizmu, odnosno 2,3 miliona preduzeća je zapošljavalo oko 12,3 miliona ljudi. Preduzeća čije su djelatnosti vezane za turizam u 2014. godini činila su 9,1% zaposlenih u cijeloj nefinansijskoj privredi i 21,5% zaposlenih u sektoru usluga.<sup>21</sup>

Prema podacima EUROSTAT-a, za 2015. godinu, oko 28% stanovništva EU-28 živjelo je u kućama u ruralnom području. Više od jedne četvrtine pripadnika populacije EU u starosnoj dobi 30-34 godine, živjelo je u ruralnim područjima i imalo tercijarni nivo obrazovanja. Stopa nezaposlenosti u zemljama EU-28 u ruralnim područjima iznosila je 9,1% u 2015. godini, što je nešto niže od stope nezaposlenosti u gradovima (10,0%). Veoma niska stopa nezaposlenosti, sa manje od 4%, karakteriše ruralna područja Austrije, Njemačke i Velike Britanije.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Eurostat (2018) Tourism industries - economic analysis. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_industries\\_-\\_economic\\_analysis](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_-_economic_analysis)

<sup>21</sup> Eurostat (2017) Tourism statistics. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics)

<sup>22</sup> Eurostat (2017) Statistics on Rural Areas in the EU [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics\\_on\\_rural\\_areas\\_in\\_the\\_EU](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_rural_areas_in_the_EU)

Prema podacima Eurobarometra za 2015. godinu, oko 27% evropskih turista smatra da su kulturna iskustva glavni razlog za odlazak na odmor. Ovi putnici daju prednost sticanju iskustava u odnosu na klasična razgledanja, a posebno vole da komuniciraju sa mještanima. Mnoge zemlje u razvoju imaju ruralna područja sa zanimljivim kulturama i tradicijama, što pruža brojne mogućnosti davanja usluga u ruralnom turizmu.

Najveća receptivna, ali i emitivna tržišta ruralnog turizma u Evropi su: Francuska, Njemačka, Austrija, Velika Britanija i Italija, koje zajedno čine preko tri četvrtine ukupnog tržišta ruralnog turizma Evrope. Prema učešću domaćinstava koja se bave ruralnim turizmom u ukupnom broju domaćinstava koja se bave poljoprivredom, prednjače Austrija (8%), Francuska (6%), Irska i Njemačka sa udjelom od oko 3%, dok je u Italiji to svega 0,3%, mada npr. Toskana spada u svjetske top destinacije ruralnog turizma.<sup>23</sup> Razvoj ruralnog turizma u EU, a posebno u pomenutim zemljama, temelji se na identičnim ciljevima: održavanju i jačanju poljoprivredne proizvodnje na porodičnim gazdinstvima, socijalnoj koheziji kroz mogućnost indirektnog zapošljavanja i ostvarivanja značajnog prihoda kroz turističke usluge i smanjivanju depopulacije ruralnih područja. Stoga je ruralni turizam postao strateški državni interes mnogih zemalja koji se manifestuje na više načina.

Savremeni turistički trendovi odlikuju se sve većim usmjeravanjem ka ruralnim destinacijama, sve izraženijom personalizacijom, povećanim interesovanjem i značajnom tražnjom turista za nestandardnim turističkim proizvodima. Zbog toga se u zemljama sa razvijenom turističkom ponudom mnogo veća pažnja posvećuje razvoju ruralnog turizma koji čini jednu od važnijih komponenti razvoja turizma i integralnog i održivog razvoja sela i ruralnih regiona.

Procjene o obimu turističke tražnje od strane UNWTO, podrazumijevaju njihov pozitivan uticaj na ukupne odnose na turističkom tržištu, s obzirom na dominantan položaj tražnje u odnosu na turističku ponudu. U tom kontekstu, kao preovlađujuće tendencije na strani turističke tražnje, posebno u Evropi, izdvajaju se sledeće:

- 1. Putovanja su u porastu, ali prema bezbjednijim destinacijama** - Evropsko tržište putovanja kontinuirano raste, uprkos geopolitičkoj nestabilnosti na globalnom nivou. Međutim, evropski putnici sve više biraju destinacije za koje smatraju da su relativno sigurne. Ovo otvara nove mogućnosti za destinacije koje nijesu pogođene terorističkim napadima i nestabilnom političkom situacijom.
- 2. Ekskluzivna i autentična turistička iskustva su sve popularnija** – Putnici iz Evrope sve više traže jedinstvena, ekskluzivna iskustva koja stvaraju trajne uspomene. Dio ovog trenda odnosi se na interesovanje za autentična iskustva na netradicionalnim destinacijama gdje putnici mogu da ostvare interakciju sa lokalnim stanovništvom. Destinacije u zemljama u razvoju, sa svojim jedinstvenim kulturnim i prirodnim resursima, savršeno odgovaraju ovom trendu. Sve popularniji izraz ovog kretanja je ruralni turizam. Ovo stvara nove mogućnosti putnicima da aktivno učestvuju u aktivnostima koja su karakteristične za odredište. Aktivnosti se kreću od tradicionalnog kuvanja do plesa, pravljenja rukotvorina ili umjetničkih djela.
- 3. Rast trenda "peer-to-peer" putovanja** – Odnose se na ekskluzivne i autentične doživljaje, putovanja kod kojih stanovnici destinacija nude turističke usluge i proizvode putnicima direktno putem online platformi, bez uključivanja profesionalnih turističkih posrednika (*peer-to-peer*). Tačan uticaj na tradicionalnu turističku industriju ne može precizno da se procijeni, ali svakako stvara dodatne prilike. Ova vrsta putovanja podrazumijeva smještaj u kućama lokalnih stanovnika, lokalnu ishranu i slično. Ture i aktivnosti koje nudi ovaj vid turizma imaju više lokalnog, iskustvenog i jedinstvenog doživljaja, u odnosu na ture koje realizuju tradicionalni vodiči, što lokalnim stanovnicima pruža mogućnost da ponude svoje ture i aktivnosti.
- 4. Zrela emitivna tržišta preferiraju personalizovano putovanje** - Personalno putovanje postaje sve popularnije među evropskim putnicima. Ovi putnici zahtijevaju aranžmane u skladu sa njihovim ličnim preferencijama i budžetom.

---

<sup>23</sup> Bačac, R. (2011) Priručnik za bavljenje seoskim turizmom - korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja. Hrvatska: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.

5. **Sve veće interesovanje za specijalizovana putovanja** – Putnici iz Evrope sve više preferiraju specijalizovana putovanja od masovnih aranžmana, posebno oni sa zrelih emitivnih tržišta. Ovo nudi mogućnost za perspektivan razvoj ruralnog turizma. Prema nalazima stručnjaka iz oblasti turističke industrije, segmenti turizma koji imaju potencijal na evropskom tržištu uključuju: avanturistički turizam (uključujući biciklizam i ronjenje), gastronomski turizam baziran na lokalnoj kuhinji, kulturni i religijski, kao i turizam zasnovan na prirodi, zeleni i wellness turizam. „Zeleni“ turizam<sup>24</sup>, zdravstveni turizam i turizam vezan za prirodno i kulturno okruženje u sinhronizovanom dejstvu su okosnica eko turizma, alternativnog ili odgovornog turizma. Bitan dio ovog, sve važnijeg oblika turizma je i ruralni turizam.
6. **Pojavljaju se nove ciljne grupe** - Relativno nove ciljne grupe turista iz Evrope postaju interesantna za tržišta. Ispunjavanje njihovih specifičnih potreba i želja može ponuditi dobre poslovne mogućnosti. Kako se starost i struktura stanovništva mijenja, pojavljuju se nove vrste putnika. Relativno nove ciljne grupe uključuju: starije putnike, putnike sa invaliditetom, putnike koji putuju sami, porodice sa starijom djecom, samohrane roditelje, milenijalce<sup>25</sup> i druge.
7. **Online prisustvo postaje neophodno** – U cilju što efikasnijeg privlačenja putnika iz Evrope, prisustvo ponude na Internetu postaje neophodno. Društveni mediji, sajтови i blogovi su ključni kanali za komunikaciju sa potencijalnim kupcima. Vizuelno prezentovane priče predstavljaju efikasan način da se dođe do potrošača.
8. **Održivost postaje norma** - Evropska turistička industrija sve više zahtijeva održivost od svojih dobavljača. Održivi pristup je takođe u interesu same destinacije, kako bi se osigurala dugoročna zaštita. Prema prognozama, u 2030. godini 57% međunarodnih dolazaka turista će biti ka zemljama u razvoju. Ovo je znatno povećanje u poređenju sa 45% u 2015. godini. Da bi se zaštitila i očuvala lokalna sredina i zajednica potrebno je usredsrediti se na održivi razvoj destinacije.
9. **Dugi letovi sa niskim troškovima** - omogućavaju da se stvore prilike za otvaranje Evropskog tržišta dalekih putovanja. Niskotarifni prevoznici ulaze na tržište dugih letova, a tradicionalni prevoznici na dugim relacijama nude niske cijene. Ove veze mogu znatno stimulisati putovanje do odredišta<sup>26</sup>.

Kriza u masovnom turizmu rezultirala je i u nemogućnosti velikih turoperatora da dosegnu djelove tržišta koji danas sve više traže personalizovan odmor, daleko od masovnih turističkih odmarališta, gdje postoji mogućnost da upoznaju lokalne običaje, područje i lokalnu zajednicu. Ovaj segment potrošača danas čini veliki dio tržišta, posebno na jugu Evrope, što ukazuje na velike mogućnosti i potencijale za razvoj prije svega ruralnog turizma. I pored ovakvih tržišnih trendova, asortiman ponuđenih proizvoda u turizmu još uvijek nije u skladu sa tržišnim zahtjevima, koji prije svega podrazumijevaju:

- Želju za nezavisnošću (male grupe, vožnja u sopstvenom automobilu);
- Potragu za specifičnim „stilom“, autentičnošću, a ne standardizovanom uslugom;
- Privlačnost odmora koji nude „sadržaj“, intelektualno otkriće i kontakt sa lokalnim stanovništvom;
- Potražnju snažno orijentisanu prema vansezonskom turizmu sa kratkim boravkom (petak, subota, nedjelja ili najviše nedjelju dana).

<sup>24</sup> Zeleni turizam i eko turizam dijele zajedničke karakteristike, kao to što oba vida turizma podrazumijevaju brigu o prirodi. Razlika je u tome što su ekoturisti fokusirani na izučavanje prirode i uživanje u doživljajima koji su direktno vezani za prirodu, dok „zeleni“ turisti prirodu vide kao okruženje u koje bježe od svakodnevnice i stresa.

<sup>25</sup> Milenijalce drugačije nazivaju i Generacija Y. Ne postoji saglasnost oko toga kom vremenskom rasponu pripadaju po osnovu godine rođenja. Šire posmatrano, radi se o generacijskoj grupi kojoj pripadaju mladi ljudi rođeni u periodu od ranih osamdesetih godina prošlog vijeka do ranih dvijehiljaditih.

<sup>26</sup> Izvor: CBI, Ministry of Foreign Affairs (2017): “Which trends offer opportunities on the European outbound tourism market?” <https://www.cbi.eu/node/2208/pdf/>



Dakle, turisti danas traže visoko personalizovan i tradicionalan proizvod, koji ruralna područja mogu ponuditi. Neke od ruralnih destinacija su već shvatile ovu činjenicu, što potvrđuje stvaranje prvih lanaca proizvoda u oblasti ruralnog turizma - bilo od institucija za promociju, udruženja ili malih i srednjih turoperatora čiji brojevi rastu u ovom sektoru. Međutim, potrebno je puno truda da se ovi trendovi iskoristili na pravi način, zato razvoju ruralnog turizma treba pristupiti strateški i planski<sup>27</sup>.

### 1.4.3 Tendencije na strani ponude i tražnje u ruralnom turizmu Evrope<sup>28</sup>

Ruralni turizam se uklapa u evropske turističke trendove koji uključuju autentične, jedinstvene doživljaje i lokalni način života. Evropski turisti zainteresovani za ruralni turizam žele da iskuse izvorne prirodne krajolike i autentičan smještaj. Ruralne zajednice u zemljama u razvoju često imaju dragocjene resurse za pružanje takvih iskustava. Na strani ponude u ruralnom turizmu se nalazi sledeće:

- Smještaj u ruralnim i seoskim područjima;
- Sadržaji-aktivnosti i atrakcije;
- Boravak u kampovima, seoskom domaćinstvu ili porodičnom pansionu i poljoprivrednom gazdinstvu, na bazi Bed & Breakfast;
- Smještaj u malom seoskom hotelu, šatoru, kućici na drvetu (glamping), seoskoj kući;
- Sadržaji koji zahtijevaju prisustvo domaćih životinja;
- Organizovanje izleta brodićem, biciklizam;
- Kulinarske radionice i radionice za izradu rukotvorina;
- Jahanje, ribolov i druge sportske aktivnosti; plivanje;
- Organizovanje tura (posjeta drugim selima uz konzumiranje kafe, čaja, degustaciju vina), pješačke staze;
- Blizina arheoloških nalazišta i kulturnih centara;
- Kulturno tematske i gastronomske staze.

Klijentela u ruralnom turizmu je generalno visoko obrazovana i pripada višim društveno-ekonomskim grupama, te se može podijeliti na četiri glavna segmenta:

#### 1. Starije generacije

Ruralni turizam je posebno popularan među starosnim grupama od 50 do 70 godina starosti, koje imaju više slobodnog vremena i finansijskih sredstava od ostalih grupa. U ovoj grupi preovlađuju putnici koji uživaju u ruralnom, tihom okruženju i novim iskustvima, očekuju veću vrijednost za novac i spremni su da plate više za autentična iskustva. Ovaj segment tražnje preferira bolji komfor nego mlađe starosne grupe.

*Preporuke: Preporučivo je fokusirati na ovaj segment tražnje koji je najzainteresovaniji za ruralni turizam. Pri marketinškim aktivnostima u ponudi treba naglasiti jedinstvene autentične karakteristike proizvoda, koristiti Internet, ali i tradicionalne medije prilikom promocije.*

#### 2. Mlađi putnici

Drugi po veličini tržišni segment su mlađi putnici u starosnoj dobi od 18 do 30 i od 31 do 44 godine. Radi se o populaciji koja je najčešće više putovala u najranijoj mladosti ili se školovala u inostranstvu, uz izraženo interesovanje za dalje istraživanje novih destinacija.

<sup>27</sup>Izvor: Rural Tourism: the need for a product strategy (<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-en/biblio/touris/art07.htm>)

<sup>28</sup> CBI, Ministry of Foreign Affairs (2017): What are the opportunities for rural tourism from Europe? <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/rural-tourism/rural-tourism-europe/>

Izdvajaju se dvije grupe mladih putnika:

- Sa visokim prihodima i sa malo vremena. Riječ je o mladim profesionalcima sa visokim prihodima, ali ograničenim vremenom za putovanje u starosti između 31-44 godine, koji često putuju u parovima. Ova grupa traži neobično iskustvo tzv. „jednom u životu“ i nastoji da ima što sadržajnije, ali i komforan odmor.
- Tržišni segment sa nižim dnevnim budžetom u starosnoj dobi između 18-30 godina. Uprkos niskom dnevnom budžetu, ovi turisti se dugo zadržavaju, od mjesec do čak godinu dana. Najčešće biraju jeftiniji smještaj, učestvuju u aktivnostima sa lokalnim stanovništvom, teže da dožive lokalne atrakcije i konzumiraju lokalne proizvode. Nerijetko kombinuju svoje putovanje sa volonterskim radom.

*Preporuke: Razviti jedinstvenu kombinaciju smještaja i iskustava, zajedno sa drugim pružaocima usluga u ruralnom turizmu na lokalnom nivou. U promociji naglasiti jedinstvena iskustva „jednom u životu“. Nuditi različite mogućnosti smještaja i aktivnosti koje mladi „ruralni“ turisti mogu kombinovati. Razlog za ovakav pristup je što na takav način mogu kreirati lični putnički paket koji ispunjava njihov budžet. Po potrebi se povezati i sa volonterskim organizacijama.*

### 3. Porodice

Veliki rastući tržišni segment ruralnog turizma su porodična putovanja roditelja sa djecom ili više generacija koje putuju zajedno. U Njemačkoj su porodice jedan od najvećih tržišnih segmenata ruralnog turizma. Porodice žele dobre smještajne i ugostiteljske objekte, skladan odnos sigurnosti i zabave, vole da kombinuju seoske praznike i zabavu i uživaju u kulturnom nasleđu.

*Preporuke: Porodicama u ruralnom turizmu je potrebno ponuditi prilagođen porodični smještaj, poput povezanih soba ili sobe koje su jedna pored druge, programe za djecu, igrališta, bazene. U pakete ponude bi bilo poželjno uključiti zabavne, edukativne i druge originalne sadržaje. Od značaja su posebni porodični popusti i paušalne cijene za cijelu porodicu.*

### 4. Osobe sa posebnim interesovanjima u ruralnom i seoskom turizmu

U porastu je interesovanje za rekreaciju u ruralnim prostorima kao glavni motiv posjete. Posebno su popularni biciklizam i šetnje u prirodi, za šta su posebno zainteresovani njemački i holandski turisti.

*Preporuke: U ponudu je potrebno uključiti što više lokalnih proizvoda, kao na primjer: jahanje ruralnim stazama, posjete poljoprivrednim gazdinstvima i seoskim objektima za pripremanje hrane i pružanje usluga, lokalne radionice rukotvorina. Posebnu pažnju treba posvetiti izvornim pejzažima, što je ponekad važnije od nivoa i kvaliteta smještajnih i ugostiteljskih objekata. Upravljanje kvalitetom je važno sredstvo za razumijevanje i ispunjavanje potreba i zahtjeva turista. Neophodno je razviti sistem upravljanja kvalitetom kako bi se provjerila očekivanja kupaca i njihov nivo zadovoljstva. U cilju poboljšanja turističke ponude, potrebno je uvesti ankete za posjetioce, obezbijediti povratne informacije od zaposlenih, turoperatora i novinara i analizirati komentare gostiju iz knjige utisaka.*

## 1.5 Analiza stanja u oblasti ruralnog turizma u Crnoj Gori iz perspektive postojeće ponude i tražnje

Crna Gora obiluje resursima i potencijalima za razvoj različitih oblika turizma sa posebnim akcentom na: nautički, zdravstveni, ruralni, eko-turizam, planinski, sportsko-rekreativni, kulturni, vjerski i manifestacioni turizam. Kada je riječ o potencijalima i resursima za razvoj ruralnog turizma i njemu bliskih oblika poput eko-turizma i planinskog turizma, distribucija između regiona je različita. MEK je u 2011. godini izradio Mapu resursa u kojoj je, između ostalog, dat prikaz resursa od značaja za turizam, klasifikovan po regionima.<sup>29</sup> Samu ponudu u domenu ruralnog turizma u Crnoj Gori treba posmatrati sa aspekta više elemenata, kao što su smještajni kapaciteti, infrastruktura, proizvodi, odnosno ponuda organizatora putovanja.<sup>30</sup>

### 1.5.1 Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi

U Crnoj Gori postoji nacionalna biciklistička mreža i formirane regionalne i lokalne biciklističke staze kroz planinske i ruralne predjele. Postoji pet nacionalnih markiranih biciklističkih staza. Mreža takozvanih "Vrhunskih biciklističkih staza" je nastala kao rezultat odluke MORT da se unaprijedi biking i hiking ponuda zemlje čiji planinski predjeli predstavljaju idealne terene za različite vrste ponude u oblasti aktivnog turizma. Ove staze povezuju sve od planina, glečerskih jezera, planinskih rijeka, Jadranskog mora do značajnih kulturno istorijskih spomenika i živopisnih sela. I pored odlične infrastrukture, na pojedinim segmentima staza signalizacija je oštećena. Postoje i dvije regionalne staze Katunski put Granični visovi (koji obuhvata opštine Berane, Andrijevicu, Plav) i Rikavačko jezero – Jošanica. Lokalne biciklističke staze postoje na sjeveru u opštinama Andrijevicu, Berane, Bijelo Polje, Mojkovac, Kolašin, Plav i Gusinje, Plužine i Pljevlja. Postoji veliki broj staza za pješaćenje, te razvijena ponuda drugih aktivnosti poput raftinga, kanjonina i drugih. Takođe, postoje dvije vrhunske staze Nacionalne mreže planinskih staza za planinarenje – CT1 (Centralna transferzala) ukupne dužine 232 i PPT (Primorsko-planinarska transferzala) dužine 187km. Staze su uređene markirane. Takođe, vrijedno je napomenuti i regionalnu planinarsku stazu "Peaks of the Balkans" – "Vrhovi Balkana", koja se proteže kroz tri države (Crna Gora, Albanija, Kosovo) ukupne dužine 134km, koja je veoma atraktivna i posjećena.

Pokazalo se da su ljubitelji aktivnog odmora u prirodi i avanturističkog turizma važniji segment tražnje. Najčešće dolaze zbog planinarenja i planinskog biciklizma (*hiking & biking*)<sup>31</sup>. Njih interesuje priroda, tradicija, kultura, *slow food* koncept ishrane. S druge strane, ima i onih koji dolaze zbog seoskog ambijenta. To su mahom porodice i starija populacija koja traži aktivnosti vezane za domaćinstvo i neposredno okruženje. Veliko je učešće stranih posjetilaca, posebno kada su u pitanju domaćinstva, dok domaći turisti preferiraju komercijalne smještajne kapacitete.

Veliki broj posjetilaca dolazi u ruralna područja Crne Gore ne koristeći usluge agencija. Sami organizuju boravak i bave se različitim aktivnostima – planinarenje, biciklizam, pećanje ili se jednostavno na vrijeme prijave za neke od aktivnosti za koje je potreban stručan vodič (kanjonina, rafting i slično).

<sup>29</sup> Mapa resursa, Vlada Crne Gore, Ministarstvo ekonomije, 2011

<sup>30</sup> Ruralni turizam je širok pojam koji obuhvata više oblika turizma. Shodno tome, postoji veći broj proizvoda koje je moguće razvijati i koje Crna Gora ima, o čemu će biti reči u posebnom dijelu ove Strategije. U suštini, za potrebe ove Strategije proizvodi u ruralnom turizmu grupisani su u tri grupe: (a) agroturizam i boravak u seoskim domaćinstvima, (b) turizam baziran na aktivnostima u prirodi – koji obuhvata različite aktivnosti koje su proizvod onda kada se mogu kupiti, samostalno ili kao paket, i (c) ostali proizvodi vezani za ruralno kulturno nasleđe, uključujući gastronomiju.

<sup>31</sup>MORT je imalo i radnu grupu pod nazivom *Hiking & Biking* (planinarenje i biciklizam).

### 1.5.2 Agroturizam

Agroturizam i boravak u ruralnim domaćinstvima je proizvod koji tek treba da zaživi, jer postaje sve popularniji na tržištu. Turisti tragaju za autentičnim doživljajem ruralnog, aktivnom participacijom i kontaktom sa seoskim stanovništvom. Otvaranje seoskih domaćinstava za turiste je u povoju, ali su u takvim domaćinstvima često smješteni turisti kojima su aktivnosti u prirodi primaran motiv dolaska. Međutim, postoji i ponuda domaćinstava koja je namijenjena onima koji žele da uživaju u miru, domaćoj hrani i aktivnostima u okviru domaćinstva. Pozitivno je to što turističke agencije nude mogućnost smještaja i u seoskim domaćinstvima, katunima, etno selima, kao i planinskim kolibama i kućama što daje aranžmanima obilježje ruralnog turizma. Treba napomenuti i da je još uvijek mali broj lokalnih turističkih agenata koji nude aranžmane ili aktivnosti koji su u vezi sa ruralnim turizmom.

Sa stanovišta atraktivnosti ponude agroturizma, pokazalo se da domaćinstva koja čuvaju tradicionalni stil gradnje i opremanja prostora imaju veću tražnju, a oni koji proizvode sami hranu za svoje goste ostvaruju veću neto zaradu. Upravo u ovom dijelu MPRR konstantno daje podršku u cilju uvećanja stočnog fonda, površine pod zasadima, prerade proizvoda na poljoprivrednim gazdinstvima i slično.

Kada je riječ o ostalim proizvodima ruralnog turizma, postoji više vinskih i gastronomskih tura koje su u ponudi turistima, a jedna od atraktivnih ruta je i etno-gastronomska ruta na Skadarskom jezeru, nastala kao rezultat IPA projekta prekogranične saradnje Albanije i Crne Gore. Postoji veliki broj aktivnosti sa potencijalom da postanu proizvodi.

### 1.5.3 Ponuda organizatora putovanja

Proizvodi koji se mogu naći u ponudi turističkih agencija u Crnoj Gori variraju od unaprijed pripremljenih paket aranžmana za određeni vremenski period (od 5 do 15-20 dana), do ponude pojedinačnih sadržaja, odnosno proizvoda koje turisti mogu odabrati po svom nahođenju i napraviti plan putovanja koji odgovara lično njima. Jedan od primjera su agencije koje nude mogućnost modularnog bukinga ("modular booking"), pri čemu se turistima na primjer nudi mogućnost odabira pojedinačnih sadržaja iz različitih dostupnih kategorija (od katuna do katuna, avantura, boravak i aktivnosti na farmi). Takođe, turističke agencije nerijetko dobijaju zahtjeve za organizovanje posebnih sadržaja, odnosno aranžmana za pojedince, manje ili veće grupe turista, a jedan od primjera je organizovanje biciklističkih tura (definisanje rute, transfer opreme, vodiči) u skladu sa posebnim zahtjevima turista. Ture prilagođene posebnim zahtjevima turista se najčešće organizuju za grupe od 1 do 5 turista, a ono što je specifično za sve vrste tura koje se organizuju po zahtjevu turista jeste da su gotovo uvijek mješovitog karaktera, odnosno da se turistima nude aranžmani u sklopu kojih imaju kombinaciju boravka na moru i na planini. U ponudi su takođe i posebne ture za goste koji traže posebno iskustvo i koji žele da uživaju u luksuznijoj verziji ruralnog turizma, a ove ture se organizuju za posebne ciljne grupe i nazivaju se *ture specijalnih interesovanja* („special interest tours“), odnosno *prilagođena luksuzna putovanja* („tailor-made luxury travel“).

Pored tura i turističkih proizvoda koji se nude u Crnoj Gori, sve su popularnije regionalne ture koje se organizuju za turiste koji dolaze na duži vremenski period i žele da obišu više zemalja u regionu. Kada su u pitanju vrste sadržaja koje turističke agencije najčešće nude u okviru aranžmana, najpopularniji su: rafting, kanjoning, degustacione ture, obilazak katuna, pješačke ture, hajking, zip line, džip safari, obilazak seoskih domaćinstava i učestvovanje u tradicionalnim aktivnostima na poljoprivrednim gazdinstvima.

Praksa domaćih turističkih agencija pokazuje da strani turisti ne žele da dobiju samo gotove proizvode u vidu pojedinačnih aktivnosti, već oni traže kombinaciju sadržaja koji se nudi u ruralnom turizmu u Crnoj Gori. Iako turističke agencije navode da su strani turisti najzastupljeniji među grupama turista koje posjećuju ruralna područja, napominju da se i domaći turisti odlučuju za ovaj vid turizma u nekim slučajevima, a to je najčešće onda kada se organizuju team-building aktivnosti. Važno je i pomenuti da se ponuda ruralnog turizma može naći i na sajtovim više inostranih specijalizovanih agencija.

U tabeli u Prilogu 3 prikazane su ponude i karakteristike aranžmana u ruralnom turizmu turističkih agencija iz Crne Gore koje se bave ruralnim turizmom, iz kojih se može dobiti slika o vrsti aktivnosti koju agencije nude, vrsti smještaja, lokacijama i dužini trajanja aranžmana. Kod višednevnih putovanja, agencije najviše nude aranžmane za proizvode iz grupe *Aktivnosti u prirodi* koji uključuje vrlo raznovrsnu ponudu aktivnosti poput pješačenja, bajkinga, raftinga, kanjoninga i drugih ekstremnih aktivnosti, posmatranja ptica, ali često i kao kombinaciju više aktivnosti. Ovo je u skladu i sa istraživanjem među turistima koji posjećuju ruralna područja sprovedenim za potrebe izrade SRRT 2023, koje pokazuje da su turisti koji su boravili u višednevnoj posjeti Crnoj Gori procentualno najčešće navodili netaknutu i izuzetno lijepu prirodu (55,4%) kao prednost ruralne destinacije koju su posjetili. Na drugom mjestu je gastronomija (30,9%), dok najmanji procentualni udio imaju noćni provod/festivali (2,2%) i istorija i kultura (3,6%). *Kulturno-istorijske vrijednosti jesu najmanje iskorišćeni segment ponude, posebno na sjeveru zemlje te tom segmentu u perspektivi treba posvetiti posebnu pažnju, te međusobno uvezati ponudu u oblasti ruralnog i kulturnog turizma. Ova dva aspekta turizma predstavljaju komplementarne vidove turizma sa velikim potencijalom obogaćivanja što bi za rezultat imalo produžetak boravka turista koji posjećuju ruralne predjele Crne Gore.*

Takođe, veliki dio ponude baziran je na izletima, gdje nema dužeg zadržavanja u seoskim domaćinstvima, što umanjuje dugoročnu korist po osnovu ovakvih aktivnosti. Ono što nedostaje jeste organizovanje više dužih aranžmana koji će objediniti ponudu sjevera i juga, čime bi se bolje iskoristila raznovrsnost prirodnih vrijednosti Crne Gore na relativno maloj udaljenosti. Pored toga, ono što nedostaje domaćoj ponudi u ruralnom turizmu je integrisanost, odnosno izraženija saradnja nosioca ponude u kreiranju jedinstvenog lanca vrijednosti u ruralnom turizmu. To se odnosi i na saradnju seoskih domaćinstava sa organizatorima različitih aktivnosti u prirodi, ponudom u oblasti ekstremnih sportova, događaja, muzejima, poljoprivrednim proizvođačima.

### 1.5.4 Lanac vrijednosti

U većini ruralnih područja Crne Gore ne postoje sadržaji koji bi u dovoljnoj mjeri animirali posjetioce ruralnih područja.<sup>32</sup> Lokalni planinarski klubovi i drugi akteri ovog tipa kroz aktivnosti koje obavljaju još uvijek ne sagledavaju u dovoljnoj mjeri turizam kao bitnu komponentu lokalnog razvoja i sela pri čemu je prisutan nedostatak razvojne sinergije. Stoga su prisutni primjeri gdje se realizuju različiti projekti uređenja staza ili prostora, a da se pri tome ne uzima u obzir potencijal projekta za privlačenje i boravak turista. Tamo gdje ima raznovrsna ponuda smještajnih kapaciteta (primjer-opština Žabljak) i ne samo registrovanih smještajnih kapaciteta i dalje nedostaje zaokružena ponuda, odnosno ne postoji lanac vrijednosti za turiste.

Nadalje, lokalne samouprave predstavljaju značajan subjekat kada je u pitanju prepoznavanje značaja lanca vrijednosti i integrisanog destinacijskog proizvoda, a jasno je da je i njihova uloga u razvoju proizvoda veoma bitna. Nosiocima ponude je svakako neophodna pomoć, ali *ono što je neophodno jeste da se izgradi sistem upravljanja destinacijskim proizvodom*. Tokom 2017. godine završen je projekat razvoja katunskog puta "Granični visovi" (opštine Berane, Andrijevića, Plav, Rožaje), dugačkog 160km. U okviru projekta, katuni su dobili solarne panele, a ova tematska turistička ruta dobila je pet kampova i pet odmorišta<sup>33</sup>.

<sup>32</sup> Pogledati tabelu o smještajnim kapacitetima i nevalorizovanim prostorima po opštinama -Tabela 1.

<sup>33</sup> Izvor: [www.katunroads.me](http://www.katunroads.me)

Namijenjena je planinarima i biciklistima, ali i onima koji nisu toliko aktivni turisti, već i sami vole da idu u te predjele, a katune nalaze jako interesantnim. U predstojećem periodu ostaje da se vidi kako će se turističke aktivnosti ovdje dalje nastaviti valorizovati, da li i kako će se privući novi pružaoci usluga na samoj ruti, te da li je i šta potrebno još uraditi u cilju ostvarenja ekonomske održivosti. Na primjer, na prethodno spomenutom Katunskom putu nisu sve porodice spremne za uključivanje u djelatnost turizma. Imajući to u vidu, potrebno je pronaći način kako u što većoj mjeri uključiti lokalne aktere da imaju koristi od panoramskih puteva i sličnih projekata, ali i ukazati da projekti ne mogu biti a priori uspješni, te da se često razvoj ponude ne planira integralno.

Raspoloživi poljoprivredni proizvodi predstavljaju takođe dio lanca vrijednosti. To ne treba posmatrati samo kao dio ponude domaćinstava, već i kao potencijal povezivanja poljoprivrednika i većih ugostitelja. Uprkos pokušajima povezivanja, to i dalje ostaje izazov. S jedne strane, ugostitelji nisu u dovoljnoj mjeri zainteresovani jer je jednostavnije saradivati sa manjim brojem većih dobavljača, gdje imaju sigurnost isporuke, obima i kvaliteta isporučenih proizvoda. S druge strane, poljoprivredni proizvođači često ne vrše isporuku proizvoda koji je konzistentan u kvalitetu i količini koja se zahtijeva. Pored toga, izazov predstavlja nedovoljno poznavanje zakona o bezbjednosti hrane, kao i ostalih propisa kojima se reguliše ova oblast, čije zahtjeve je neophodno ispuniti kako bi se proizvod našao na tržištu. Potencijal svakako da postoji, posebno imajući u vidu da je FAO pripremio inventar tradicionalnih proizvoda Crne Gore<sup>34</sup>.

### 1.5.5 Infrastruktura

Ono što je evidentno jeste da potencijal za ruralni turizam nije u punoj mjeri iskorišćen, kao i da izgradnja infrastrukture, formiranje proizvoda i aktivnosti i njihovo plasiranje na tržište mogu biti u budućem periodu intenzivniji. Ključni izazov u razvoju ruralnog turizma predstavlja neriješen problem osnovne infrastrukture u većini sela poput sigurnosti snabdijevanja električnom energijom i vodom, odlaganja otpada, ali takođe i neadekvatnih prilaznih puteva i signalizacije. U selima u kojima postoje domaćinstva koja se aktivno bave pružanjem usluga u ruralnom turizmu, nedostaju sadržaji za različite ciljne grupe – pješačke staze, ruralne tematske staze i slično. Pored toga, u većini objekata najčešće nedostaje Internet, što je i česta primjedba posjetilaca. Iako se za obavljanje turističke djelatnosti pojedinim pravilnicima i regulativama zahtijeva određena turistička infrastruktura, ona u najvećem broju slučajeva ili ne postoji ili je u lošem stanju, a pojedinačna seoska domaćinstva nisu u mogućnosti da je obezbijede.

Rezultati istraživanja stavova turista koji posjećuju ruralna područja u Crnoj Gori pokazali su da su turisti koji su bili u višednevnoj posjeti Crnoj Gori najčešće negativne ocjene pripisivali infrastrukturi (29,4%). Najveću prosječnu ocjenu za razvijenost infrastrukture dali su turisti u centralnom regionu (3,25). U odnosu na ukupan uzorak, turisti koji su boravili na sjeveru su dali najvišu ocjenu za čistu okolinu (4,12), dok je ova karakteristika ocijenjena najslabijom ocjenom u južnom regionu (3,39). U sjevernom regionu primjetan je napredak kada je infrastruktura u pitanju, dok sistem informisanja turista i dalje predstavlja veliki problem regiona.

---

<sup>34</sup> U 2018. godini otpočeo je novi FAO projekat „Crna Gora: Promovisanje održivih lanaca vrijednosti poljoprivredno-prehrambenih proizvoda kroz povezanost sa turizmom“ koji ima za cilj poboljšanje tržišne povezanosti proizvođača hrane sa turizmom i tržištem HORECA.

### 1.5.6 Smještaj

U ponudi smještajnih kapaciteta učestvuju hoteli i slični objekti (u manje ili više etabliranim destinacijama), etno sela, izdavaoci privatnih apartmana i seoska domaćinstva. Ponuda smještaja u katunima i etno selima je novijeg karaktera i tek treba da zaživi u pojedinim predjelima (posebno u sjevernom regionu). Centralni turistički registar Crne Gore sadrži podatke o različitim pružaocima usluga u turizmu Crne Gore, pa time i u ruralnom turizmu. U tom smislu, dostupni su različiti tipovi smještaja, a informacije su dostupne u registru. Međutim, postoje pružaoci usluga smještaja čiji se podaci ne nalaze u registru, što obuhvata i seoska domaćinstva. Razlozi neprijavljivanja od strane seoskih domaćinstava često su vezane za procedure prijavljivanja za bavljenje turističkom djelatnošću. Novi Zakon o turizmu je donio određene izmjene u ovim procedurama, što je dodatni izazov kada je u pitanju poznavanje procedura. Centralni registar ne daje detaljne informacije o karakteristikama smještajne ponude, pa se kao ključno nameće formiranje objedinjene baze podataka pružaoca usluga u ruralnom turizmu za sve regione Crne Gore. Ovo se posebno odnosi na one turističke agencije koje se još uvijek nalaze u početnoj fazi bavljenja datom aktivnošću i koje je potrebno upoznati sa svim nosiocima ponude u ruralnom turizmu. Kreiranje ove baze bi potencijalno bilo od pomoći ne samo turističkim agencijama, već bi umnogome olakšalo poslovanje i nosiocima ponude u ruralnom turizmu na način što bi njihova ponuda bila više promovisana i postala prepoznatljivija na tržištu, a samim tim bi se pospješili uslovi za njihovu saradnju i umrežavanje. Na drugoj strani, ne postoji ni jedinstven sistem rezervacija gdje bi turisti mogli da rezervišu i odmah plate smještaj u nekom seoskom domaćinstvu.

Na osnovu podataka dobijenih od strane većine lokalnih samouprava iz sva tri regiona Crne Gore, dobijena je okvirna slika o vrsti i broju smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu kao i područjima koja još uvijek nisu valorizovana. Drugi važan zaključak donijet na osnovu prikupljenih podataka o područjima koja nisu u dovoljnoj mjeri valorizovana jeste i da postoji veliki broj neiskorišćenih prostora pogodnih za održivu turističku valorizaciju. Ovi podaci su dopunjeni podacima iz Centralnog registra turizma i prikazani u Tabeli 2.

**Tabela 2:** Pregled smještajnih kapaciteta ruralnog turizma i nedovoljno valorizovanih područja

Opština	Tip i broj smještajnih kapaciteta	Područja koja nisu valorizovana
<b>Opština Berane</b>	Ukupan broj registrovanih pružaoca usluga u ruralnom turizmu na teritoriji Opštine Berane je 5. Uglavnom su u pitanju kuće ili vikendice sa sobama za iznajmljivanje. Sekretarijat za poljoprivredu, turizam, vodoprivredu i zaštitu životne sredine opštine Berane prati i bilježi registrovane pružaoce usluga. Pored toga, u Centralnom registru turizma Crne Gore postoje 3 lica registrovana za pružanje usluga u seoskom turizmu.	Predjeli planine Bjelasica, Mokre i Smiljevice, kao i okolna sela i katuni u blizini glečerska jezera odnosno u okolini istoimenih planina (Šiško jezero, Malo i Veliko Ursulovačko, Pešića jezero).
<b>Opština Bijelo Polje</b>	Sekretarijat za ruralni i održivi razvoj ne posjeduje formiranu bazu podataka, ali raspolaže informacijama o pojedinim pružaocima usluga smještaja u ruralnom turizmu - Etno selo Vuković, Tomaševo - etno selo, izdavanje soba, odmaralište, izletišta, restoran. Prema Centralnom registru turizma, registrovano je jedno lice za pružanje usluge u domaćinstvima i seoskim domaćinstvima.	Selo Bistrica, u blizini koga se nalazi Đalovića klisura i pećina. Valorizacijom Đalovića pećine cijeli kraj može da se razvije u smislu turističke ponude (sobe za iznajmljivanje, restorani, domaća hrana itd.). Planina Bjelasica- izgradnjom infrastrukture i hotela Bjelasica sela koja gravitiraju na tom području opštine mogu da postanu prepoznatljiva destinacija za turizam sjevera zemlje. Takođe, valorizacijom Bjelasice pospješio bi se cijeli lanac turističke ponude. Bijelo Polje je opština sa najvećim brojem sela u Crnoj Gori pri čemu se 117 sela nalazi na teritoriji ove opštine. Gotovo dvije trećine stanovnika opštine žive u ruralnom području pa bi razvoj ruralnog turizma bio šansa za veliki broj stanovnika opštine. Pešterska visoravan, ova visoravan sadrži niz katuna, čist vazduh i predivan pejzaž, a u blizini se nalazi mjesto

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

		<p>Boljare, krajnja tačka Crne Gore kuda će proći auto put. U blizini Boljara nalazi se Đalovića pećina pa cijeli ovaj prostor predstavlja značajan potencijal za razvoj ruralnog turizma.</p> <p>Ušće rijeke Bistrice u Lim, izletišta sa divnom prirodom, mjesto na kojem se od nedavno održava muzički festival „Ušće fest”.</p> <p>Postoji još niz područja u Bijelom Polju koja su potencijalno dobra za razvoj ruralnog turizma, kao što su vraneška dolina, u sklopu koje se nalazi sada već poznato etno selo Vuković, područje Bihora itd.</p>
<b>Opština Pljevlja</b>	<p>Sekretarijat za privredu vodi evidenciju pružaoca usluga smještaja u ruralnom turizmu –vrste objekata – porodične kuće: ukupno 6 (šest) registrovanih pružaoca usluga i 5 neregistrovanih pružaoca usluga.</p>	<p>Kompletno ruralno područje Opštine Pljevlja je pogodno za razvoj ruralnog turizma, posebno : Planina Ljubišnja sa kanjonima rijeke Tare i Drage, Područje Kosaničke visoravni planina Kovač sela na području MZ Bobovo, MZ Potkovač kao i sela Rudnica i Kozica Područje MZ Vrulja i Mataruge</p>
<b>Opština Andrijevica</b>	<p>3 seoska domaćinstva</p>	<p>Štavna, Gradišnica</p>
<b>Opština Rožaje</b>	<p>Prema evidenciji postoji jedno seosko domaćinstvo sa oko 10 ležaja.</p>	<p>Banđov, Seošnica, Lovnica, Biševo, Radetina, Balotice, Cenča, Baščci, Lasovica</p>
<b>Opština Žabljak</b>	<p>Na teritoriji opštine Žabljak postoji <b>jedno</b> registrovano seosko domaćinstvo koje se nalazi u selu Virak. Radi se o objektu koji je kategorisan sa dvije zvjezdice (dvije jednokrevetne sobe sa ukupno dva ležaja). Ovo domaćinstvo obavlja djelatnost tokom cijele godine. Pored toga, prema Centralnom registru turizma registrovano je još tri lica koja pružaju usluge u domaćinstvima i seoskim domaćinstvima.</p>	<p>Seoska naselja u okruženju grada, jer su dobro infrastrukturno povezana i lako dostupna: Borje, Virak, Motički gaj, Pitomine, Bosača.</p>
<b>Opština Mojkovac</b>	<p>Postoji evidencija kroz rad Komisije za kategorizaciju smještajnih objekata koja je nadležna za teritoriju opštine Mojkovac, odnosno seoska domaćinstva. Registrovano je <b>8</b> seoskih domaćinstava.</p>	<p>Katuni nijesu u dovoljnoj mjeri valorizovani i afirmisani.</p>
<b>Opština Petnjica</b>	<p>TO Petnjica je nedavno osnovana i trenutno ne postoji evidencija o pružaocima usluga u ruralnom turizmu.</p>	<p>Na području opštine postoji još nekoliko područja koja još uvijek nijesu afirmisana. To je područje na obroncima Turjaka, zatim područje prema granici sa Srbijom, odnosno prema Pešterskoj visoravni.</p>
<b>Opština Plužine</b>	<p>Seoska turistička domaćinstva, etno sela, kampovi, privatni smještaj, gostionice (preko 20 pružalaca ovakvog vida smještaja).</p>	<p>Područje na potezu od Sinjajevine preko Gornje Morače do planine Lole, sa izvorom rijeke Morače.</p>
<b>Opština Kolašin</b>	<p>Nosioci smještaja u ruralnom turizmu su katuni na Bjelasici, Sinjajevini i Komovima, kao i seoska domaćinstva koja pružaju usluge smještaja u kolibama. Na Bjelasici su prisutna dva katuna.</p>	<p>Područja koja imaju potencijala za razvoj ruralnog turizma a još uvijek nijesu afirmisana su Sretnja koja se nalazi na sjeveru Opštine Danilovgrad i Martinička Gradina sa arheološkim nalazištima.</p>
<b>Opština Danilovgrad</b>	<p>Pružaoци usluga smještaja u ruralnom turizmu u opštini su: Hotel Sokoline, Planinarski dom na izletištu Studeno, kao i vlasnici stambenih objekata u planinskom dijelu Opštine. Pored toga, registrovano je 4 lica koja pružaju usluge u domaćinstvima i seoskim domaćinstvima.</p>	<p>Područja koja imaju potencijala za razvoj ruralnog turizma a još nijesu afirmisana su Sretnja koja se nalazi na sjeveru Opštine Danilovgrad i Martinička Gradina sa arheološkim nalazištima.</p>
<b>Opština Nikšić</b>	<p>Još uvijek ne postoje potpuni podaci o pružaocima usluga.</p>	<p>Župa, Banjani, područje oko Kapetanovog jezera, Grahovo, Vučje, Bogetići, Petrovići.</p>
<b>Glavni grad Podgorica</b>	<p>Trenutno su u Sekretarijatu registrovana <b>3</b> objekta za pružanje usluga u seoskim domaćinstvima i to su dvije vinarije i jedna konoba</p>	<p>Opština Podgorica ima lokalitete i to:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Područje Lijeve Rijeke gdje uglavnom žive staračka domaćinstva, ali predstavlja područje koje ima idealne uslove za ovaj vid turizma, gdje se uspješno može</li> </ol>



STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

		<p>razvijati organska poljoprivreda, pčelarstvo, proizvodnja i prerada šumskih plodova, stočarstvo, planinarenje;</p> <p>2. Područje Pipera gdje već postoji nekoliko registrovanih vinarija koje su prepoznate na vinskoj sceni ne samo Crne Gore nego i van granica, na ovom području ima takođe i uspješnih pčelara, teren idealan za biciklističke staze;</p> <p>3. Područje Lješanske nahije, nekad vinogradarsko područje, trenutno relativno zapušteno jer nema aktivnih subjekata, gdje osim vinograda ima idealne uslove jer izlazi na Skadarsko jezero;</p> <p>4. Područje Kuča, nekoliko registrovanih vinarija, put koji vodi prema katunu Kučka korita koji je izuzetno posjećen i ljeti i zimi.</p>
<b>Opština Cetinje</b>	Jedan objekat, tj. apartman u mjestu Dide, shodno podacima od strane Sekretarijata za finansije i ekonomski razvoj.	Žabljak Crnojevića, Karuč, Dodoši
<b>Opština Tivat</b>	Na teritoriji opštine Tivat postoji jedan registrovan objekat za pružanje usluge u domaćinstvima i seoskim domaćinstvima. Pored toga, postoje samo kuće za iznajmljivanje i apartmani.	Sva seoska područja u zaleđu opštine Tivat imaju potencijal za razvoj ruralnog turizma. Generalno, većina naselja još uvijek nije dovoljno afirmisana. Ruralna područja opštine Tivat (definisana u Strategiji ruralnog razvoja opštine Tivat, su na području: Krtola; Đuraševići, Meštovići, Milovići, Nikovići, Bogišići, Gošići i Gornji Krašići, te brdska naselja Vrmca odnosno vangradska naselja: Gornja Lastva, Đurđevo brdo, Petkovići, Bogdašići, Peani gornji dio naselja Mrčevac).
<b>Opština Bar</b>	Opština Bar nema evidenciju o registrovanim pružaocima usluga u seoskom domaćinstvu. Najčešće su registrovani kao izdavaoci smještaja u ruralnom području (Virpazar). TO Bar, u katalogu smještaja, promovise izdavaoce smještaja u ruralnom području, (u katalogu se nalazi samo jedan dio izdavalaca a ima ih mnogo više).	Crmnica (afirmisana u određenoj mjeri), Krajina, Mrkojevići, Maljevnik.
<b>Opština Budva</b>	Pojedinačna gazdinstva koja se bave poljoprivredom, a imaju smještajni kapacitet.	Potencijal za razvoj ruralnog turizma imaju stare urbane cjeline u zaleđu Budvanskog polja, budvanska sela, područje Buljarice, zaleđe plaže Jaz.
<b>Opština Herceg Novi</b>	Postoje 3 seoska domaćinstva koja pružaju usluge smještaja i ishrane iz pretežno sopstvene proizvodnje. Sekretarijat za turizam, ekonomski razvoj i preduzetništvo vrši upis u registar	HercegNovsko zaleđe posjeduje sve odlike ruralnog kraja podnožje Orjena. Na poluostrvu Luštica nalaze se brojne ruralne cjeline, koje karakteriše tradicionalan način gradnje u kamenu i koje su uklopljene u agrokulturni pejzaž maslinjaka. Sjeverni rejon sa mjesnim zajednicama Kameno, Kruševica, Mokrine i Ubli ima prioritet razvoja poljoprivrede i turizma. Zapadni rejon Mojdež, Prijedor, Ratiševina, Sušćepan, Trebesin i Suterinsko polje je oblast gdje je oblast poljoprivrede važan faktor intezivne proizvodnje.
<b>Opština Kotor</b>	Ne posjeduje podatke.	Donji i gornji Grbalj, gornji Stoliv, Krivošije, gornji Morinj, Trojica i Mirac, Vrmac. Opština Kotor ima ogromne prostorne potencijale za razvoj ruralnog turizma s obzirom da se njena teritorija prostire od granice Bosne i Hercegovine do Budve, i od Herceg Novog do Cetinja.
<b>Opština Ulcinj</b>	Ne posjeduje podatke.	Potencijal za razvoj ruralnog turizma ima područje oko Šaskog jezera, kao i područje oko rijeke Bojane.

**Napomena:** Pregled smještajnih kapaciteta ruralnog turizma i nevalorizovanih područja je dat na osnovu upitnika poslatog opštinama i podataka sakupljenih u periodu maj-jul 2018. Opštine Plav, Gusinje, Šavnik u toku perioda pripreme Nacrta Strategije nisu dostavile tražene podatke.

### 1.5.7 Znanja i vještine

LTO se često suočavaju sa izazovima koji se odnose na efikasnije bavljenje ruralnom turističkom ponudom. Ključni izazov se odnosi na kadrovske resurse, kao i pitanja koja se tiču upravljanja turističkim proizvodom, a posebno kada je u pitanju ruralni turizam. Na jugu uz ovo treba dodati dominantnu orijentisanost LTO na turizam vezan za more.

Postoji nedostatak znanja i vještina kod pružaoca usluga u ruralnom turizmu, pre svega ruralnih domaćinstava. Ovaj problem je rješiv kroz organizovanje obuka i edukacije pri čemu cilj i ideja obuke trebaju biti prethodno definisani. S druge strane, dobro organizovana edukacija i treninzi za veće grupe samo su dio rješenja. Neophodan je mentorski pristup, a on nije moguć bez formiranja savjetodavnih mobilnih timova i intervencija na terenu. Razvoj ove vrste turizma zahtijeva lični kontakt. Na drugoj strani, prisutna je socijalna i populaciona komponenta razvoja ruralnog turizma, kako u pogledu egzistencije ruralnog stanovništva, tako i u pogledu podrške mladima koji žele da se vrate na selo da se bave poljoprivredom i turizmom.

Napori povezivanja poljoprivrede i turizma, odnosno sela i turizma u Crnoj Gori do sada su imali relativno ograničene rezultate što rezultira u relativno malom broju seoskih domaćinstava koja su otvorena za turiste u odnosu na potencijale kojima raspolaže ruralno područje Crne Gore.

Uzroci su svakako višestruki, ali ključan je problem nepostojanja liderstva u segmentu ruralnog razvoja i razvoja turizma, te nedovoljno razumijevanje potreba, mogućnosti i kapaciteta postojećih i potencijalnih pružaoća usluga od strane nosilaca turističke politike na lokalnom nivou. Postojanje različitih lokalnih strategija se pokazalo kao nedovoljan osnov za razvoj i slaba garancija uspjeha. *Sa institucionalnog stanovišta, bitno je definisati jasne mjere djelovanja na nacionalnom i lokalnom nivou kada je razvoj ruralnog turizma u pitanju.*

### 1.5.8 Koordinacija

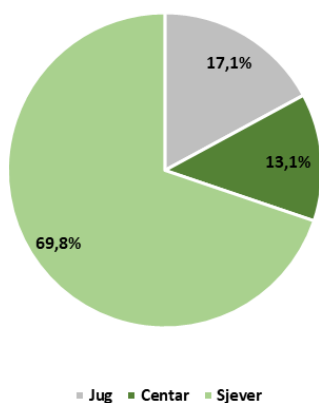
Poseban problem u razvoju ruralnog turizma odnosi se na njegovu kompleksnost. Ova kompleksnost proističe prije svega iz kompleksnosti svojstvene turizmu generalno (veliki broj aktera u pružanju usluga turistima odnosno kreiranju jedinstvenog doživljaja, neusaglašenost administrativnih granica sa onim kako turisti vide destinaciju), ali i iz karakteristika vezanih za ruralni turizam (zajedničko korišćenje prostora od strane poljoprivrede, šumarstva i turizma, zavisnost autentičnosti ruralnog proizvoda od postojanja adekvatne ponude lokalnih poljoprivrednih proizvoda, ruralni turizam kao oblik diversifikacije ruralne ekonomije). Zbog ove kompleksnosti, kao posljedica javlja se mnoštvo ingerencija. Na primjeru Crne Gore, ovo se ogleda u strateškoj nadležnosti dva različita ministarstva (MORT i MPRR), lokalnoj razvojnoj nadležnosti različitih opština, nadležnosti u domenu marketinga koju imaju NTO na nivou međunarodnog marketinga, te LTO na nivou lokalnog marketinga. Realni postojeći *problem neusaglašenosti ingerencija može se prevazići samo kroz razvoj odgovarajućih mehanizama koordinacije koji bi postavili opšta pravila i strateške pravce razvoja, kao i uskladili aktivnosti pojedinačnih aktera*, što je jedna od preporuka SRRT 2023.

## 1.6. Analiza tražnje

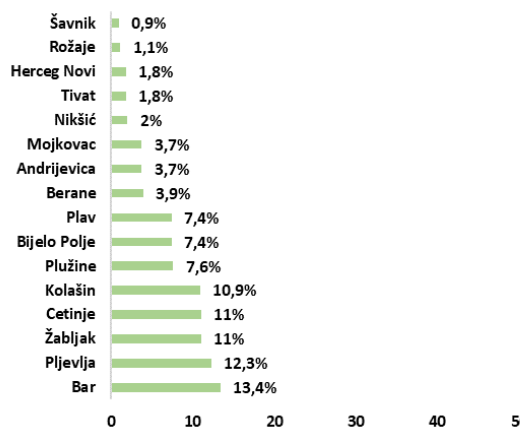
Analiza ponude i tražnje u oblasti ruralnog turizma predstavlja osnov za ocjenu nivoa razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori, a ujedno je i veoma važan izvor informacija za kreiranje turističke politike i strategije razvoja ruralnog turizma.

Cilj istraživanja stavova turista koji posjećuju ruralna područja Crne Gore, za potrebe izrade SRRT 2023 jeste da se dobije bliži uvid u stavove turista o trenutnoj ponudi koja im je na raspolaganju u oblasti ruralnog turizma u Crnoj Gori. Takođe, istraživanje je imalo za cilj da obezbijedi kvantitativne i kvalitativne podatke o gostima koji posjećuju ruralna područja Crne Gore, potrošnji u toku boravka u destinaciji, stepenu zadovoljstva elementima turističke ponude, kao i njihovim očekivanjima i navikama tokom posjete. Istraživanje stavova turista koji posjećuju ruralna područja u Crnoj Gori je realizovano u formi direktnog intervjua, na osnovu prethodno definisanog upitnika, i to na uzorku od 543 ispitanika (domaći i strani turisti) u 16 crnogorskih opština u periodu od 13.07.2018. do 05.08.2018. godine. Istraživanje je sprovedeno u tri regiona gdje uzorak čini 17,1% turista u južnom regionu (opštine: Bar, Tivat i Herceg Novi), 13,1% u centralnom regionu (opštine: Cetinje i Nikšić) i 69,8% u sjevernom regionu (opštine: Bijelo Polje, Berane, Pljevlja, Rožaje, Mojkovac, Andrijevica, Plav, Kolašin, Žabljak, Šavnik i Rožaje).

**Grafik 2:** Alokacija uzorka na nivou regiona



**Grafik 3:** Alokacija uzorka na nivou opština



U odnosu na cjelokupan uzorak najveći procenat turista anketiran je u izletištim (65%), dok je preostalih 35% turista anketirano u smještajnim kapacitetima (hoteli, etno sela, seoska domaćinstva i turistička naselja/kampovi).<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Izletišta uključuju objekte u kojem se gostima pripremaju i služe topla i hladna jela te pića i napici, atraktivne turističke lokalitete, odmorišta, vidikovce i slično.

Tabela 3: Mjesto anketiranja

Opština	Izletišta	Smještajni kapaciteti
	%	%
Andrijevica	15,0%	85,0%
Nikšić	63,6%	36,4%
Pljevlja	59,7%	40,3%
Plužine	46,3%	53,7%
Rožaje	100,0%	0,0%
Šavnik	0,0%	100,0%
Tivat	0,0%	100,0%
Žabljak	75,0%	25,0%
Bar	83,6%	16,4%
Berane	9,5%	90,5%
Bijelo Polje	90,0%	10,0%
Cetinje	75,0%	25,0%
Plav	75,0%	25,0%
Herceg Novi	10,0%	90,0%
Kolašin	89,8%	10,2%
Mojkovac	30,0%	70,0%
<b>Ukupno</b>	<b>65,2%</b>	<b>34,8%</b>

Kada su u pitanju demografski pokazatelji, rezultati istraživanja su pokazali da su, u odnosu na ukupan uzorak, u ruralnim područjima najprisutniji bili turisti koji pripadaju starosnim grupama od 26 do 35 godina (40,7%) i do 25 godina (13,4%). Među anketiranim turistima bio je prisutan najveći broj onih koji dolaze iz Zapadne Evrope (37,4%), kao i zemalja Zapadnog Balkana (31,1%). U odnosu na ukupan uzorak, najveći broj turista ima više obrazovanje (25,3%), odnosno visoko obrazovanje (35,7%).

Najveći broj anketiranih turista je zaposlen (84,2%), dok su među ukupnim uzorkom anketiranih turista najzastupljeniji oni sa prosječnim mjesečnim primanjima od 1.001 eura/€ do 2.000 eura/€ (26,2%), odnosno od 501 eura/€ do 1.000 eura/€ (28,2%).

Među ukupnim brojem ispitanih turista su brojniji oni koji su već ranije posjetili neku ruralnu destinaciju u Crnoj Gori (54,7%), a najčešće su u destinaciju doputovali sa prijateljem (30,8%) ili partnerom (31,5%). Kada su u pitanju smještajni kapaciteti, najveći broj anketiranih turista je boravio u hotelu (20,3%) ili kući prijatelja/porodičnoj kući (20,5%), dok je 15,1% turista boravilo u etno selima. Mjesta u kojima anketirani turisti najčešće planiraju da borave u Crnoj Gori su Pljevlja (11,2%), Kotor (11,2%) i Budva (11,8%).

Najveći broj anketiranih turista je u Crnu Goru došao u sopstvenom aranžmanu (88,9%), pri čemu je automobil najčešće korišćeno prevozno sredstvo (59,5%). Kada je u pitanju dužina boravka u Crnoj Gori, najveći broj anketiranih turista je došao u višednevnu posjetu Crnoj Gori (82,7%), pri čemu je najviše onih turista koji ostvaruju do 3 noćenja (50,1%), dok je prosječan broj ostvarenih noćenja u ruralnim destinacijama u Crnoj Gori iznosi 4,7.

Podaci o potrošnji anketiranih turista pokazuju da prosječna dnevna potrošnja turista koji borave u ruralnom području iznosi 92,3 eura/€<sup>36</sup>. Nadalje, analizirajući potrošnju turista po regionima u Crnoj Gori primjećuje se značajna razlika, pa tako turisti koji su boravili u sjevernom regionu imaju dva puta manju prosječnu dnevnu potrošnju. Prosječna dnevna potrošnja turista u sjevernom regionu iznosila je 62,2 eura/€.

<sup>36</sup> Kategorija ukupne potrošnje podrazumijeva troškove smještaja, hrane i pića u ugostiteljskim objektima, troškove sporta, rekreacije i zabave i ostale troškove.

Podaci o prosječnim troškovima anketiranih turista, po kategorijama na dnevnom nivou, pokazuju da za smještaj u prosjeku izdvajaju 42,6 eura/€; za hranu i piće 34 eura/€; sport, rekreaciju i zabavu 20 eura/€; i 35,1 eura/€ za ostale troškove.<sup>37</sup>

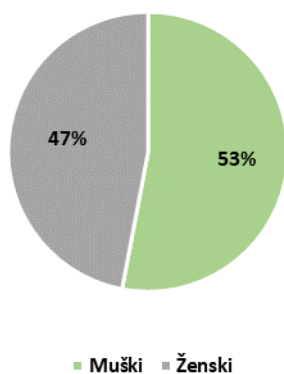
Kada je u pitanju oblast informisanja o destinaciji, anketirani turisti u najvećem procentu su upoznati sa Crnom Gorom kao ruralnom destinacijom od strane prijatelja, porodice, poznanika (51,9%).

Ocjene koje su turisti dali za pojedinačne djelove ponude u ruralnim predjelima u Crnoj Gori (na skali od 1 do 5) su u prosjeku najviše se odnose na gostoprimstvo stanovništva (4,48), lokalna jela (4,38) i kvalitetne smještajne kapacitete (4,12). Prednosti ruralne destinacije koje su anketirani turisti najčešće izdvajali su lijepa priroda i gastronomija, a što je ujedno u skladu sa razlozima za dolazak turista koje su prepoznali i turoperatora. U odnosu na ukupan uzorak, najveći broj turista je veoma zadovoljan (39,2%), odnosno zadovoljan posjetom (32,3%), pri čemu je 6 prosječna ocjena stepena zadovoljstva posjetom (na skali od 1 do 7). Većina anketiranih turista će opet ubuduće posjetiti neku ruralnu destinaciju u Crnoj Gori (83%). Razlog za dolazak koji je najveći broj anketiranih turista naveo je očuvana priroda, koja bilježi i najveću ocjenu 4,4 (na skali od 1 do 5).

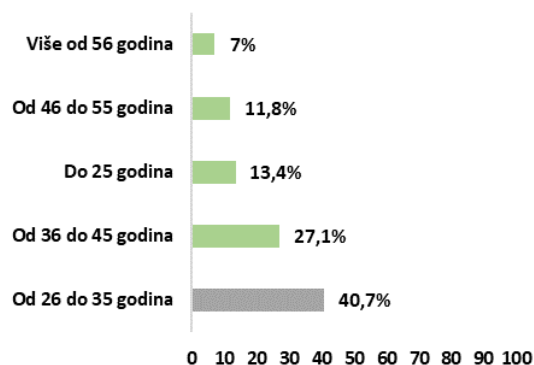
Konačno, kada je riječ o aktivnostima kojima su se turisti bavili u toku svog boravka u ruralnim destinacijama u Crnoj Gori, procentualno su najzastupljeniji aktivni odmor (49,3%), šetnja i boravak u prirodi (34,3%) i avanturistički turizam (23,1%), dok je svega 3,1% turista navelo zabavu i izlaske kao jednu od omiljenih aktivnosti tokom boravka u ruralnim predjelima. Ovakav izbor omiljenih aktivnosti u toku boravka u ruralnim destinacijama je u skladu sa navodima turoperatora koji se odnose na razloge dolaska turista koji koriste njihove usluge prilikom biranja, odnosno boravka u ruralnim destinacijama u Crnoj Gori.

**Polna struktura** – Polna struktura uzorka je prilično ujednačena, pri čemu je udio ispitanika muškog pola 53%, a ispitanica ženskog pola 47% u ukupnom uzorku. Kada je u pitanju starosna struktura anketiranih turista, najviše su zastupljeni oni koji pripadaju starosnoj dobi od 26 do 35 godina (40,7%), dok je najmanji procenat starijih lica – sa više od 56 godina starosti (7%). Takođe, primjetno je da su starosne grupe od 26 do 45 godina starosti bile najviše zastupljene među anketiranim turistima, što čini 67,8% uzorka.

Grafik 4: Pol



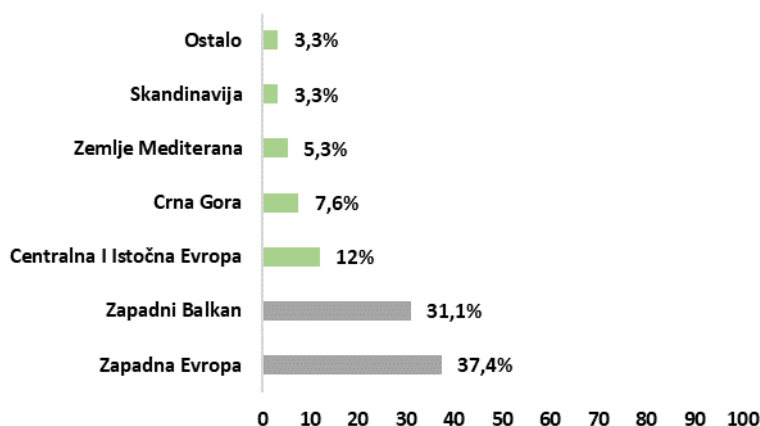
Grafik 5: Godine starosti



**Zemlja porijekla** - Najveći broj anketiranih turista koji su posjetili ruralna područja Crne Gore u toku ljetnje turističke sezone u 2018. godini dolazi iz zemalja Zapadne Evrope (37,4%), dok su u skoro istom procentu zastupljeni i turisti iz zemalja Zapadnog Balkana (31,1%), kao i iz Centralne i Istočne Evrope (12%). Kada su u pitanju turisti iz Crne Gore, njihova zastupljenost u odnosu na ukupan uzorak bila je 7,6%.

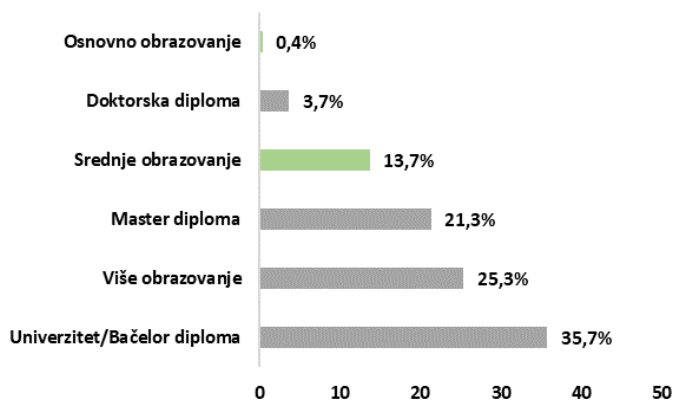
<sup>37</sup> Napomena: Analizirana potrošnja turista se odnosi na turiste koji su bili u višednevnoj posjeti ruralnom području.

Grafik 6: Zemlja porijekla posjetilaca ruralnih područja

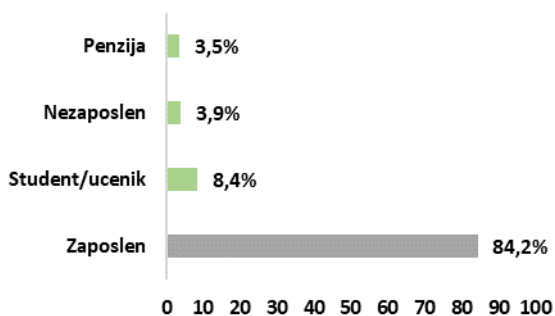


**Stepen obrazovanja, zaposlenost i životni standard** – Analizirajući strukturu turista koji posjećuju ruralna područja prema stepenu obrazovanja, može se primjetiti da je više od polovine njih (60,7%) visoko obrazovano, dok je 25,3% turista sa višim obrazovanjem. Nadalje, u strukturi turista zastupljena su lica koja su zaposlena (84,2%), dok su najmanje zastupljeni penzioneri (3,5%). Turisti sa mjesečnim prihodom od 500 eura/€ do 1.000 eura/€ (28,2%) su bili najbrojniji, uz one čiji su mjesečni prihodi od 1.001 eura/€ do 2.000 eura/€ (26,2%). Nosioci ponude u oblasti ruralnog turizma takođe ukazuju da ih pretežno posjećuju turisti iz Zapadne Evrope, te da se u najvećem procentu radi o visokoobrazovanim turistima relativno više platežne moći.

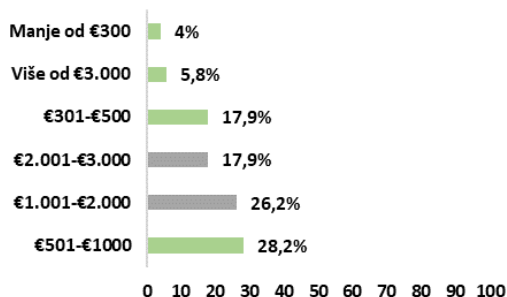
Grafik 7: Najviši stepen obrazovanja



Grafik 8: Radni odnos

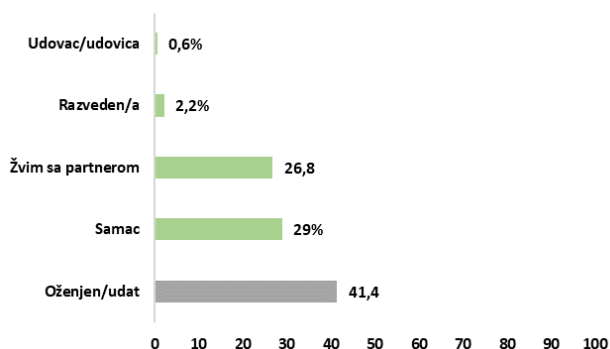


Grafik 9: Prosječni neto mjesečni prihod



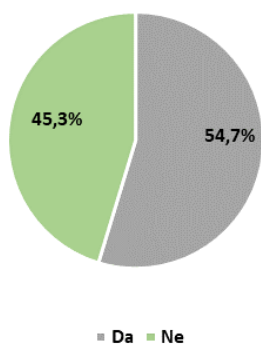
**Bračni status** - Podaci o strukturi anketiranih turista na osnovu bračnog statusa pokazuju najveću procentualnu zastupljenost oženjenih/udatih (41,4%).

Grafik 10: Bračni status ispitanika

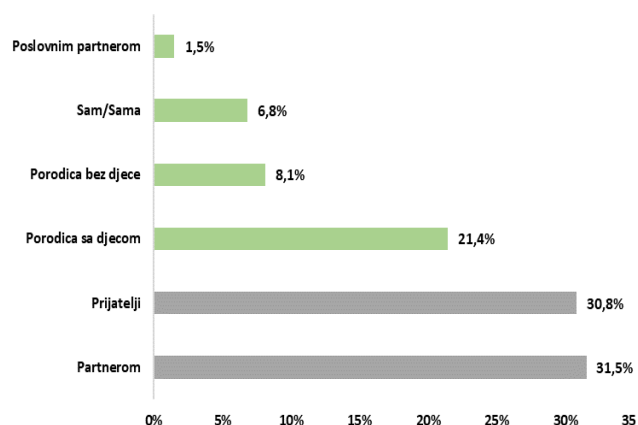


**Putovanje u Crnu Goru** – Više od polovine anketiranih turista je ranije posjetilo neku ruralnu destinaciju u Crnoj Gori (54,7%). Od ukupnog uzorka, najveći broj turista je doputovao sa partnerom (31,5%) ili sa prijateljima (30,8%), dok su najmanje zastupljeni oni koji putuju sa poslovnim partnerom (1,5%). Turoperatori su naveli da turisti koji dolaze u Crnu Goru putem njihovih agencija najčešće dolaze u parovima, tj. sa partnerom ili u manjim grupama, dok je u posljednje vrijeme sve veći broj porodica koje putuju zajedno.

Grafik 11: Da li je ovo prvi put da ste posjetili ruralnu destinaciju u Crnoj Gori?

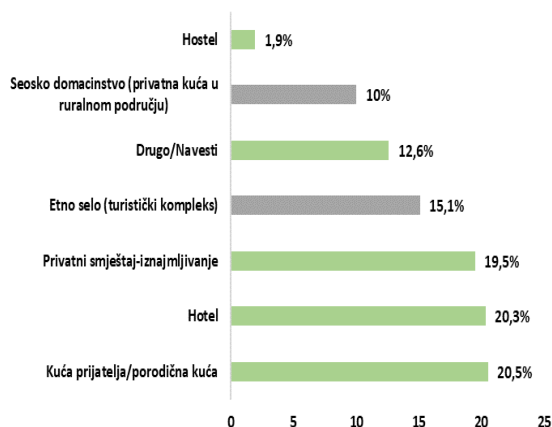


Grafik 12: Pratnja na putovanju



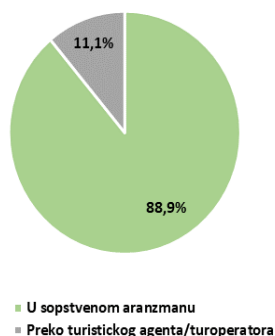
**Smještajni kapaciteti** - Vrste smještajnih kapaciteta koje su anketirani turisti najčešće birali su kuću prijatelja/porodičnu kuću (20,5%) i hotel (20,3%). Međutim, značajan je broj i onih koji su odsjeli u etno selima 15,1%, dok je u seoskim domaćinstvima boravilo 10% turista. U odnosu na procenat onih turista koji su boravili u nekoj drugoj vrsti smještaja 36,4% je biravilo u kampu/šatoru.

Grafik 13: Trenutno odsjedate u...

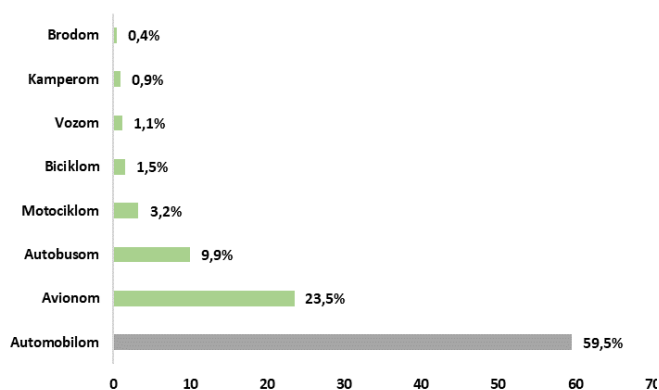


**Prevozno sredstvo** - Najveći procenat anketiranih turista koji koriste usluge ruralnog turizma došao je u destinaciju u sopstvenom aranžmanu (88,9%), dok je 11,1% turista koristilo usluge turističkih agenata/turoperatora. Automobil je prevozno sredstvo koje su najčešće koristili turisti (59,5%), a značajan je i broj turista koji su doputovali avionom (23,5%).

**Grafik 14:** U destinaciju ste došli

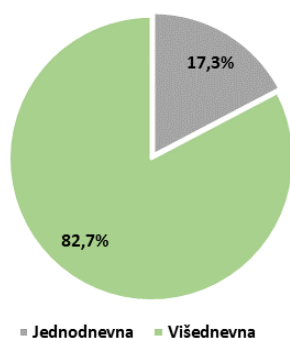


**Grafik 15:** Kojim prevoznim sredstvom ste doputovali u Crnu Goru?

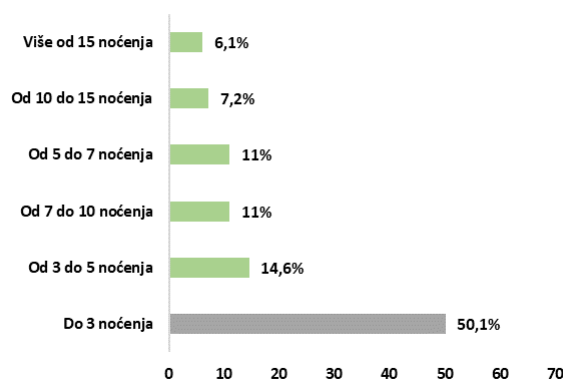


**Broj noćenja** – Posmatrajući u odnosu na ukupan uzorak, većina turista je u Crnu Goru došla u višednevnu posjetu (82,7%). Prosječan broj noćenja koji ostvaruju anketirani turisti koji borave u ruralnom području iznosi 4,7 noćenja.

**Grafik 16:** Jednodnevni i višednevni boravak



**Grafik 17:** Broj noćenja



**Obilazak Crne Gore** - Većina turista koji posjećuju ruralna područja ima u planu da posjeti više mjesta tokom boravka u Crnoj Gori (75,9%), te najčešće planiraju da posjete: Žabljak i Durmitor (25,8%), Budvu (16,4%) i Kotor (15,1%).



**Tabela 4:** Dodatna mjesta koja turisti planiraju posjetiti prilikom boravka u ruralnoj destinaciji

Mjesto	%	Mjesto	Broj
Žabljak/Durmitor	25,8%	Lovćen	13
Budva	16,4%	Ljubišnja	3
Kotor	5,1%	Nikšić	12
Herceg Novi	57%	Skadarsko jezero	12
Pljevlja	5,2%	Plužine	9
Podgorica	5%	Mojkovac	8
Bar	5%	Gusinje	8
Kolašin	5%	Berane	7
Ulcinj	4,8%	Cetinje i Rijeka Crnojevića	5
Tivat	4,6%	Komovi	4
Bjelasica /NP Biogradska gora	,5%	Šavnik	3
Rijeka Tara	4,1%	Bijelo Polje	2
Plav	2,6%	Prokletije	1
Manastir Ostrog	2,4%		

**Napomena:** Mogućnost davanja više odgovora.

**Potrošnja turista tokom boravka u Crnoj Gori** - Analizirajući potrošnju turista koji posjećuju ruralna područja može se procijeniti da prosječna dnevna potrošnja turista koji borave u ruralnom području iznosi 92,3 eura/€. Nadalje, analizirajući potrošnju turista po regionima u Crnoj Gori primjećuje se značajna razlika, pa tako turisti koji su boravili u sjevernom regionu imaju dva puta manju prosječnu dnevnu potrošnju u odnosu na turiste koji borave u centralnom i južnom regionu. Prosječna dnevna potrošnja turista u sjevernom regionu iznosi 62,2 eura/€.

Analiza potrošnje turista koji su boravili u seoskim domaćinstvima pokazuje da su oni u prosjeku na dnevnom nivou trošili 64,5 eura/€, dok za troškove smještaja u prosjeku na dnevnom nivou izdvajaju 24,5 eura/€. Sa druge strane, posmatrajući potrošnju turista prema tržištu sa kojeg dolaze, takođe su primjetne značajne razlike. Turisti koji dolaze iz Mediteranskih zemlja u prosjeku na dnevnom nivou imaju potrošnju 114,3 eura/€, Zapadne Evrope 105 eura/€, dok turisti sa tržišta Zapadnog Balkana imaju prosječnu dnevnu potrošnju u iznosu od 54 eura/€. Domaći turisti u prosjeku su ostvarivali dnevnu potrošnju u iznosu od 28,6 eura/€.

**Tabela 5:** Troškovi putovanja

Troškovi putovanja turista koji su boravili u CG do 15 dana	Prosječna potrošnja eura/€	Dnevna potrošnja eura/€
Cijena plaćena agenciji	660,1	153,9
Troškovi smještaja	182,7	42,6
Troškovi hrane i pića u ugostiteljskim objektima	146,0	34,0
Troškovi za sport, rekreaciju i zabavu	85,9	20,0
Drugi troškovi	150,8	35,1
<b>Ukupni troškovi na putovanju</b>	<b>396,1</b>	<b>92,3</b>

**Napomena:** Dnevna potrošnja - prosječna potrošnja na dnevnom nivou za prosječan broj ostvarenih noćenja u Crnoj Gori (4,3).

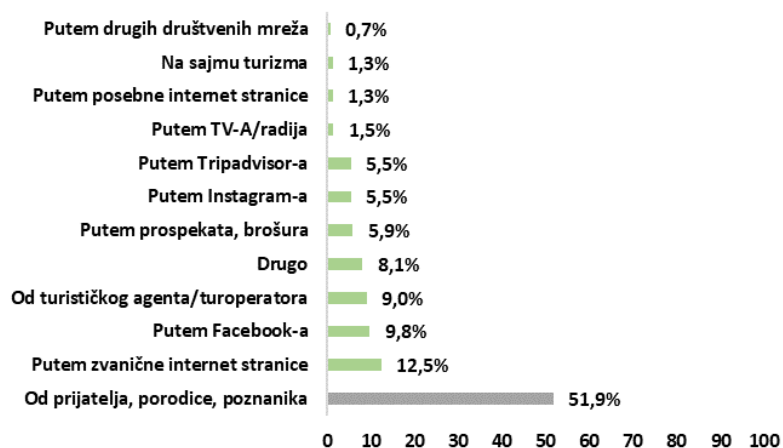
**Tabela 6:** Potrošnja turista koji su boravili u seoskim domaćinstvima

Troškovi putovanja turista koji su boravili u CG do 15 dana	Prosječna potrošnja eura/€	Dnevna potrošnja eura/€
Troškovi smještaja	85,6	24,5
Troškovi hrane i pića u ugostiteljskim objektima	73,8	21,1
Troškovi za sport, rekreaciju i zabavu	64,0	18,3
Drugi troškovi	145,0	41,4
<b>Ukupni troškovi na putovanju</b>	<b>225,9</b>	<b>64,5</b>

**Napomena:** Dnevna potrošnja - prosječna potrošnja na dnevnom nivou za prosječan broj ostvarenih noćenja turista koji su boravili u seoskim domaćinstvima (3,5).

**Informisanost o Crnoj Gori** - Nosioi ponude su tokom dubinskih intervjua naveli da im najveći broj gostiju dolazi po preporuci, što pokazuju i rezultati istraživanja među turistima koji su za destinaciju u najvećem broju (51,9%) čuli od prijatelja, poznanika i rođaka. Takođe navode da svoju turističku ponudu najčešće promovišu putem zvaničnih web sajtova i u saradnji sa turističkim agencijama, a podaci istraživanja pokazuju da su zvanične Internet stranice najčešće sredstvo informisanja koje su anketirani turisti koristili prilikom dolaska u Crnu Goru.

**Grafik 18:** Čuo/čula sam za ovo ruralno područje...



**Ocjene karakteristika elemenata ponude ruralnog turizma** - Najvišim prosječnim ocjenama ocijenjene su sledeće karakteristike ponude:

- Prijatan ambijent (4,48)
- Prijateljski nastrojeno lokalno stanovništvo (4,46)
- Mirna i tiha atmosfera (4,43)
- Gastronomija-lokalna jela (4,38)
- Očuvana okolina (4,2)
- Kvalitetni smještajni kapaciteti (4,12)
- Veliki izbor aktivnosti u prirodi (4,04)
- Sjajne mogućnosti za ekstremne avanturističke sportove (3,99)
- Čista okolina (3,99).

Sa druge strane, u odnosu na ukupan uzorak, razvijenost infrastrukture je ocijenjena sa prosječnom ocjenom 3, pri čemu su najkritičniji bili turisti u južnom regionu (2,72)<sup>38</sup>.

<sup>38</sup> Vrijednosti u tabeli 6 predstavljaju prosječnu ocjenu na skali od 1 do 5 (pri čemu se 1 odnosi na „Uopšte se ne slažem“, a 5 se odnosi na „U potpunosti se slažem“) kojom su turisti ocijenili svaku od navedenih karakteristika elemenata ponude ruralnog turizma u tri regiona.

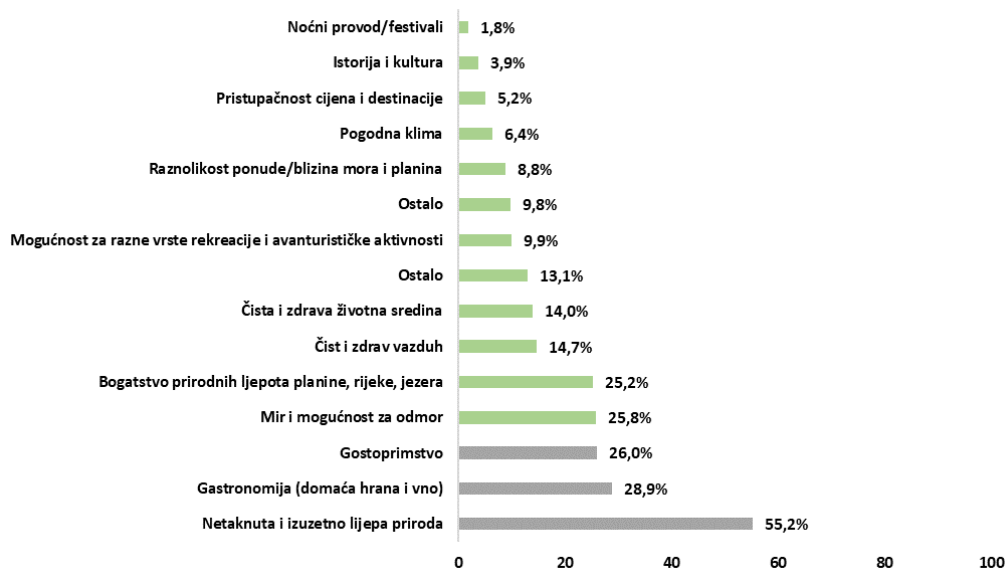
Tabela 7: Ocjena karakteristika elemenata ruralnog turizma po regionima

Karakteristike elemenata ruralnog turizma (Prosječne vrijednosti se odnose samo na turiste koji su bili u višednevnoj posjeti Crnoj Gori)	Region			
	Jug	Centar	Sjever	Total
	Prosjek	Prosjek	Prosjek	Prosjek
Kvalitetni smještajni kapaciteti	4,05	4,22	4,12	<b>4,12</b>
Autentični restorani	3,90	4,12	3,91	3,93
Nizak nivo usluge	2,19	2,18	2,45	2,37
Raznovrsne prodavnice	3,10	3,22	2,74	2,87
Ukusna lokalna jela	4,26	4,62	4,36	<b>4,38</b>
Raznoliki kulturni događaji/festivali	3,74	3,95	3,21	3,42
Mjesta od kulturnog/istorijskog značaja	4,29	4,51	3,54	3,84
Slabo dostupne informacije za turiste	2,56	2,68	3,20	3,02
Pogodan sistem prevoza	3,30	3,02	3,35	3,30
Razvijenu infrastrukturu	2,72	3,25	3,03	3,00
Lako pristupačno	3,21	3,80	3,55	3,52
Dobra turistička signalizacija	3,52	3,61	3,29	3,37
Nizak nivo lične sigurnosti i bezbjednosti	2,18	1,61	2,35	2,22
Sjajne mogućnosti za ekstremne avanturističke sportove	4,11	3,79	4,00	<b>3,99</b>
Prijateljski nastrojeno lokalno stanovništvo	4,47	4,62	4,43	<b>4,46</b>
Pružna dobru vrijednost za uloženi novac	3,88	4,00	3,92	3,92
Visoke su cijene u ovoj destinaciji	2,97	3,10	2,75	2,83
Čistu okolinu	3,39	4,07	4,12	<b>3,99</b>
Očuvanu okolinu	3,83	4,32	4,27	<b>4,20</b>
Prijatan ambijent	4,24	4,57	4,53	<b>4,48</b>
Veliki izbor aktivnosti u prirodi	4,12	3,75	4,07	<b>4,04</b>
Veliki izbor aktivnosti za djecu	3,21	3,37	3,38	3,35
Dovoljno igrališta za djecu	2,69	3,35	3,17	3,09
Ima malo da ponudi porodicama	2,49	1,97	3,05	2,86
Malo mogućnosti za blaže oblike avanturizma	2,45	2,60	2,99	2,85
Mirna i tiha atmosfera	4,32	4,40	4,47	<b>4,43</b>
Generalna slika ovog mjesta je veoma pozitivna	4,34	4,39	4,51	4,46

**Prednosti ruralne destinacije** - Turisti koji su boravili u višednevnoj posjeti Crnoj Gori su procentualno najčešće navodili netaknutu i izuzetno lijepu prirodu (55,4%) kao prednost ruralnog područja. Drugorangirana je gastronomija (30,9%), dok najmanji procentualni udio imaju noćni provod/festivali (2,2%) i istorija i kultura (3,6%).

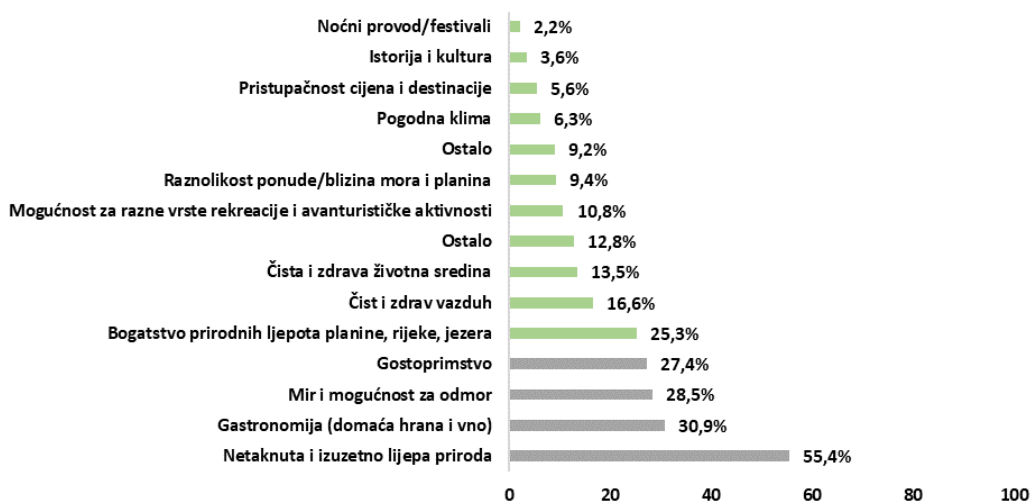
Turoperatori su tokom dubinskih intervjua naglasili da se gastronomija, gostoprimstvo i tradicionalne vrijednosti ističu kao neke od glavnih prednosti koje privlače strane turiste u ruralne predjele Crne Gore što je u skladu sa podacima dobijenim terenskim istraživanjem među turistima.

Grafik 19: Prednosti ruralne destinacije u odnosu na ukupan uzorak uključujući i jednodnevne i višednevne posjete



Napomena: Mogućnost davanja više odgovora.

Grafik 20: Prednosti ruralne destinacije u odnosu na turiste koji su bili u višednevnoj posjeti Crnoj Gori

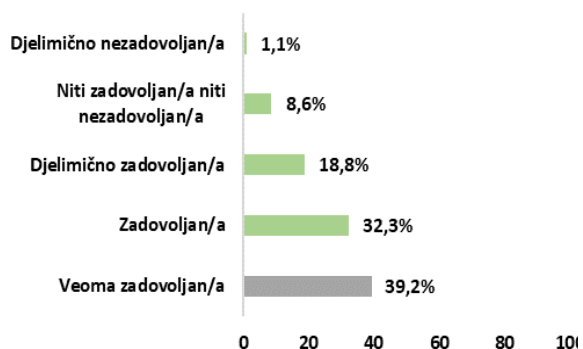


Napomena: Mogućnost davanja više odgovora.

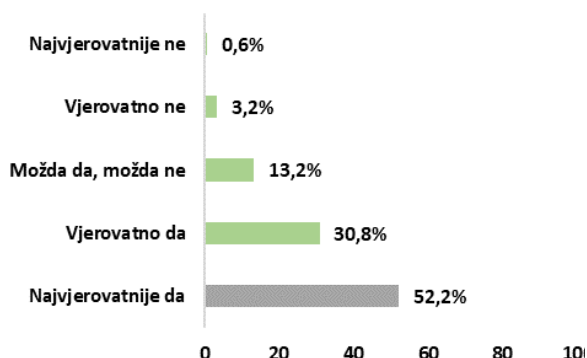
**Zadovoljstvo posjetom** - Podaci o zadovoljstvu turista posjetom ruralnih područja u Crnoj Gori pokazuju da je većina njih 71,5% zadovoljno posjetom. Odnosno, kada je u pitanju ocjena generalnog zadovoljstva posjetom, prosječna ocjena na skali od 1 do 7 koju su turisti dali je 6<sup>39</sup>. Vjerovatnoća da će opet posjetiti Crnu Goru je kod većine anketiranih turista visoka, pa su najčešći odgovori na ovo pitanje bili „Najvjerovatnije da“ (52,2%) i „Vjerovatno da“ (30,8%).

<sup>39</sup> Na skali od 1 do 7, ocjena 1 se odnosi na „Potpuno nezadovoljan/a“, dok se 7 odnosi na „Veoma zadovoljan/a“.

**Grafik 21:** Generalno zadovoljstvo posjetom ovog ruralnog područja

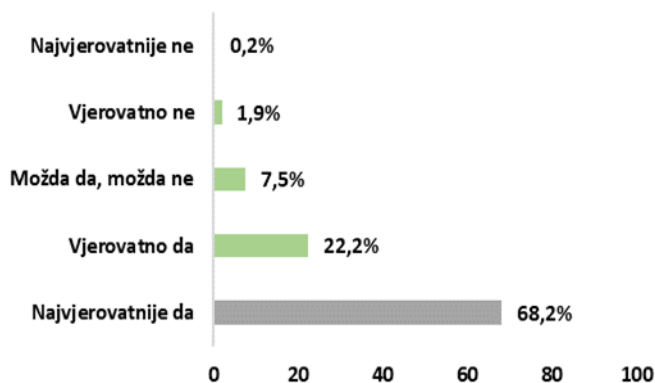


**Grafik 22:** Koliko je vjerovatno da ćete opet posjetiti ovo mjesto?



**Preporuka destinacije** - Većina turista se izjasnila da će najvjerojatnije preporučiti ovu destinaciju prijatelju (68,2%), odnosno da će vjerovatno preporučiti svojim prijateljima da posjete Crnu (22,2%).

**Grafik 23:** Koliko je vjerovatno da ćete preporučiti prijatelju da posjeti ovo mjesto?



**Razlog za dolazak u destinaciju** - Anketirani turisti koji su posjetili sjever Crne Gore su dali najveću prosječnu ocjenu za uživanje u očuvanoj prirodi kao razlog za dolazak u ovu destinaciju (4,44), pri čemu je ovaj razlog ocijenjen najvećom prosječnom ocjenom i u preostala dva regiona (4,52 na jugu i 4,23 u centralnom regionu).

Razlog za dolazak koji su turisti na jugu ocijenili najvećom ocjenom jeste da pored uživanja u očuvanoj prirodi imaju priliku da probaju lokalna jela (4,52). Turoperator navode da turisti u Crnu Goru najčešće dolaze kako bi uživali u miru i prirodi daleko od urbane sredine, a upravo ovaj razlog za dolazak su turisti u svim regionima ocijenili prosječnom ocjenom većom od 4. Takođe, nosioci ponude su naglasili da turisti dolaze u Crnu Goru kako bi uživali u aktivnom odmoru u ruralnoj sredini i imali priliku da uživaju u tradicionalnim gastronomskim specijalitetima.

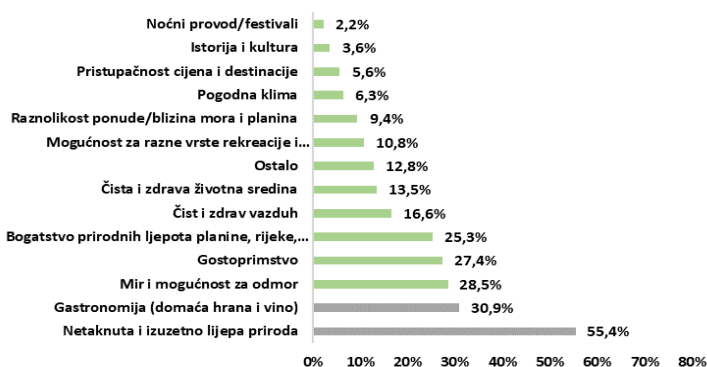
Tabela 8: Razlozi za dolazak u Crnu Goru po regionima

Razlozi za dolazak u Crnu Goru	Region			
	Jug	Centar	Sjever	Ukupno
	Prosjek	Prosjek	Prosjek	Prosjek
Da naučim nešto novo i zanimljivo	4,14	3,77	3,77	3,84
Da posjetim mjesto koje nijesam posjetio ranije	4,21	3,83	4,00	4,03
Da upoznam nove ljude i da se družim sa lokalnim stanovništvom	3,91	3,68	3,89	3,88
Da pobjegnem od svakodnevnice	4,33	3,74	4,33	4,28
Da provedem kvalitetno vrijeme sa porodicom	3,54	3,18	3,59	3,55
Da provedem vrijeme sa prijateljima	3,60	3,35	3,85	3,76
Da se zabavim	4,41	3,97	4,23	4,24
Da ojačam vezu sa partnerom	3,70	3,03	3,27	3,33
Da posjetim kulturna istorijska mjesta	4,25	3,89	3,21	3,45
Da uživam u tradicionalnoj muzici	3,33	2,94	3,01	3,07
Da naučim više o sebi	3,23	2,73	3,12	3,11
Da učestvujem u ekstremnim avanturističkim aktivnostima	3,67	2,59	3,42	3,40
Da odmorim od ubrzane svakodnevnice	3,95	3,32	4,04	3,97
Da doživim nove kulture i stil života	4,39	3,74	3,77	3,88
Da probam lokalna jela	4,52	4,15	4,25	4,29
Da uživam u očuvanoj prirodi	4,52	4,23	4,44	4,44
Da iskusim ruralnu sredinu	4,42	3,97	4,28	4,28
Da uživam u lokalnom vinu	4,35	2,91	3,39	3,53
Da budem aktivan u prirodi	4,13	3,39	4,28	4,18
Da se oprobam u ekstremnim sportovima	3,75	2,36	3,34	3,34
Da budem uključen u aktivnostima na farmi	2,57	1,78	2,74	2,64
Da dobijem dobru vrijednost za novac	3,77	3,00	3,39	3,43
Da uživam u festivalu/kulturnom događaju	3,24	2,79	2,77	2,86
Da dobijem jedinstveno kulturološko iskustvo	3,97	3,23	3,27	3,40
Da posjetim prijatelje/poricu	2,58	2,50	2,89	2,81
Da se oprobam u blažim oblicima avanturističkih aktivnosti	3,60	2,50	3,51	3,44
U potrazi za ushićenjem i uzbuđenjem	3,85	2,82	3,35	3,40
Bila je dobra cijena paket aranžmana	3,76	2,47	3,18	3,23

Napomena: Prosječne vrijednosti se odnose na turiste koji su bili u višednevnoj posjeti Crnoj Gori.

**Omiljene aktivnosti** – U odnosu na grupu turista koja je bila u višednevnoj posjeti Crnoj Gori, procentualno najzastupljenija omiljena aktivnost koju su navodili je aktivni odmor (49,3%). Druga i treća po redu najzastupljenija aktivnost su šetnja i boravak u prirodi (34,3%) i avanturistički turizam (23,1%). Turoperatori su tokom dubinskih intervju naglasili da većina turista koja dolazi u ruralna područja ne predstavlja onu grupu turista kojoj je primarno interesovanje plažni turizam, već oni mahom traže aktivnosti u prirodi. To predstavlja veoma značajan podatak, jer ukazuje na rastući značaj date grupe turista.

Grafik 24: Koje su bile tri Vaše omiljene aktivnosti tokom boravka u Crnoj Gori?



Napomena: Mogućnost davanja više odgovora. Podaci se odnose na turiste koji su bili u višednevnoj posjeti Crnoj Gori.

## II SWOT ANALIZA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE

Analiza spoljašnjih i unutrašnjih faktora koji kreiraju šanse i ograničenja razvoju ruralnog turizma Crne Gore rađena je imajući u vidu ne samo Crnu Goru u cjelini, već i regione i postojeće i potencijalne turističke proizvode ruralnog turizma. Ovdje treba naglasiti da se u pogledu razvoja ovog vida turizma Crna Gora nalazi u početnoj fazi, te se još nisu izdvojile krupnije razlike po regionima i proizvodima, odnosno, većina internih prednosti i nedostataka, te eksternih šansi i opasnosti, immanentna je cjelini sistema ruralnog turizma. Tamo gdje postoje specifičnosti, odnosno tamo gdje određeni faktor ne utiče na ruralni turizam Crne Gore u cjelini (nacionalni nivo), posebno je označeno koje prednosti, nedostaci, šanse i opasnosti utiču na koji regionalni nivo (sjeverni, centralni ili južni), ili pak utiču na neku od grupa proizvoda (o konkretnim grupama i pojedinačnim proizvodima pogledati u dijelu dokumenta pod nazivom „Prioritetni turistički proizvodi“).

### 2.1. Prednosti

Tabela 9: Prednosti

PREDNOSTI	NIVO
Autentičnost predjela, ponude i tradicionalnih vrijednosti	Nacionalni
Bogatstvo prirodnih ljepota	Nacionalni
Egzotična i nedovoljno istražena destinacija	Nacionalni
Raznolikost proizvoda i ponude avanturističkog turizma	Sjeverni i Centralni region
Raznolikost ponude/blizina mora i planina	Nacionalni
Gostoprimstvo lokalnog stanovništva	Nacionalni
Tradicionalni crnogorski proizvodi	Nacionalni
Status kandidata EU - korišćenje fondova	Nacionalni

- Crna Gora se ističe **autentičnošću predjela, ponude i tradicionalnih vrijednosti** i ovi aspekti predstavljaju odlične preduslove za razvoj ruralnog turizma. Gastronomska ponuda, tradicija i kultura čine da se turisti još više interesuju za Crnu Goru kao za destinaciju koja ima prepoznatu ponudu u ruralnom turizmu, jer strani turisti koji posjećuju ruralne predjele prvenstveno traže direktan kontakt sa lokalnim stanovništvom i tradicionalni, autentični doživljaj tokom boravka u ruralnom području.
- **Bogatstvo prirodnih ljepota** – Crna Gora je sa 60% šumovitosti, uz skandinavske zemlje, jedna od najšumovitijih zemalja Evrope. Planine, rijeke, jezera omogućavaju ruralnim turistima da uživaju u raznolikom prirodnom okruženju koje pruža i mogućnost raznovrsne rekreacije (aktivan odmor, šetnje u prirodi, avanturistički turizam i slično).
- Strani turisti i dalje prepoznaju Crnu Goru kao **egzotičnu i nedovoljno istraženu destinaciju**, pa ova perspektiva često predstavlja razlog za inicijalno interesovanje turista.
- **Raznolikost proizvoda i ponude avanturističkog turizma** je veoma bitan faktor koji privlači turiste, a posebno zbog činjenice da im raznovrsna ponuda u ovom segmentu daje mogućnost izbora i slobode u kreiranju sadržaja tokom putovanja.
- **Raznolikost ponude/blizina mora i planina** – ponuda u ruralnom turizmu u Crnoj Gori je toliko raznovrsna da im omogućava da na relativno malom prostoru uživaju u ruralnom i avanturističkom turizmu, ali da takođe iskuse i kupališnu komponentu ponude turizma Crne Gore.

- **Gostoprimstvo lokalnog stanovništva** – predstavlja važnu prednost Crne Gore jer je gostoprimstvo od posebnog značaja u ruralnim područjima, gdje turisti teže za direktnim kontaktom sa lokalnim stanovništvom.
- **Tradicionalni crnogorski proizvodi** – tradicionalni, autohtoni crnogorski proizvodi za sada nisu brendovi u kontekstu međunarodne trgovine, ali se intenzivno radi na tome da postanu brend u domaćoj trgovini. Za punu prepoznatljivost potrebno je da se postigne ujednačenost kvaliteta i obim proizvodnje, a to je moguće samo udruživanjem manjih proizvođača i zajedničkom prezentacijom na tržištu. Poseban izazov je izjednačavanje standarda, što se posebno odnosi na proizvode kao što su: crnogorska jagnjetina i jaretina, njeguški suhomesnati proizvodi (pršut, kobasice, pečenica, slanina, kaštradina); sirevi (njeguški, primorski, lisnati kolašinski, pljevaljski, kučki); pivski skorup iz mješine; med (pelinov, livadski, šumski, primorski); riba (dimljeni šaran-krap, dimljena pastrmka, dimljena ukljeva, ali i svježa jezerska i morska riba); ljekovito bilje i šumski plodovi (malina, kupina, borovnica, ribizla); razno povrće u zaštićenom prostoru (paradajz, salate, krastavci); krompir (kolašinski, krnovski, gusinjski, zatrijebački); crnogorsko vino iz ostalog vinogorja van Čemovskog polja i rakija (crmničko, drušičko i doljansko); citrusi, masline i maslinovo ulje. Do sada su zaštićena četiri proizvoda: „Njeguški pršut“, „Pljevaljski sir“, „Crnogorska goveđa pršuta“ i „Crnogorska stelja“.
- **Status kandidata EU - korišćenje fondova** - sticanjem statusa kandidata za članstvo u EU, Crnoj Gori su iz Instrumenta pretpristupne pomoći (IPA) postala dostupna nova sredstva za oblasti kao što su regionalni razvoj, razvoj ljudskih resursa, poljoprivreda i ruralni razvoj.



## 2.2. Slabosti/nedostaci

Tabela 10: Slabosti/Nedostaci

SLABOSTI / NEDOSTACI	NIVO
Nerazvijena svijest stanovništva o značaju bavljenja ruralnim turizmom	Nacionalni
Postojanje sive ekonomije	Nacionalni
Nedovoljno razvijena putna infrastruktura	Sjeverni i centralni region
Nerazvijena ostala infrastruktura	Sjeverni i centralni region
Depopulacija sela	Sjeverni i centralni region
Blage sankcije za neadekvatno ponašanje prema životnoj sredini	Nacionalni
Nedostatak znanja i vještina za bavljenje ruralnim turizmom	Agroturizam
Slaba veza ruralne ekonomije/poljoprivrede i turizma	Nacionalni
Neinformisanost lokalnog stanovništva o podsticajnim mjerama	Sjeverni i centralni region
Nepostojanje institucionalne podrške stanovništvu da se prijavi za podsticaje i da registruju svoja domaćinstva	Nacionalni
Nepostojanje sistemskih olakšica za početnike u bavljenju ruralnim turizmom	Agroturizam
Neadekvatna promocija turističke ponude Crne Gore u oblasti ruralnog turizma	Agroturizam, Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi, Proizvodi vezani za ruralno kulturno nasleđe
Nedostatak inicijative za unaprjeđenje ponude i umrežavanje na lokalnom nivou	Agroturizam, Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi, Proizvodi vezani za ruralno kulturno nasleđe
Mali broj seoskih domaćinstava u Crnoj Gori koja su prilagođena zahtjevima stranih posjetilaca	Agroturizam
Neadekvatan sistem za informisanje i pružanje podrške turistima	Nacionalni
Nepostojanje saradnje između javnog i privatnog sektora	Nacionalni
Velike razlike u kvalitetu usluge u ruralnom turizmu	Sjeverni i centralni region
Nedovoljno angažovanje lokalnog stanovništva u pogledu očuvanja autentičnosti sela i tradicije	Nacionalni
Nepostojanje baze sa objedinjenim kontakt informacijama o seoskim domaćinstvima u svim regionima Crne Gore	Agroturizam
Nerazvijen kulturni turizam kao vid turizma komplementaran ruralnom turizmu	Sjeverni i centralni region
Neadekvatna turistička infrastruktura	Agroturizam, Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi, Proizvodi vezani za ruralno kulturno nasleđe
Nepoznavanje procedura relevantnih za ruralni turizam	Agroturizam, Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi, Proizvodi vezani za ruralno kulturno nasleđe

- Nerazvijena svijest stanovništva o značaju bavljenja ruralnim turizmom** (*nedovoljno razvijena svijest lokalnog stanovništva o značaju razvoja ruralnog turizma, kao i o njegovim prednostima, odnosno nezainteresovanost stanovništva za bavljenje ovom vrstom turizma*)

Učesnici fokus grupe za razvoj ruralnog turizma ističu da je potrebno animirati postojeća poljoprivredna gazdinstva za bavljenje ruralnim turizmom, kao i dati subvencije sa lokalnog i državnog nivoa kako bi se motivisali za bavljenje ovim vidom turizma. S tim u vezi, takođe je potrebna dodatna edukacija stanovništva o mogućnostima bavljenja ruralnim turizmom. U tom smislu, neophodan je terenski rad predstavnika lokalne samouprave koji će informisati stanovništvo o mogućnostima, subvencijama, pozivima za podršku.
- Postojanje sive ekonomije** (*neregistrovani smještajni kapaciteti i visok procenat sive ekonomije koji takođe uzrokuju i postojanje neloyalne konkurencije*)

Pružaoци usluga smještaja se ne registruju zbog komplikovane procedure, administrativnih procedura i cijene. Takođe, postoji i problem neriješene vlasničke strukture pojedinih seoskih kuća i dobijanja građevinskih dozvola. Ističe se da je neophodno pojednostaviti administrativne procedure za registraciju domaćinstava. Seoska domaćinstva se ne registruju iz razloga što su uvjereni da će im inspekcija svakodnevno dolaziti u kontrolu.

Da bi se povećao broj registrovanih seoskih domaćinstava, kao i da bi se poboljšao razvoj ruralnog turizma, lokalne samouprave bi trebalo da daju podsticajne mjere kroz npr. kreditiranje onih koji hoće da se bave ruralnim turizmom i kroz skraćivanje procesa registracije. Takođe, prisutno je nerazumijevanje razlike između pojmova etno selo, seosko domaćinstvo, poljoprivredno gazdinstvo, katuni koji ujedno pružaju i usluge smještaja i hrane, jer se potrebe i uslovi za ove pojedinačne kategorije umnogome razlikuju. Ovakvim razgraničavanjem pojmova bi se pomoglo i lokalnim samoupravama da jasnije definišu krajnje korisnike kojima je namijenjena pomoć od strane lokalnih samouprava.

- **Nepristupačnost terena, tj. nerazvijena putna infrastruktura** (katuni, pojedina etno sela) često stvara značajne probleme turističkim agencijama u pogledu organizacije prevoza turista do tih destinacija. Problemi koji se često javljaju na sjeveru Crne Gore se odnose na neredovno čišćenje i održavanje puteva, pogotovo u periodu kada na planinama još uvijek ima sniježnih nameta koji predstavljaju prepreke za nesmetano kretanje turista, odnosno za organizaciju tura. Logistički problemi prilikom organizovanja putovanja u udaljenije ruralne destinacije se takođe ogledaju u nedostatku sistema podrške i pomoći za posjetioce, pa turističke agencije često moraju da angažuju i koriste sopstvene kadrove i sredstva kako bi prevazišli te barijere. Veliki problem koji svi strani turisti ističu je nepostojanje toaleta i kabina za presvlačenje na završnoj tački za rafting.
- **Nerazvijena ostala infrastruktura** - veliki problem predstavlja infrastruktura (voda, struja, komunalna infrastruktura) koja je nedovoljno razvijena. Takođe, postoji problem neadekvatnog upravljanja otpadom-divljih deponija na koje turisti najčešće daju primjedbe. Infrastrukturni problemi (elektroenergetski sistem, telekomunikacioni sistem-domest) i problemi u pogledu održavanja ekološkog balansa, odnosno zaštite životne sredine se ističu kao aspekti na koje strani turisti često imaju primjedbe, pri čemu se najveća primjedba u ovom pogledu ogleda u nedovoljno razvijenoj ekološkoj svijesti na individualnom, lokalnom i nacionalnom nivou. Većina sela nema Internet pa su njihove mogućnosti da se informišu vrlo ograničene. Infrastrukturni problemi su posebno prisutni u sjevernom regionu, pri čemu je posebno potrebno kontinuirano raditi na unaprjeđenju puteva i putne signalizacije.
- **Depopulacija sela** - U centralnom i posebno u sjevernom regionu, problem predstavlja odlazak stanovništva iz sela u gradove, pri čemu se smatra da isticanje prednosti sela i ruralnog turizma može biti način da se stanovništvo zadrži u okviru svojih seoskih domaćinstava. Kako bi se prevazišao ovaj problem potrebno je uložiti dodatne napore u davanje podsticaja mladim ljudima da ostanu na selu, a to se može postići putem pružanja pravovremene institucionalne podrške u formi dječjih dodataka i bespovratnih sredstava. Podsticanjem ruralnog razvoja podstiče se i razvoj turizma na selu, kao i socijalni razvoj. Velika stopa migracije stanovništva iz sela u gradove, posebno među mlađom populacijom, predstavlja jednu od glavnih slabosti u ruralnom turizmu jer direktno dovodi do nedovoljne kadrovske spremnosti u sektoru ruralnog turizma.
- **Slabo sankcionisanje neadekvatnog ponašanja prema životnoj sredini** – podrazumijeva da se za aktivnosti koje neposredno dovode do uništavanja prirode i zagađenja životne sredine (na primjer: nelegalna sječa šuma, paljenje šuma i sl.) ne sprovode adekvatne sankcije koje bi spriječile ovakav vid ponašanja, te je ono postalo česta praksa u ruralnim predjelima koja direktno ugrožava prirodne potencijale za razvoj ruralnog turizma.
- **Nedostatak znanja i vještina za bavljenje ruralnim turizmom** - nedovoljna kadrovska spremnost u sektoru ruralnog turizma, koja je velikim dijelom posljedica velike stope migracije stanovništva iz sela u gradove, posebno među mlađom populacijom. Lokalno stanovništvo nije dovoljno edukovano o pripremi projekata, biznis planova, razvoju proizvoda i promociji. Stanovništvo rijetko govori engleski jezik i nedostaju im vještine koje se odnose na marketing, pripremu projekata i komunikaciju.

- **Slaba veza ruralne ekonomije/poljoprivrede i turizma** – postoji nedovoljna povezanost između ovih privrednih grana. Smještajni objekti ne sarađuju dovoljno sa objektima koji pružaju usluge hrane i pića, a oni pak nedovoljno sarađuju sa proizvođačima domaće hrane i sirovina. Disbalans između postojeće poljoprivredne proizvodnje i ruralnog turizma predstavlja takođe jedan od velikih nedostataka koji dovodi do većih problema u kreiranju ponude u ruralnom turizmu, jer se nosioci ponude sve više udaljavaju od bavljenja poljoprivredom i fokusiraju se na turizam, čime dolazi do nedostatka poljoprivredne proizvodnje u seoskim domaćinstvima. Poljoprivreda predstavlja osnovu za stvaranje ponude u ruralnom turizmu i to ne samo zbog domaće organske hrane, već i zbog samog iskustva koje ova vrsta proizvodnje pruža stranim turistima. Sistemski problemi su prepoznati na lokalnom i nacionalnom nivou i oni se primarno ogledaju u nedostatku inicijative na nivou lokalne zajednice, odnosno u nedostatku programa podrške i pomoći koji su usmjereni na nosioce ponude u ruralnom turizmu, a posebno na one koji su na samom početku bavljenja ovom vrstom turizma. Na ovaj problem utiče i promijenjena regulativa vezana za bezbjednost hrane, koja je nedovoljno poznata proizvođačima pa dodatni izazov predstavlja plasman proizvoda hotelima i restoranima.
- **Neinformisanost lokalnog stanovništva o podsticajnim mjerama** - neadekvatna komunikacija lokalnog stanovništva i nadležnih institucija koje se bave turizmom.
- **Nepostojanje podrške stanovništvu da se prijavi za podsticaje i da registruju svoja domaćinstva** – komplikovane procedure i dokumentacija koju stanovništvo treba da ispuni, uz nedovoljno znanje i podršku u procesu registracije.
- **Nepostojanje sistemskih olakšica za početnike u bavljenju ruralnim turizmom** koje bi se ogledale u davanju određenog grejs perioda u toku kog bi se tim nosiocima ponude omogućilo nesmetano funkcionisanje u inicijalnoj fazi razvoja. Dakle, potrebno je definisati integrisan institucionalni sistem podrške koji bi stvorio uslove za brži i efikasniji razvoj ponude u ruralnom turizmu u Crnoj Gori.
- **Neadekvatna promocija turističke ponude Crne Gore u oblasti ruralnog turizma** takođe predstavlja jednu od barijera za postizanje konkurentnosti na evropskom tržištu, pa je potrebno da LTO i NTO intenziviraju zajedničku saradnju u domenu promocije atrakcija, tura i pojedinačnih proizvoda u okviru ove vrste turizma.
- **Nedostatak inicijative za unaprjeđenje ponude i umrežavanje na lokalnom nivou** (kao indirektna posljedica malog broja mladih ljudi koji se bave ruralnim turizmom i nedovoljne edukacije stanovništva), posebno između turističkih agencija i drugih nosilaca ponude. Ovo izaziva probleme u kreiranju ponude u ruralnom turizmu koja bi zadovoljavala kriterijume i očekivanja stranih turista koji traže visok nivo higijene, autentične i tradicionalne smještajne kapacitete i predjele, integrisanu turističku i poljoprivrednu ponudu, organske proizvode i ponudu koja zadovoljava ekološke standarde u svakom pogledu. Ono što ohrabruje su inicijative za formiranje Lokalnih Akcionih Grupa (LAG) koje mogu doprinijeti da se ovaj problem riješi. S tim u vezi, pokrenuta je inicijativa od strane samih domaćinstava da se formira asocijacija domaćinstava aktivnih u seoskom turizmu, a koja bi trebalo da bude formirana do kraja 2018. godine. Ovo može biti značajno za različite aktivnosti u ovom sektoru.
- **Mali broj seoskih domaćinstava u Crnoj Gori koja su prilagođena zahtjevima stranih posjetilaca** - Iako su neke agencije veoma dobro upoznate sa gotovo svim nosiocima ponude u ruralnom turizmu, nerijetko dolaze u situaciju da turiste ne mogu poslati u određena seoska domaćinstva zbog toga što oni ne bi zadovoljili kriterijume stranih turista, a samim tim se stvaraju negativne implikacije u pogledu efikasnosti saradnje između ova dva aktera u oblasti ruralnog turizma u Crnoj Gori. Kako bi turističke agencije mogle intenzivnije da sarađuju sa većim brojem nosilaca ponude potrebno je da se stvore uslovi za postizanje dovoljnog stepena kvaliteta ponude.

- **Neadekvatan sistem informisanja i pružanja usluga turistima** tokom putovanja kroz Crnu Goru - Sistem turističkog informisanja još uvijek nije dostigao stepen razvoja koji bi mogao biti konkurentan na međunarodnom tržištu. Strani turisti očekuju sistem informisanja koji bi im omogućio nesmetanu i olakšanu organizaciju logističkih detalja u toku putovanja, pa je potrebno da se riješi ovaj sistemski problem u cilju ispunjavanja kriterijuma i zahtjeva stranih turista, odnosno unaprijeđenja ponude u ruralnom turizmu u Crnoj Gori u odnosu na razvijene ruralne destinacije u Evropi.
- **Velike razlike u kvalitetu usluge u ruralnom turizmu** - Problemi koji se ogledaju u nepotpunom ispunjavanju očekivanja stranih turista se nerijetko odnose na tradicionalno gostoprimstvo i autentičnu uslugu koju dobijaju u seoskim domaćinstvima, a koja izostaje u velikim i malim hotelima. Naime, potrebno je raditi na edukaciji subjekata (i to ne samo u seoskim domaćinstvima) kako bi se unaprijedila usluga u drugim vrstama smještajnih kapaciteta i kako bi se stvorio utisak koji je približan onome koji turisti dobiju prilikom boravka u domaćinstvima, odnosno kako bi se i u ovim kapacitetima podigao stepen gostoprimstva jer je upravo to ono što strani turisti cijene i očekuju u okviru ponude u ruralnom turizmu.
- **Nedovoljna saradnja između javnog i privatnog sektora** - Nedovoljan stepen integrisanosti / saradnje između nosilaca ponude, NTO, LTO i turističkih agencija. Postizanje višeg stepena saradnje u ovom pogledu je od velikog značaja za dalji razvoj ponude u ruralnom turizmu u Crnoj Gori jer bi se na taj način omogućila efikasna saradnja između nosilaca ponude i ostalih aktera u oblasti ruralnog turizma. Značajan problem je prepoznat u nedovoljnom angažovanju lokalnog stanovništva u pogledu očuvanja autentičnosti sela i tradicije, a upravo je ovo aspekt ponude koji je široko zastupljen u evropskim destinacijama i potrebno je pratiti taj primjer.
- **Nepostojanje baze sa objedinjenim kontakt informacijama o seoskim domaćinstvima u svim regionima Crne Gore** - Predstavlja veliki problem turističkim agencijama prilikom organizovanja tura, a ovo se posebno odnosi na one turističke agencije koje se još uvijek nalaze u početnoj fazi razvoja i koje je potrebno upoznati sa svim nosiocima ponude u ruralnom turizmu. Kreiranje ove baze bi bilo od značajne pomoći ne samo za turističke agencije, već bi umnogome olakšalo poslovanje i nosiocima ponude u ruralnom turizmu na način što bi njihova ponuda bila više ispromovisana i postala prepoznatljivija na tržištu, a samim tim bi se pospješili uslovi za njihovu saradnju i umrežavanje. Ovdje je od velikog značaja i neophodna saradnja i razmjena informacija između ministarstava i lokalnih samouprava.
- **Nerazvijen kulturni turizam kao vid turizma komplementaran ruralnom turizmu** - Kulturno-istorijsko nasljeđe se u Evropi pokazalo kao sastavni dio ruralnog turizma, a ruralni turistički proizvodi poput različitih tura obavezno sadrže elemente ponude nasljeđa.
- **Neadekvatna turistička infrastruktura** - Neadekvatno mapiranje i markiranje planinskih staza, biciklističkih staza, nepostojanje specijalizovanih prodavnica za biciklističku opremu, opremu za planinarenje, kao i servisa, neadekvatna signalizacija za turističke atrakcije. Problem koji je prepoznat u centralnom dijelu se odnosi na nedovoljno razvijenu ponudu, čime se u geografskom pogledu stvara zona koja služi za tranzit prilikom organizovanja tura u ruralne destinacije (na primjer na području Nikšića i Šavnika).
- **Nedovoljno poznavanje procedura relevantnih za ruralni turizam** – Odnosi se na široko nepoznavanje procedura relevantnih za ruralni turizam, posebno procedura registracije u opštinama. Pored toga, problem predstavljaju i različita tumačenja procedura, neprilagođenost procedura situaciji na terenu, kao i nemogućnost katuna da se uključe u pružanje usluga u turizam usljed neprilagođene regulative.

### 2.3. Šanse

Tabela 11: Šanse

ŠANSE	NIVO
Opredjeljenje Vlade Crne Gore za razvoj turizma u ruralnim delovima Crne Gore i diversifikaciju turističke ponude	Nacionalni
Rastuća međunarodna tražnja za turizmom koji je orijentisan na prirodu	Nacionalni
Rastuća međunarodna tražnja za novim (neeksploatisanim) turističkim destinacijama	Nacionalni
Povezivanje sa inostranim destinacijama ruralnog turizma kroz tematizaciju	Agroturizam, Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi, Proizvodi vezani za ruralno kulturno nasljeđe
Već otvoreni i planirani turistički kompleksi-resorti (Luštica Bay, Porto Montenegro, Porto Novi)	Nacionalni
Veća iskorišćenost sredstava EU fondova i prekogranične saradnje	Nacionalni
Formiranje LAG-ova	Nacionalni
Zahtjevi posjetilaca za ponudom autentičnih domaćih proizvoda	Agroturizam, Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi, Proizvodi vezani za ruralno kulturno nasljeđe
Zahtjevi posjetilaca za organskom hranom i izvorskom vodom	Agroturizam, Proizvodi vezani za aktivnosti u prirodi
Zasićenost tradicionalnim destinacijama	Nacionalni
Jačanje svijesti ruralnih zajednica da razvoj njihovih sredina – zavisi od mobilizacije lokalnih resursa i diversifikacije aktivnosti	Nacionalni
IPARD II	Nacionalni

- **Rastuća međunarodna tražnja za turizmom koji je orijentisan na prirodu** - Inostrani turisti sve više traže očuvanu prirodu i mogućnosti za provođenje aktivnog odmora u prirodi (pješačenje, avanturistički turizam), što daje šansu ruralnom dijelu Crne Gore koji obiluje prirodnim ljepotama i raznolikom ponudom za aktivan odmor u prirodi.
- **Rastuća međunarodna tražnja za novim (neeksploatisanim) turističkim destinacijama** - Globalni i regionalni trendovi ukazuju na to da turisti sve više traže nove, neistražene i destinacije koje još uvijek nije zahvatio masovni turizam. U ovome se ogleda velika šansa Crne Gore, imajući u vidu da ona još uvijek ima nedovoljno afirmisane destinacije ruralnog turizma. Iako Crna Gora još uvijek nije postigla stepen razvoja koji bi bio konkurentan na evropskom tržištu, takav status joj daje konkurentsku prednost u pogledu definisanja ponude u ruralnom turizmu koja turistima može pružiti iskonsko ruralno iskustvo i priliku za sve traženiji „digitalni detoks“, odnosno odmor od kompjutera i sličnih uređaja. Stoga postoji veliki potencijal u pogledu iskorišćavanja prednosti prirodne sredine koja turistima nudi mogućnost boravka u manje razvijenim i mirnijim predjelima, što je upravo u skladu sa zahtjevima i očekivanjima stranih turista.
- **Povezivanje sa inostranim destinacijama ruralnog turizma kroz tematizaciju** - Crna Gora ima geografski povoljnu poziciju u smislu da je moguće ostvariti značajnu saradnju sa zemljama regiona u oblasti ruralnog turizma i ove okolnosti su od velikog značaja za budući rad turističkih agencija, posebno u pogledu kreiranja integrisane ponude. Iskustva Evrope, pak, pokazuju da regionalni projekti ovog tipa mogu biti održivi isključivo ukoliko se vodi računa o tome šta turisti zaista žele i na koji način „konzumiraju“ ovakve proizvode. Izuzetno je važno da se zbog atraktivnosti ovakvih proizvoda izvrši tematizacija.

- **Veća iskorišćenost sredstava EU fondova i prekogranične saradnje** – pruža šansu za unaprijeđenje ponude ruralnih područja i značajan transfer dobrih praksi sa zemljama u okruženju. Kako bi se korišćenje EU sredstava povećalo, potrebno je prije svega bolje informisanje stanovništva o postojećim fondovima kao i obuka o pisanju projektnih aplikacija, pronalaženju projektnih partnera. Ovo je posebno važno u kontekstu pripreme aplikacija za IPARD fondove koji imaju dostupna sredstva za oblast ruralnog turizma.
- **Formiranje lokalnih akcionih grupa (LAG)**, odnosno primjena LEADER pristupa. LEADER predstavlja inovativni pristup unutar politike ruralnog razvoja EU. Skraćenica označava 'Veze između akcija ruralnog razvoja', odnosno metodu za mobilizaciju i ostvarivanje ruralnog razvoja u lokalnim ruralnim zajednicama, prije nego utvrđen paket mjera koje treba sprovesti<sup>40</sup>.
- **Zahtjevi posjetilaca za ponudom autentičnih domaćih proizvoda** - Pod uticajem ovih zahtjeva, vjerovatan je razvoj sistema umrežavanja poljoprivrednih proizvođača i plasiranja njihovih proizvoda na tržištu u cilju cjelogodišnje snabdjevenosti nosilaca ponude njihovim proizvodima.
- **Zahtjevi posjetilaca za organskom hranom i izvorskom vodom** - Crna Gora ima veliki potencijal za proizvodnju ekološke hrane, a ona je od posebnog značaja u ruralnom turizmu jer ruralni turisti preferiraju seoska domaćinstva koja nude ekološku hranu i čistu izvorsku vodu.
- **Zasićenost tradicionalnim destinacijama** – sve je više turista koji posjećujući primorje žele da posjete i ruralne destinacije koje se nalaze u zaleđu.
- **Jačanje svijesti ruralnih zajednica da razvoj njihovih sredina** zavisi od mobilizacije lokalnih resursa i diversifikacije aktivnosti. Ovo podrazumijeva i stvaranje jačeg duha zajedništva koji direktno proističe iz aktivnosti usmjerenih ka očuvanju lokalne tradicije, a aktivnosti u ovom pogledu je neophodno preduzeti kako bi se dodatno radilo na otklanjanju prepreka u pogledu ostvarivanja saradnje sa nosiocima ponude, odnosno umrežavanja.
- **IPARD II** – program podrške poljoprivredi kroz IPARD II doprinijeće jačanju poljoprivredne proizvodnje čiji su proizvodi bitan input ponude u ruralnom turizmu. Takođe, može doći i do značajnog pomaka u obimu i kvalitetu same turističke ponude u ruralnim područjima Crne Gore, ali treba imati u vidu da mnogi mali ponuđači neće, zbog uslova koje diktira IPARD, biti u stanju da apliciraju za ova sredstva. S druge strane, većina aktera u seoskom turizmu su upravo mali ponuđači, a ovo je jedan od rijetkih sektora koji im može pomoći da diversifikuju prihode. U tom smislu je veoma važno da se i mimo IPARD-a osmisle mjere podrške koje će biti fokusirane upravo na male ponuđače.

---

<sup>40</sup> Izvor: Leader pristup— Opšta uputstva, Evropska Komisija 2006, ISBN 92-79-02044-7

## 2.4. Prijetnje

Tabela 12: Prijetnje

PRIJETNJE	NIVO
Dalja depopulacija sela	Nacionalni
Tendencija ka razvoju masovnog turizma	Nacionalni
Spor proces izgradnje potrebne infrastrukture usled visokih troškova	Sjeverni region
Nedovoljno razvijeni kapaciteti za pripremu i realizaciju EU projekata	Nacionalni
Rastuće zagađenje životne sredine	Nacionalni
Konflikt između razvoja i zaštite	Nacionalni
Nekontrolisan ulaz posjetilaca u zaštićena područja	Nacionalni
Konflikti između inicijativa i projekata održivog ruralnog turizma i investicionih projekata u drugim sektorima privrede	Nacionalni
Smanjena mogućnost primjene principa niskokarbonskog turizma	Nacionalni
Statičnost i nedostatak kapaciteta lokalnih samouprava	Nacionalni
Nedostatak proaktivnog pristupa razvoju ruralnog turizma	Nacionalni

- **Dalja depopulacija sela** – Nezainteresovanost mladih ljudi za ostanak u ruralnim predjelima mogla bi ugroziti razvoj ruralnog turizma, jer kao što je pomenuto, sa odlivom mladih smanjuju se i kompetencije i vještine potrebne za pružanje kvalitetne usluge turistima i traženje novih trendova u ovoj oblasti.
- **Tendencija ka razvoju masovnog turizma** predstavlja jednu od glavnih opasnosti u pogledu razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori, a posebno kada se ima u vidu da je balans u pogledu održavanja autentičnog izgleda i tradicije u pojedinim ruralnim destinacijama već počeo da se narušava upravo usljed sve većih kretanja ka razvoju masovnog turizma. Problem koji se javlja na nacionalnom nivou među nosiocima ponude u ruralnom turizmu se odnosi na činjenicu da oni najčešće žele da se razvijaju velikom brzinom pa se ne bave aspektima ponude koje već posjeduju, već se u sklopu tog ubrzanog razvoja okreću masovnom turizmu i na taj način izlaze iz okvira očekivanja i standarda koje imaju strani turisti koji u Crnu Goru dolaze zbog ruralnog turizma.
- **Spor proces izgradnje potrebne infrastrukture usled visokih troškova** – Razvoj infrastrukture je jedan od ključnih elemenata ruralne ponude. Međutim, izrazito visoki troškovi njenog razvoja (putevi, deponije, telekomunikacije) mogu usporiti taj prijeko potreban preduslov za razvoj ruralnog turizma.
- **Nedovoljno razvijeni kapaciteti za pripremu i realizaciju EU projekata** – Seoskim domaćinstvima prije svega nedostaje kvalifikovano osoblje koje bi se bavilo pripremom EU projekata, razvojem projektnih ideja, ali i same realizacije projekata. Ovo predstavlja veliku prepreku u dobijanju dodatnih finansijskih sredstava i razmjeni iskustava i dobre prakse sa inostranim partnerima koje bi doprinijele unaprjeđenju ruralne ponude.
- **Rastuće zagađenje životne sredine** – jedna od opasnosti tiče se povećanja broja posjetilaca koji mogu donijeti negativne efekte, a druga opasnost tiče se needukovanosti lokalnih zajednica da se nose sa ovim problemima. Problem koji postoji i bez razvoja turizma jeste činjenica da ruralna područja često nisu obuhvaćena uslugama komunalnih preduzeća, pa mještani sami pronalaze rješenja. Turisti koji posjećuju ruralna područja su daleko svjesniji ovog problema i to im je najčešća primjedba.
- **Konflikt između razvoja i zaštite** - Razvoj turizma podrazumijeva upotrebu prostora, što je poseban problem kada su u pitanju zaštićena područja.
- **Nekontrolisan ulaz posjetilaca u zaštićena područja** čime se ugrožavaju osnovni prirodni resursi.

- **Konflikti između inicijativa i projekata održivog ruralnog turizma i investicionih projekata u drugim sektorima privrede.** U ruralnim područjima se može pojaviti interes u drugim sektorima, pri čemu je prostor resurs koji je potreban i u turizmu. Konflikt proizilazi iz toga što prostor potreban za razvoj turizma može biti zauzet objektima koji služe nekoj drugoj djelatnosti. Drugi problem je što se na tom prostoru mogu razviti djelatnosti koje nisu kompatibilne razvoju turizma.
- **Smanjena mogućnost primjene principa niskokarbonskog turizma** - Osim što predstavlja jedan od glavnih faktora ekonomskog rasta, razvoja infrastrukture i privlačenja investicija u zemlji, sektor turizma u Crnoj Gori zbog povezanosti sa ostalim sektorima ima veliki udio u emitovanju štetnih gasova. Stoga je promocija niskokarbonskog turizma u Crnoj Gori od velikog značaja, s obzirom na status ekološke države. Svakako da pojedine forme turizma vezane za aktivnosti u prirodi (biciklizam, planinarenje, rafting) u tom pogledu daju svoj doprinos i jačaju atraktivnost i konkurentnost ruralnog turizma koji se zasniva na očuvanim prirodnim resursima, što dalje doprinosi i poboljšanju turističke ponude, kvaliteta usluga i zaštiti biodiverziteta. Međutim, zbog relativno loše dostupnosti destinacija u unutrašnjosti, odnosno nedovoljne nerazvijenosti ne samo saobraćajne infrastrukture, već i sistema saobraćaja, ruralne destinacije ne samo u Crnoj Gori, već i u drugim zemljama, neće moći u velikoj mjeri da uvedu principe niskokarbonskog turizma. Jedino područje za primjenu ovog principa odnosi se na stimulisanje plasmana lokalnih poljoprivrednih proizvoda turistima, bilo preko ugostiteljskih objekata, bilo preko lokalnih tržnica, čime se eliminiše potreba njihovog transporta na druge lokacije.
- **Statičnost i nedostatak kapaciteta lokalnih samouprava** – Podrška ruralnim zajednicama u domenu razvoja turizma podrazumijeva rad na terenu, odnosno inicijativu javnog sektora kako bi se preduzetnicima dala podrška makar u početnim fazama bavljenja ovom granom turizma, što podrazumijeva postojanje neophodnih kadrovskih kapaciteta obezbijedenih na lokalnom nivou.
- **Nedostatak proaktivnog pristupa razvoju ruralnog turizma** – LTO su prepoznate kao ključni inicijatori promotivnih i informativnih aktivnosti vezanih za ruralni turizam na lokalnom nivou. Ključni izazov u tom kontekstu leži u nedostatku resursa i finansijskih mogućnosti kako bi se adekvatno odgovorilo zadacima u dijelu promocije ruralnog turizma.



### III RAZVOJ STRATEGIJE

#### 3.1. Definisane ciljeva razvoja ruralnog turizma

Opšti cilj razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori proizilazi iz jedinstvenih ciljeva crnogorske politike ruralnog razvoja za period 2015–2020 postavljenih SRPRP 2015-2020, a to su:

- Podsticanje održive, visokokvalitetne proizvodnje kroz razvoj konkurentnog i inovativnog poljoprivredno–prehrambenog sektora koji je u stanju da izdrži pritisak konkurencije na domaćem i EU tržištu i da ispunjava EU standarde i tržišne zahtjeve;
- Postizanje održivog gazdovanja prirodnim resursima i ublažavanje efekata klimatskih promjena kroz upravljanje šumskim i vodnim resursima i uvođenje poljoprivredne proizvodnje koja štiti životnu sredinu i ublažava uticaj na klimu;
- Dostizanje ujednačenog teritorijalnog razvoja ruralnih područja kroz podsticanje diverzifikacije ekonomskih aktivnosti, otvaranja novih radnih mjesta i socijalne uključenosti i unapređenje uslova života u ruralnim područjima.

Uvažen je i strateški cilj SRT do 2020. godine, koji podrazumijeva da se primjenom principa i ciljeva održivog razvoja za Crnu Goru stvori pozicija globalno visokokvalitetne turističke destinacije, da se ostvari rast broja radnih mjesta i životnog standarda, te da turizam bude stabilan i pouzdan izvor prihoda. Takođe, razmotreni su i Mjere i ciljevi navedeni u tom dokumentu.

Polazeći od opredjeljenja da ruralni prostor i atrakcije ne treba posmatrati kao resurs za razvoj turizma, već da je ispravno stanovište da je turizam poluga razvoja ruralnih sredina i zajednica, **strateški cilj razvoja ruralnog turizma je održivi razvoj diverzifikovane i autentične ruralne turističke ponude koja će stvoriti osnov za povećanje blagostanja ruralnog stanovništva i zaustavljanje depopulacije ruralnih područja**. Iz njega proizilazi set specifičnih, operativnih ciljeva razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori. To su:

##### 1. Unapređenje sistema ruralnih turističkih iskustava i integracija ponude.

Ostvarenje ovog cilja je važno jer je neophodno uspostaviti integrisani lanac vrijednosti u ruralnom turizmu na teritoriji cijele Crne Gore. Mnogi identifikovani nedostaci ponude ustvari su posljedica činjenice da proizvod nije integrisan.

##### 2. Razvoj svjesnosti i informisanosti turista o ponudi ruralnog turizma Crne Gore.

Ovaj cilj odnosi se na pozicioniranje ruralnog turizma na tržištu, uvažavajući brend i pozicioniranje Crne Gore kao destinacije. Namjera je da se poveća svjesnost turista da je Crna Gora izuzetna destinacija za različite oblike turističkih aktivnosti u ruralnom okruženju. Ovo, takođe, podrazumijeva i da se u sistem marketinga i prodaje ruralnih turističkih proizvoda intenzivnije uvedu nove tehnologije.

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

Uspjeh u razvoju ruralnog turizma zahtijeva učešće svih aktera u planiranju i kreiranju turističkog proizvoda. Pojedinci, preduzetnici, mala i srednja preduzeća koja se bave ruralnim turizmom, moraju imati neophodna znanja kako bi preuzeli svoju ulogu u upravljačkom procesu. Stoga je ovaj cilj izuzetno značajan. Dalja elaboracija mjera i aktivnosti na sprovođenju ovih ciljeva data je u dijelu ovog dokumenta pod nazivom *Predlog i prioritizacija mjera i aktivnosti za razvoj ruralnog turizma*.

### 3.2 Definisane prioritete proizvoda

U kontekstu postojećih prirodnih i organizacionih uslova, kao i interesovanja posjetilaca, može se nesumnjivo utvrditi da Crna Gora ima kapaciteta za razvoj kompleksne mreže ovih proizvoda, pri čemu su neki od njih već napredovali u tržišnoj komercijalizaciji. Mnogi od navedenih proizvoda još uvijek nijesu razvijeni kao zasebni proizvodi, ali postoje u obliku aktivnosti. Većina proizvoda u okviru aktivnosti u prirodi su već prepoznati na tržištu. Ekoturizam je u sve većem porastu što se ogleda u rastućem trendu razvoja katuna i etno sela na sjeveru zemlje ili aktivnosti poput posmatranja ptica na jugu. Pojedine aktivnosti, poput jahanja konja ili sportskog lova i ribolova, nisu zasebni proizvodi, već predstavljaju dopunske aktivnosti ostalim proizvodima. Slatkovodno ribarstvo ima razvojnu šansu kao dopunska ponuda sadašnjoj turističkoj ponudi (npr. u vidu sportskog ribolova), sa značajnijim potencijalom za ulov, preradu i prodaju ribe iz Skadarskog jezera. Ribolovni turizam na Skadarskom jezeru i lovni na jezeru i u planinskom zaleđu kojim gazduje JP Rumija su značajne šanse za razvoj ovih krajeva i uvođenje u zvaničnu turističku ponudu. Na rijekama Tari (Kolašin) i Limu (Plav sa Andrijevićem, koji će 2019. biti domaćin Evropskog prvenstva u mušičarenju), postoji veliki potencijal za razvoj sportskog ribolova kao komplementarne ponude ruralnom i planinskom turizmu.

Proizvodi koji su trenutno u fazi značajnije komercijalizacije treba da predstavljaju razvojno uporište za razvoj integrisane ponude ruralnog turizma Crne Gore. Iz tog razloga je prioritizacija proizvoda rađena na osnovu ovih činjenica. U skladu sa rezultatima dubinskih intervjua sa ključnim akterima iz privatnog, javnog i civilnog sektora, kao i anketama posjetilaca, preporuka SRRT 2023 jeste da Crna Gora treba da se orijentiše na nekoliko ključnih proizvoda kojima treba posvetiti posebnu pažnju.

Agroturizam i boravak u ruralnim domaćinstvima, sa aspekta tržišne vrijednosti, ne predstavljaju prioritet, ali sa aspekta realizacije osnovnog cilja razvoja ruralnog turizma je izuzetno značajno da se podrži ovaj proizvod. Ovaj proizvod je posebno bitan iz razloga što mnogi turisti (grupa korisnika aktivnosti u prirodi) koriste seoska domaćinstva za smještaj, hranu i slično.

Stoga, kao vodeći proizvodi pokretači sveukupnog razvoja ruralnog turizma prepoznati su sledeći:

**Tabela 13:** Prioritetni proizvodi ruralnog turizma u Crnoj Gori

PRIORITETNI PROIZVODI RURALNOG TURIZMA U CRNOJ GORI			
GRUPA PROIZVODA		POJEDINAČNI PROIZVODI	
1	Agroturizam	1.1	Smještaj u poljoprivrednom gazdinstvu
		1.2	Smještaj ili posjeta poljoprivrednom gazdinstvu, uz indirektni kontakt (služenje proizvoda gazdinstva za obrok)
		1.3	Smještaj ili posjeta poljoprivrednom gazdinstvu, uz direktni kontakt, u formi demonstracije poljoprivrednih aktivnosti
		1.4	Smještaj ili posjeta poljoprivrednom gazdinstvu, uz učestvovanje u aktivnostima sa domaćinima
2	Turizam baziran na aktivnostima u prirodi	2.1	Biciklizam / planinski biciklizam
		2.2	Šetnje / Planinarenje
		2.3	Ekoturizam
		2.4	Avanturističke aktivnosti / ekstremni sportovi (kanjoning, paraglajding, alpinizam, rafting)
3	Ostali proizvodi vezani za ruralno kulturno nasleđe	3.1	Vinski turizam, gastronomski turizam i degustacija proizvoda
		3.2	Posjete istorijskim lokalitetima i zavičajnim muzejima
		3.3	Tematske rute vezane za kulturno-istorijsko nasleđe

Ovde treba imati u vidu da se pojedina poljoprivredna gazdinstva mogu opredijeliti isključivo za ugostiteljske usluge bez smještaja, odnosno da su usmjerena na dnevne posjete, u kom slučaju mogu biti degustacionice, u zavisnosti od toga da li će pružati usluge služenja - degustacije sopstvenih poljoprivrednih proizvoda (npr. vino, med, maslinovo ulje), odnosno hladnih jela i pića, odnosno restorani, ukoliko pružaju usluge pružanja i toplih jela. Takođe, gazdinstva se mogu opredijeliti i za druge turističke usluge (radionice, etnografske zbirke, sportsko-rekreativne).

U pogledu smještaja, mogu se oprijediti za više opcija (sobe, kuće, smještaj sa doručkom – *bed & breakfast*, katun). Uz ovo, preduzetnici i mala preduzeća mogu se razvijati kao etno-sela, kampove i drugo, što je potrebno regulisati novim pravilnicima.

Navedena kategorizacija proizvoda nikako ne znači zanemarivanje poslovnih šansi koje pružaju drugi proizvodi. Naprotiv, prioriteti označavaju one proizvode oko kojih treba graditi integralnu ponudu, jer iskustvo pokazuje da turisti žele kombinaciju više proizvoda, što podrazumijeva razvoj integrisane ponude. Ostalim proizvodima, u situacijama gdje se ukaže tržišni interes, svakako treba pružiti podršku. Pri svemu ovome ne treba ispustiti iz vida da su mnogi od proizvoda koji ovdje nisu prikazani kao prioriteti u stvari već na neki način integrisani u navedene prioritetne proizvode. Tako, u grupi proizvoda agroturizma, nalaze se i seoska gazdinstva sa sertifikovanom organskom hranom, seoska gazdinstva specijalizovana za djecu i drugo.

### 3.3 Predlog i prioritizacija mjera i aktivnosti za razvoj ruralnog turizma

Na osnovu prethodne analize različitih programa razvoja, strategija zaključeno je da jedan dio mjera i prioriteta nije realizovan u praksi. S tim u vezi fokus će biti na realističnom broju konkretnih mjera, kako bi u narednom petogodišnjem periodu omogućili postizanje većeg stepena realizacije predloženih aktivnosti. U narednoj tabeli predstavljeni su operativni ciljevi, prioritetne oblasti za ostvarenje ciljeva, te mjere za njihovu realizaciju.

Tabela 14: Ciljevi, prioriteti i mjere

CILJEVI, PRIORITETI I MJERE		
OPERATIVNI CILJ 1: UNAPRJEĐENJE SISTEMA RURALNIH TURISTIČKIH ISKUSTAVA I INTEGRACIJA PONUDE		
<b>Prioritet 1.1:</b> <b>OČUVANJE AUTENTIČNOSTI I UNAPRJEĐENJE KOMFORA</b>	<b>Mjera 1.1.1</b>	<b>RAZVOJ PLANA PODRŠKE OČUVANJU STARIH ZANATA I DOMAĆE RADINOSTI I TRADICIONALNOG STILA ŽIVOTA/RADA</b> – Potrebno je formirati program podrške u saradnji sa Ministarstvom kulture i pružiti podsticaje za stanovništvo koje se bavi starim zanatima i domaćom radinosti, što bi doprinijelo očuvanju tradicije i obogaćivanju ponude seoskih domaćinstava. Jedan od postojećih predloga je da se kroz MIDAS Javni poziv „Diverzifikacija gazdinstva i poslovni razvoj” uvrste i zanati. Ostale aktivnosti koje su dio tradicionalnog stila života i rada (sakupljanje sijena, jahanje konja, sakupljanje šumskih plodova, pečenje rakije, branje voća, muža krava, pravljenje sira, priprema tradicionalnih jela, ribarenje na jezeru ili moru, izdig na katun, kosidbe, berbe, vjerski običaji, maškari) treba sačuvati i podržati kroz podršku, obuku i promociju.
	<b>Mjera 1.1.2</b>	<b>PROGRAM UREĐENJA SELA I SEOSKOG AMBIJENTA</b> - Održavanje tradicije i autentičnosti u ruralnim sredinama i među lokalnim stanovništvom predstavlja osnovu za razvoj ruralnog turizma, pa je potrebno uložiti dodatne napore u očuvanje tog specifičnog segmenta ponude koji privlači turiste. Na primjer, uređenje trgova i drugih javnih površina, uz održavanje autentičnosti stila seoske arhitekture. U toku ovog procesa je posebno potrebno voditi računa o korišćenju tradicionalnih materijala za gradnju, očuvanju prirodne okoline i uređenju odnosno dekoraciji domaćinstava u skladu sa tradicionalnim stilom koji je autentičan za specifični region, što bi uz poštovanje autentičnog arhitektonskog stila doprinijelo privlačnosti sela.
	<b>Mjera 1.1.3</b>	<b>PODRŠKA OČUVANJU TRADICIONALNIH SEOSKIH KUĆA I PRATEĆIH OBJEKATA</b> - Sve je veći broj slučajeva da se tradicionalne seoske kuće ruše, a na njihovom mjestu grade kuće koje se svojim izgledom ne uklapaju u autentičan seoski ambijent. Kako bi se ovo spriječilo, potrebno je formirati program finansijske podrške adaptiranju i restauraciji ovakvih seoskih kuća.
	<b>Mjera 1.1.4</b>	<b>PODRŠKA UNAPRIJEĐENJU KOMFORA (podrška za bazene, mini spa, toalete/kupatila...)</b>

	<b>Mjera 1.1.5</b>	<b>UVOĐENJE REGIONALNO I LOKALNO SPECIFIČNIH ELEMENATA PONUDE</b> – Uvođenje tipičnog doručka („Durmitorski doručak” ili „Skadarski doručak”). Ova vrsta doručka bi sadržala lokalne poljoprivredne proizvode iz datog okruženja. Na ovaj način bi se osiguralo tržište za lokalne poljoprivredne proizvođače.
<b>Prioritet 1.2: INTEGRISAN RAZVOJ I INOVIRANJE PROIZVODA</b>	<b>Mjera 1.2.1</b>	<b>PROGRAMI PODRŠKE ZA INTEGRISANU I INOVATIVNU PONUDU</b> - Prioritet u dodjeli podrške dati nosiocima ponude koji su dio šire integralne ponude u ruralnom turizmu ili je takva ponuda u nastajanju. To znači postojanje i drugih elemenata ponude (kultura, aktivnosti), koji su atraktivni turistima ili se objekat nalazi na već postojećoj ruti. Time se takođe izbjegava da poljoprivredno gazdinstvo ili preduzetnik uđe u nerentabilan biznis.
	<b>Mjera 1.2.2</b>	<b>RAZVOJ PUTNE INFRASTRUKTURE, SAOBRAĆAJNE SIGNALIZACIJE I RJEŠAVANJE PROBLEMA OTPADA I OTPADNIH VODA</b> - Ovo su krucijalna pitanja i problemi opšteg razvoja Crne Gore, te ovo pitanje treba riješiti u sinhronizaciji sa drugim relevantnim ministarstvima. Ovo je važno upravo radi bolje integracije ponude. Pored toga, sela koja imaju nekoliko aktivnih domaćinstava u turizmu treba da budu prioritarna komunalnim preduzećima u smislu njihovog uključivanja u mrežu lokacija sa kojih se vrši organizovan odvoz otpada.
	<b>Mjera 1.2.3</b>	<b>BESPLATNO UVOĐENJE I ODRŽAVANJE BEŽIČNOG INTERNETA ZA DOMAĆINSTVA I KATUNE KOJI SE BAVE RURALNIM TURIZMOM</b> – Dostupnost signala je čest problem. Sama domaćinstva, ali i etno sela i drugi treba da imaju svoj bežični Internet. Ova mjera je od posebne važnosti jer je i osnov za mjeru 2.1.5.
	<b>Mjera 1.2.4</b>	<b>UVOĐENJE ZNAKA KVALITETA U AGROTURIZMU</b> – sistem postojeće kategorizacije objekata je neophodan uslov da se odrede minimalni tehnički zahtjevi za objekte u kojima se pružaju usluge turistima, ali kako bi posjetioci imali jači utisak o brizi o kvalitetu usluge, treba razviti poseban sistem kvaliteta za domaćinstva, sa posebnim oznakama (tipičan cvijet, biljka ili nešto drugo).
	<b>Mjera 1.2.5</b>	<b>ORGANIZOVANJE POSJETA (TURA) TURISTIČKIH AGENCIJA NOSIOCIMA PONUDE U RURALNOM TURIZMU U CILJU SAVJETA ZA UNAPRIJEĐENJE PONUDE</b> – Dok se ne uspostavi sistem upravljanja razvojem ruralnog turizma, potrebno je organizovati susret turoperatora sa pružaocima usluga u ruralnom turizmu, posebno agroturizmu, kako bi im na licu mjesta ukazali na potrebna unapređenja ili modifikacije proizvoda u cilju njihovog uključivanja u ponudu organizatora putovanja. Ovakvih aktivnosti na sjeveru je već bilo.
<b>OPERATIVNI CILJ 2: RAZVOJ SVJESNOSTI I INFORMISANOSTI TURISTA O PONUDI RURALNOG TURIZMA CRNE GORE</b>		
<b>Prioritet 2.1: POZICIONIRATI RURALNI TURIZAM U SKLOPU BRENDA CRNA GORA</b>	<b>Mjera 2.1.1</b>	<b>ORGANIZOVANJE TURA ZA TURISTIČKE AGENCIJE U CILJU UPOZNAVANJA /INFORMISANJA O PONUDI U RURALNOM TURIZMU</b> – Ture koje se organizuju kako bi turističke agencije upoznale turističku ponudu destinacije nisu novost u Crnoj Gori. Potrebno je sada ove aktivnosti usmjeriti na ponudu u ruralnom turizmu.

	<b>Mjera 2.1.2</b>	<b>RAZVOJ MARKETING KOMUNIKACIJA KOJE UPUĆUJU NA DISTINKTIVNI RURALNI KARAKTER CRNE GORE</b> – Istraživanje je pokazalo kako turisti vide Crnu Goru u ovom pogledu, stoga je potrebno da se razviju i upute adekvatne marketing poruke putem tradicionalnih i novih promotivnih kanala kako bi se jače predstavio ruralni turizam. Razvoj adekvatnog logoa, slogana i drugih elemenata su dio ove mjere.
	<b>Mjera 2.1.3</b>	<b>PRONAĆI I AKTIVIRATI DRUGE KANALE KOMUNIKACIJE ZA PROMOCIJU RURALNIH TURISTIČKIH PROIZVODA</b> – Putem časopisa koji se bave aktivnostima u prirodi (npr. <i>Outside Magazine, Trek &amp; Mountain, Sidetracked, The Great Outdoors, Outdoor Magazin, Mountainbike Magazin</i> itd.); organizacija takmičenja <i>Iron Man</i> itd.
	<b>Mjera 2.1.4</b>	<b>KAMPANJA #MONTENEGRORURAL (RADNI NASLOV)</b> – pokrenuti kampanju za angažman blogera i autora koji se bave marketingom na društvenim medijima u ruralne predjele Crne Gore kako bi ih promovisali pod jedinstvenim heštegom ( <i>hashtag</i> ).
<b>Prioritet 2.2: DIGITALIZACIJA PROMOCIJE I PRODAJE RURALNIH PROIZVODA</b>	<b>Mjera 2.2.1</b>	<b>RAZVOJ MOBILNE APLIKACIJE (ANDROID, iOS)</b> - Aplikacija bi postojala onlajn i oflajn, i podrazumijevala bi opšte informacije o ruralnim proizvodima u najširem smislu riječi, sa dodatnim modulima koji podrazumijevaju više detalja: detaljne tematske mape i rute (po vrstama proizvoda – biciklizam, kanjoning itd.), kontakti vodiča, restorani sa cijenama i kontaktima, objekti za spavanje sa kontaktima i sl. Aplikacija bi bila povezana sa društvenim mrežama, i nudila mogućnost onlajn prijave, rezervacije restorana i sl.
	<b>Mjera 2.2.2</b>	<b>DIGITALIZOVANI CENTRI ZA POSJETIOCE</b> – Odnose se na centre koji se nalaze u naseljenim područjima iz kojih posjetioci kreću u obilaske (biciklisti, pješaci), a u kojima nema zaposlenih, već se sve informacije dobijaju preko interaktivnih ekrana.
	<b>Mjera 2.2.3</b>	<b>RAZVOJ PORTALA RURALNOG TURIZMA SA MODULOM CENTRALNOG BUKINGA SEOSKOG SMJEŠTAJA</b> – u razvijenim zemljama Evrope ovaj kanal prodaje pokazao se ključnim, posebno za agroturizam. Biking je komercijalnog karaktera, što znači da mora obezbijediti zaradu onome ko je vlasnik. Iskustva pokazuju da oni biking moduli koji su u vlasništvu javnog sektora nisu efikasni, već tu vrstu funkcionalnosti postižu samo oni koji su privatna inicijativa. Stoga je potrebno naći modalitet da se kroz javni poziv nađe operater sistema rezervacija u ruralnom turizmu, kome bi se unaprijed dala finansijska pomoć u cilju smanjenja rizika karakterističnog za početnu fazu razvoja sistema bukinga. Potrebno je sagledati na koji je način moguće integrisati postojeću inicijativu na sjeveru Crne Gore. Takođe, sistem bi podrazumijevao da se informacije i upiti domaćinstvima koja nisu digitalizovana automatski dostave putem SMS poruka.
<b>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</b>		
<b>Prioritet 3.1: PODSTAĆI INTEGRISANO I PARTICIPATIVNO UPRAVLJANJE RAZVOJEM RURALNOG TURIZMA</b>	<b>Mjera 3.1.1</b>	<b>FORMIRANJE STALNE RADNE GRUPE ZA RURALNI TURIZAM (RGRT)</b> – Uloga ove radne grupe odnosi se na stratešku koordinaciju svih aktivnosti u razvoju ruralnog turizma na nacionalnom nivou. Detalji su dati u "Modelu upravljanja razvojem ruralnog turizma".

	<b>Mjera 3.1.2</b>	<b>FORMIRATI REGIONALNU RAZVOJNU AGENCIJU-RRA (UZ KONSULTACIJU SA MINISTARSTVOM EKONOMIJE)</b> – Ovo je izuzetno važno u cilju formiranja efikasnog sistema upravljanja razvojem ruralnog turizma. Ono što je neophodno je široko uključivanje privatnog i civilnog sektora, ne samo kroz informisanje već i kroz participaciju u razmatranju ključnih razvojnih odluka. Iako Zakon o regionalnom razvoju eksplicitno ne propisuje ovakve organizacije, to nije prepreka da se one formiraju (na primjer u formi nevladinih organizacija).
	<b>Mjera 3.1.3</b>	<b>FORMIRANJE USLUŽNIH CENTARA ZA PODRŠKU RURALNOM TURIZMU</b> – Postojalo bi nekoliko uloga uslužnog centra. Prva se odnosi na redovno informisanje o projektima i programima podrške. To podrazumijeva da se potencijalni korisnici informišu svaki put kada se pojavi nova informacija (email, SMS poruke). Druga uloga bi se odnosila na podršku oko administrativnih procedura u vezi sa registracijom gazdinstava. Treća uloga bila bi podrška u pisanju projektnih aplikacija, dok bi četvrta bila pomoć u poslovnom razvoju (formiranje cijena, promociji). Uslužni centri bi trebalo da budu locirani na regionalnom nivou, idealno u okviru RRA.
	<b>Mjera 3.1.4</b>	<b>FORMIRANJE REGIONALNIH RADNIH GRUPA ZA RURALNI TURIZAM (RRGRT)</b> – Uloga ove radne grupe odnosila bi se na koordinaciju aktivnosti u razvoju ruralnog turizma na regionalnom nivou.
	<b>Mjera 3.1.5</b>	<b>UKLJUČIVANJE UDRUŽENJA I KLASTERA RURALNOG TURIZMA I RURALNOG RAZVOJA, A KASNIJE LOKALNIH AKCIONIH GRUPA U SISTEM UPRAVLJANJA RAZVOJEM RURALNOG TURIZMA</b> - Činjenica je da je u Crnoj Gori pokrenuta inicijativa za osnivanje LAG (u Nikšićkoj Župi) sa učešćem i predstavnika iz oblasti turizma. S obzirom na to da LAG-ovi treba da imaju važnu ulogu u ovom domenu, potrebno je na vrijeme sa njima raditi kako bi razumjeli turistički sistem i bili efikasni u pružanju podrške razvoju ruralnog turizma. Važnu ulogu u ovome može imati i asocijacija seoskih domaćinstava koja ce biti formirana na nacionalnom nivou, a pripreme za taj proces su u toku.
<b>Prioritet 3.2: JAČANJE ODRŽIVOSTI RURALNOG PREDUZETNIŠTVA</b>	<b>Mjera 3.2.1</b>	<b>RAZVOJ SISTEMA MENTORINGA ZA RAD SA DOMAĆINSTVIMA I PREDUZETNICIMA</b> - Iskustvo je pokazalo da nije problem samo nepostojanje informacija o edukacijama već i nemogućnost preduzetnika i članova domaćinstava da idu na edukacije na udaljenim lokacijama. Zbog toga je neophodan direktan rad na terenu. Problem koji se odnosi direktno na seoska domaćinstva je nedovoljan stepen samostalnosti u pogledu razvoja ponude u ruralnom turizmu, pa je potrebno raditi na osnaživanju njihovih kapaciteta kroz različite obuke, čime bi se nosioci ponude postepeno doveli u poziciju da samostalno mogu ostvariti efikasan razvoj ponude. Dakle, obuke predstavljaju integralni aspekt aktivnosti koje je potrebno preduzeti kako bi se postigao viši stepen razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori. Međutim, dok se edukacije za javni sektor i velika preduzeća mogu organizovati na različitim lokacijama, rad sa malim nosicima ponude kakva su domaćinstva, moguće je samo organizovati samo na terenu.
	<b>Mjera 3.2.2</b>	<b>RAZVOJ SISTEMA PRIKUPLJANJA UPRAVLJAČKIH INFORMACIJA O RURALNOM TURIZMU U CRNOJ GORI</b> - Mnoge informacije koje se tiču pružaoca usluga u ruralnim oblastima mogu se naći u Registru turizma Crne Gore. Međutim, da bi se donosile upravljačke odluke neophodno je ukrstiti informacije o pružaocima usluga, turističkom prometu, postojećim rutama i rezultatima različitih istraživanja.

		Ovaj proces uključuje kontinuirano istraživanje tržišta minimum svake treće godine.
	<b>Mjera 3.2.3</b>	<b>DAVANJE PODRŠKE I PODSTICAJA MLADOJ GENERACIJI DA SE VRAĆAJU NA SELO</b> - Podsticanje ruralnog razvoja kroz bespovratna sredstva ili fond za mlade preduzetnike. Mladim ljudima treba otvoriti perspektivu života i rada na selu. To znači da ih treba stimulisati da se vrate ili ostanu u ruralnim sredinama davanjem podrške za bavljenje agroturizmom. Ovo podrazumijeva i posticanje ženskog preduzetništva jer je iskustvo u Crnoj Gori pokazalo da su žene okosnica usluge u agroturizmu.
	<b>Mjera 3.2.4</b>	<b>RAZVOJ EFIKASNIJEG SISTEMA REGISTRACIJE ZA MALE SMJEŠTAJNE KAPACITETE U OKVIRU RURALNOG TURIZMA-</b> Problem nastaje zbog toga što neke opštine naplaćuju izlazak komisija za registraciju, gdje je naknada za te usluge dvadesetak puta viša nego sama naknada za registraciju. Stoga je neophodno da se ovaj sistem učini jednostavnijim i efikasnijim. Ovo svakako treba primjeniti i na sistem oporezivanja i prijave boravišnih taxi turista.
	<b>Mjera 3.2.5</b>	<b>ORGANIZACIJA OBUKA</b> – Neophodno je utvrditi potrebe u znanjima i vještinama ruralnih preduzetnika i pripremiti programe višegodišnjih obuka.

### 3.4 Predlog sistema upravljanja

U trenutnoj situaciji, uprkos nepostojanju adekvatnog sistema upravljanja razvojem ruralnog turizma u Crnoj Gori, ovaj vid turizma se ipak samostalno razvija, stimulisan pojačanim interesovanjem tržišta, uz pomoć postojećeg sistema podsticaja i podršku nekih regionalnih organizacija. Ipak, kompleksnost neophodnih aktivnosti koje treba preduzeti da bi se pokrenuo integrisan razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori implicira potrebu da se tim aktivnostima bavi organizacija koja će u tom pogledu preuzeti odgovornost da se ne samo sprovedu mjere predviđene SRRT 2023, već i da se preduzimaju druge aktivnosti za kojima se ukaže potreba na osnovu različitih promjena i dešavanja u internom i eksternom okruženju, a na koje ukaže proces monitoringa i evaluacije. Priroda predviđenih mjera je takva da je neophodno obezbijediti povezivanje različitih aktera ruralnog turizma iz javnog, privatnog i civilnog sektora. Uostalom, ovo povezivanje je preduslov da se kroz integrisan pristup, ruralno turističko iskustvo strukturira na način da bude atraktivno i dostupno potencijalnim posjetiocima. Integrisan pristup podrazumijeva neizbježan spoj turizma, poljoprivrede, prirode i kulture, jer se uspješan ruralni turistički proizvod gradi na tim osnovama. Neophodno je baviti se razvojem konkurentnosti ovog područja na profesionalan i efektivan način. To podrazumijeva definisanje procesa upravljanja razvojem ruralnog turizma. Činjenice koje su od značaja za opredjeljivanje, odnosno izbor odgovarajućeg upravljačkog modela, se mogu sublimirati na sledeći način:

1. LTO su dominantno fokusirane na aktivnosti marketinga svojih administrativnih područja, ali uprkos postojanju godišnjih marketing planova, nisu prisutni značajni pomoci u domenu destinacijskog marketinga, a posebno ne u domenu destinacijskog menadžmenta. Na drugoj strani, to nije karakteristika samo LTO. Nedovoljno razvijeni kapaciteti u ovom pogledu predstavljaju dugogodišnji problem cjelokupnog sistema lokalnog destinacijskog marketinga u regionu (u Crnoj Gori i susjednim zemljama), a izazvani su neadekvatnom strukturom ljudskih resursa, često nedovoljnim znanjem i iskustvima iz oblasti marketinga i menadžmenta, više nego skromnim finansijskim sredstvima, nedovoljnim poznavanjem tehnika budžetiranja. Stoga se ovom segmentu ubuduće treba posvetiti posebna pažnja unutar aktivnosti koje LTO realizuju kako bi zauzeli aktivnu poziciju u kreiranju lanca vrijednosti u ruralnom turizmu. Dodatna otežavajuća okolnost jeste nejednaka snaga pojedinačnih LTO koja proizilazi iz ekonomske, odnosno tržišne snage samih užihih destinacija, a koja je povezana sa obimom i snagom turističkog biznisa u pojedinim gradovima/opštinama (na primjer, destinacije u primorskom regionu imaju veće budžete nego one u centralnom i sjevernom regionu).

2. Neki elementi upravljanja razvojem ruralnog turizma i umrežavanja, koji su direktno ili indirektno povezani sa ovim vidom turizma, već postoje. Na primjer, RRA BKP sprovodi šire aktivnosti u oblasti ruralnog razvoja, a posebno ruralnog turizma. Reagujući na rastuće tržište turizma vezanog za aktivnosti u prirodi, RRA BKP je umnogome doprinijela animiranju domaćinstava da se uključe u pružanje turističkih usluga, a preko više regionalnih projekata je, između ostalog, značajno doprinijela izgradnji turističke infrastrukture i postavljanju osnova za avanturističke aktivnosti (mapiranje i markiranje staza i drugo). Inovaciono-preduzetnički centar Tehnopolis iz Nikšića inicirao je stvaranje klastera „Agroturizam“, klastera turizma „Montenegro“ i ženskog klastera domaće radinosti „Riznica“. Ne smije se zaboraviti ni formiranje i drugih klastera koji su povezani sa turizmom – klaster vina i klaster maslinovog ulja, kao i povezivanje proizvođača sira i proizvođača meda. Takođe, posebno je važno što su započeti projekti osnivanja lokalnih akcionih grupa (LAG „Župa“), i za očekivati je da se taj proces nastavi.
3. I do sada su postojale mjere podrške razvoju ruralnog turizma na nacionalnom nivou, bilo da se radi o mjerama podrške MORT, gdje su za sredstva mogli ravnopravno konkurisati i aplikanti iz oblasti ruralnog turizma, bilo da se radi o mjerama podrške MPRR specifično namijenjena unaprjeđenju ponude u ruralnim područjima. Taj set podsticaja kroz SRRT 2023 treba uskladiti sa drugim mjerama, na sistematizovan način, te uspostaviti sistem za vođenje razvoja ruralnog turizma.
4. Ne postoji univerzalni model upravljanja ruralnim turizmom. Praksa zemalja Zapadne Evrope je raznolika, uz velike regionalne razlike unutar zemalja. Ali u svim slučajevima u kojima se može govoriti o uspješnom razvoju ruralnog turizma, ključ uspjeha bio je u formiranju mreža i kooperacija različitih aktera iz javnog, privatnog i civilnog sektora. Međutim, uz ovo, ključni faktori uspjeha vezani su za blizinu velikih aglomeracija, čime je ruralni turizam, prije svega, bio stimulisan domaćom turističkom tražnjom (primjeri Velike Britanije, Italije, Francuske, Njemačke, Austrije), često, posebno u kasnijoj fazi razvoja, u kombinaciji sa blizinom primorskih destinacija, čime je tokom vremena, sa promjenom zahtjeva posjetilaca u pravcu veće raznovrsnosti turističkog iskustva tokom boravka na moru, kreirana nova tražnja (Španija, Italija, južna Francuska, Hrvatska – Istra)<sup>41</sup>. Glavnu ulogu u pružanju podrške lokalnom turističkom razvoju u zemljama EU zapravo su imale regionalne vlasti. Na lokalnom nivou, u nekim slučajevima značajnu ulogu je odigrao LEADER pristup.
5. Važno je naglasiti da je postojanje institucija koje upravljaju razvojem ruralnog turizma i pružaju podršku neophodno, ali institucije ne mogu pomoći ako paralelno ne postoje preduzetnički duh sa jedne strane i interesovanje turista sa druge strane, a u oblastima u kojima je turizam izrazito nerazvijen potrebno je i liderstvo.
6. Postojeća scena ruralnog turizma Crne Gore, u pogledu razvoja, marketinga i prodaje, nema potrebnu sinergiju koja se ostvaruje širim povezivanjem aktera. Postoje važne institucije na nacionalnom nivou o kojima je bilo riječi, a koje vode politiku razvoja – to su nadležna ministarstva (MORT i MPRR), i u izvjesnoj mjeri, u domenu marketinga, NTO.

Na regionalnom nivou, ono što u sjevernom regionu funkcioniše i očigledno daje rezultate je RRA BKP, dok u ostala dva regiona nepostoji regionalna agencija tog tipa. Dalje, ohrabruje činjenica o nastanku i razvoju niza klastera koji se direktno ili indirektno tiču ruralnog turizma, što ukazuje da postoji izražena želja za udruživanjem u cilju daljeg razvoja ili rješavanja zajedničkih problema. Na drugoj strani, oblast ruralnog turizma Crne Gore i dalje karakteriše nedovoljna umreženost i koordinacija.

---

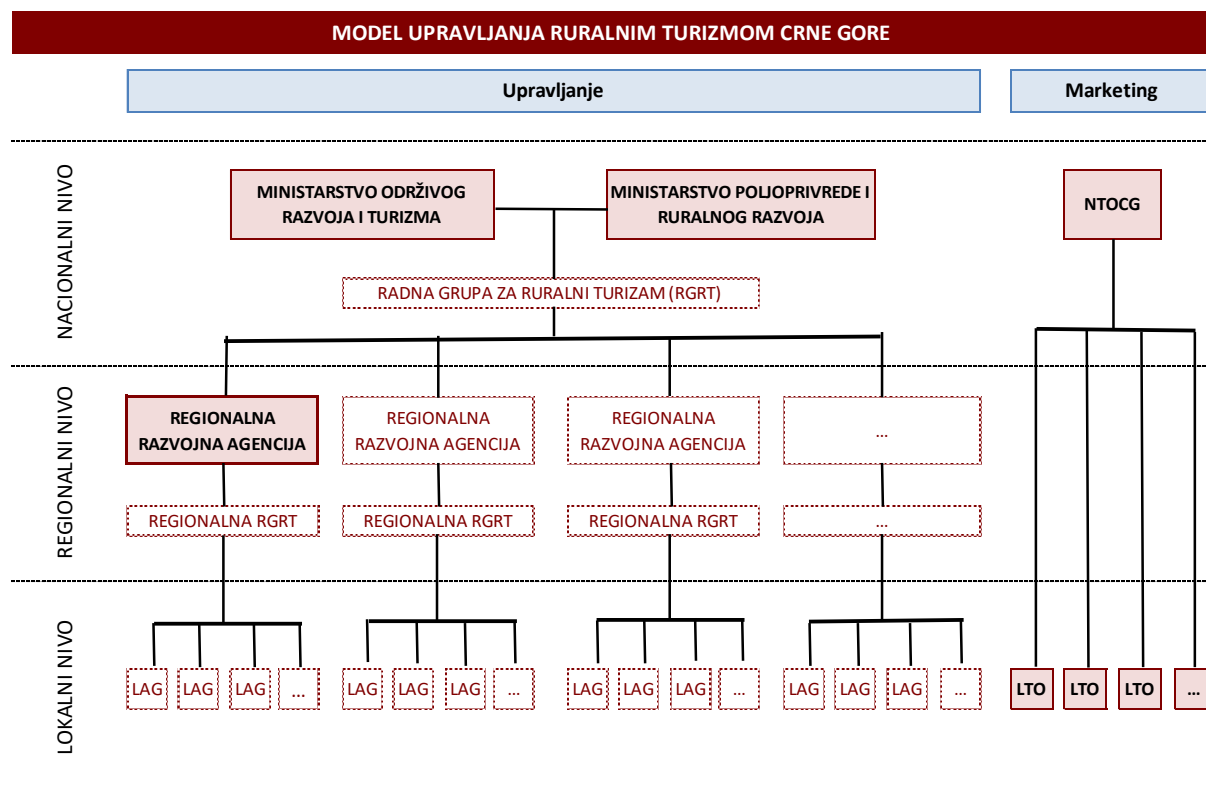
<sup>41</sup> Aglomeracija predstavlja šire područje grada ili grupu naselja koja čine jedno područje.



7. Da bi novi sistem upravljanja bio efikasan, on mora da obezbijedi:
- Punu finansijsku, upravnu i političku podršku Vlade Crne Gore i lokalnih organa upravljanja;
  - Uticaj na odluke i rješenja nadležnih institucija i organa;
  - Autoritet da inicira promjene i dobije podršku;
  - Punu podršku privatnog sektora;
  - Kapacitet da podstiče integraciju turizma i ruralne ekonomije (prije svega poljoprivrede) tj. da razvija preduzetnički i inovativni aspekt ponude;
  - Kompetentno i stručno osoblje (koje najvećim dijelom tek treba osposobiti).

Na osnovu prethodno navedenih činjenica, upravljački model ruralnog turizma Crne Gore se šematski može prikazati kao na Slici 1.

Slika 1. Model upravljanja ruralnim turizmom Crne Gore



*NTOCG - Nacionalna turistička organizacija Crne Gore; LAG - lokalna akciona grupa; LTO - lokalna turistička organizacija*

Sistem upravljanja prikazan na slici ukazuje da se radi o sistemu destinacijskog menadžmenta mrežnog tipa, odnosno o „mreži mreža”. Ovo je od krucijalne važnosti kada je u pitanju ruralni turizam, jer ovaj model u velikom broju slučajeva podrazumijeva neophodnost umrežavanja različitih nosilaca ponude, ne samo u oblasti pružanja turističkih i ugostiteljskih usluga, već i poljoprivrede, kulture i prirode (zaštićena područja i nacionalni parkovi). Model podrazumijeva jedinstvo tri nivoa organizovanja – nacionalnog, regionalnog i lokalnog.

### ***Nacionalni nivo***

Ključni nacionalni akteri su nadležna ministarstva (MORT i MPRR), podržana aktivnostima nacionalnog turističkog marketinga, koje sprovodi NTO. Strategijske aktivnosti se planiraju, usklađuju i dalje usmjeravaju preko Radne grupe za ruralni turizam, koja predstavlja stalno tijelo. U sastavu ove grupe, pored predstavnika MORT, MPRR i NTO, treba da budu i predstavnici MK, predstavnici regionalnih razvojnih agencija, predstavnik JP Nacionalni parkovi Crne Gore, predstavnici organizacija civilnog društva koje u fokusu imaju ruralni razvoj ili razvoj ruralnog turizma, predstavnik Privredne komore CG, predstavnik Crnogorskog turističkog udruženja iz agencija koje se bave organizacijom ove vrste turističkih putovanja u Crnoj Gori, lideri razvoja ruralnog turizma za koje nadležna ministarstva smatraju da treba da budu članovi grupe, kao i predstavnici udruženja ruralnog turizma nacionalnog karaktera, predstavnici nevladinih organizacija koji se bave pitanjima ruralnog turizma. Zbog efikasnosti, broj stalnih članova Radne grupe ne treba da bude veći od 25 osoba.

### ***Regionalni nivo***

Na primjeru Zapadne Evrope lokalni razvoj ruralnog turizma bio je institucionalno najviše podržan od strane regionalnih vlasti. Na primjeru Crne Gore pokazalo se da aktivnosti i rezultati Regionalne razvojne agencije Bjelasica, Komovi i Prokletije (RRA BKP) predstavljaju dokaz opravdanosti postojanja organizacije regionalnog nivoa djelovanja u oblasti ruralnog razvoja, što predstavlja jedini oblik regionalnog organizovanja u kontekstu ruralnog turizma i ruralnog razvoja uopšte. Dok je za sjever Crne Gore jedna takva institucija bila neophodna, sigurno je da bi i druga dva regiona imala korist od postojanja takve vrste organizacije. Strateške aktivnosti na regionalnom nivou se planiraju i razrađuju u okviru RRGRT. Članove ove radne grupe čine predstavnici RRA, izabrani predstavnici većih klastera od značaja za razvoj ruralnog turizma, predstavnici lokalnih samouprava, predstavnici asocijacija ruralnog smještaja, kao i predstavnici civilnog sektora. U budućnosti tu treba da su i predstavnici lokalnih akcionih grupa. Broj članova treba da je maksimalno 25.

Iskustva susjednih zemalja ukazuju da regionalno organizovanje turističkog marketinga nije efikasno ukoliko nisu obezbijedjeni jasni izvori finansiranja i profesionalan (obučen) kadar. Sagledavajući činjenično stanje, funkciju marketinga regionalnih proizvoda ruralnog turizma treba da preuzme NTO, u saradnji sa RRA, jer je RRA BKP obuhvatila veliki broj aktivnosti koje spadaju u domen marketinga.

### ***Lokalni nivo***

Na lokalnom nivou trenutno postoje LTO, i jedna lokalna akciona grupa u osnivanju, koja obuhvata nekoliko opština. Modelom je predviđeno da LAG-ovi imaju značajnu ulogu u budućnosti ruralnog turizma (iako je njihova uloga mnogo šira). To su mjesta gdje se mogu sučeliti i uskladiti interesi svih aktera u oblasti ruralnog razvoja, a posebno ruralnog turizma, na lokalnom nivou.

Posebno je važna njihova uloga u okupljanju inicijativa civilnog sektora, koji se proteklih godina pokazao veoma aktivnim u oblastima od interesa za razvoj turizma u ruralnim područjima. Kroz ovu formu organizovanja, klasteri u oblasti ruralnog razvoja i agroturizma mogu jasno artikulirati i lakše realizovati svoje aktivnosti. LAG-ovi su u mogućnosti da se koncentrišu na lokalne probleme i u interakciji predstavnika javnog, privatnog i civilnog sektora potraže prava rješenja. Međutim, svakako ne treba čekati osnivanje LAG-ova, već u sadašnjoj situaciji treba formirati opštinske ili međuopštinske savjete za ruralni razvoj kao začetke LAG-ova, prije svega kako bi se ubrzao proces rješavanja problema i korišćenja razvojnih šansi, te povezali različiti akteri u cilju formiranja šire podrške razvoju ruralnog turizma.

Ovdje su to lokalni nosioci smještajne i ugostiteljske ponude, klasteri i udruženja poljoprivrednih proizvođača, različita sportska, planinarska, ribolovačka udruženja, kao i lokalne turističke organizacije. Modelpredviđa interakciju i usklađivanje sva tri nivoa, dok se operativno razvojem proizvoda bave RRA, predstavnici lokalnih samouprava iz sekretarijata koji se bave ruralnim razvojem, marketingom NTO i dijelom LTO u domenu informisanja posjetilaca.

### 3.5 Sredstva EU kao izvori finansiranja za implementaciju mjera i aktivnosti

Jedna od osnovnih prepreka razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori svakako jeste nedostatak finansijskih sredstava za ulaganje u turističku infrastrukturu, razvoj kadrova kao i samo oblikovanje i plasiranje turističkog proizvoda na tržište. Slična situacija je i u slučaju izdvajanja sredstava za marketinške aktivnosti u turizmu i primjenu novih tehnologija koje zahtijevaju značajna ulaganja. Iz tog razloga, informisanost o postojećim izvorima finansiranja projekata iz fondova EU od izuzetnog je značaja za sve subjekte koji direktno ili indirektno sudjeluju u ruralnoj turističkoj industriji.

#### 3.5.1 Strateški dokumenti i komplementarni programi za razvoj ruralnog turizma

Osnovni strateški dokumenti koji predstavljaju osnovu za informisanje o finansiranju projekata u turizmu i od kojih treba početi jesu aktuelne strategije razvoja na nacionalnom i regionalnom nivou:

- Strategija razvoja Evropske Unije;
- Strategija razvoja Jugoistočne Evrope;
- Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. godine;
- Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2015-2020;
- Program razvoja poljoprivrede i ruralnih područja Crne Gore u okviru IPARD II - 2014-2020;
- Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine;
- Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020. godine.

Iz ovih strateških dokumenata proizilaze brojni programi finansiranja razvoja ruralnog turizma (Slika 2).

**Slika 2.** Izvori finansiranja razvoja ruralnog turizma



Programi koji su najrelevantniji za područje Crne Gore, a koji se odnose na EU fondove koji se direktno ili indirektno odnose na razvoj ruralnog turizma su sledeći:

#### 1. RCC – program namijenjen kreiranju integrativnog turističkog proizvoda na nivou Jugoistočne Evrope

RCC je koordinirao ekonomije Zapadnog Balkana u izradi strategije inspirisane Strategijom Evropske Unije (EU) Evropa 2020, kako u pogledu riješenih pitanja, tako i koncepta ubrzanja napretka kroz bolju saradnju u područjima koja su od zajedničkog interesa.

Ekvivalent Jugoistočne Evrope (SEE) SEE 2020 - Poslovi i prosperitet u strategiji evropske perspektive usvojili su sedam ekonomija iz Jugoistočne Evrope na konferenciji Ministara ekonomije održanoj u novembru 2013. godine u Sarajevu, Bosna i Hercegovina. Direktni učesnici u JIE 2020 su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Kosovo, Crna Gora, Srbija i Makedonija. Program namijenjen kreiranju integrativnog turističkog proizvoda na nivou Jugoistočne Evrope 2017-2019 nadovezuje se na ovu strategiju i za osnovni cilj ima pružanje pomoći u prevazilaženju prepreka u mobilnosti profesionalaca, poboljšanju kordinacije, stvaranja uslova za investicije i slično.<sup>42</sup>

### **2. Strategija Evropske Unije za Jadransko-jonski region (EUSAIR) – 4. stub Održivi razvoj turizma**

Strategija EU se zasniva na Jadransko-jonskoj inicijativi, koja je pokrenuta 2000. godine i obuhvata osam zemalja: četiri države članice EU (Grčka, Hrvatska, Italija i Slovenija) i četiri zemlje koje nisu članice EU (Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora i Srbija). Na osnovu prethodnih strategija za Region Baltičkog mora (EUSBSR) i Dunavski region (EUSDR), Komisija sada usvaja Komunikacioni i Akcioni plan za Strategiju EU koji je fokusiran na Jadransko-jonski region (EUSAIR). Ova nova strategija takođe obuhvata Pomorsku strategiju za Jadransko i Jonsko more, koju je Komisija usvojila 30. novembra 2012. godine. EUSAIR ima za cilj unapređenje ekonomskog rasta i prosperiteta regiona tako što će poboljšavati njegovu privlačnost, konkurentnost i povezanost. On takođe ima za cilj i zaštitu mora i životne sredine i ekosistema primorskih i kontinentalnih oblasti. Pored toga, od Strategije se očekuje da doprinese boljoj integraciji u EU kako zemalja kandidata, tako i zemalja potencijalnih kandidata širom regiona.<sup>43</sup>

### **3. IPARD - Instrument za pretpristupnu pomoć u oblasti ruralnog razvoja za programski period 2014-2020.**

U okviru nove finansijske perspektive 2014-2020, Evropska komisija je kroz Instrument pretpristupne podrške za ruralni razvoj (IPARD II) za Crnu Goru opredijelila 39 miliona eur/€. IPARD program se odnosi na diverzifikaciju poljoprivrednih gazdinstava i razvoj poslovanja, odnosno razvoj ruralnog turizma i poslovanja. Investicije se odnose na ulaganje u izgradnju i/ili rekonstrukciju i/ili opremanje objekata za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga, kao što su sobe, restorani i drugi objekti, uključujući i objekte za rekreaciju, igranje, turističke kampove, poboljšanje objekata na otvorenom (za jahanje, ribolov u unutrašnjim vodama, biciklizam, tematske staze) troškovi marketinga, kao što su štampanje propagandnog materijala, stvaranje/održavanje sajta. Međutim, kako su u toku izmjene IPARD-a, i oblasti na koje se odnosi će se mijenjati. Pored toga, 2015. godine Evropska komisija je usvojila Program Evropske Unije za ruralni razvoj u Crnoj Gori (IPARD) kojim će Evropska Unija u narednih šest godina podržavati ruralni razvoj u Crnoj Gori.

Program razvoja poljoprivrede i ruralnih područja Crne Gore u okviru IPARD II 2014-2020 (IPARD II program) Evropska komisija je usvojila 20. jula 2015. godine, a Vlada Crne Gore 10. septembra 2015. godine. Glavni ciljevi Programa su unapređenje bezbjednosti hrane u Crnoj Gori i razvoj konkurentnosti poljoprivredne proizvodnje i prerade, kao i usklađivanje sa standardima Evropske unije u ovim oblastima. *Finansijski sporazum 2014-2020 između Vlade Crne Gore i Evropske komisije o podršci za poljoprivredu i ruralni razvoj IPARD II, u okviru Instrumenta pretpristupne podrške IPA II*, bliže propisuje finansijske obaveze Unije po pitanju sprovođenja programa IPARD II i definiše odredbe za povjeravanje zadataka izvršenja budžeta za dvije mjere programa IPARD II:

- Investicije u fizički kapital poljoprivrednih gazdinstava i
- Investicije u fizički kapital vezano za preradu i marketing poljoprivrednih i ribljih proizvoda<sup>44</sup>.

Ukupni indikativni iznos troškova za sprovođenje programa IPARD II u Crnoj Gori za period 2014-2020 je 86.811.578,00 eura/€, prvenstveno u vidu grantova za sufinansiranje investicija uz javni doprinos od maksimalno 70% prihvatljivih troškova.

<sup>42</sup> Izvor: <http://www.rcc.int/pages/92/>

<sup>43</sup> Izvor: ([http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/cooperate/adriat\\_ionian/pdf/brochure\\_mn.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/cooperate/adriat_ionian/pdf/brochure_mn.pdf))

<sup>44</sup> <http://www.mep.gov.me/organizacija/def/IPA-II/ipardII>

#### 4. Programi prekogranične saradnje Crne Gore

Programi prekogranične saradnje Crne Gore predstavljaju finansijsku podršku saradnji pograničnih teritorija susjednih država (prekogranična saradnja) ili saradnji djelova ili cijelih država (transnacionalna saradnja) na rješavanju pitanja od zajedničkog interesa – upravljanje otpadom, pružanje usluga u različitim sektorima, kulturna i ekonomska saradnja, **turizam**, saobraćaj itd. Ova inicijativa Evropske Unije postoji od 1990. godine, kada su sredstva evropskih strukturnih i investicionih fondova (ESI fondova) – preciznije, Evropskog fonda za regionalni razvoj (EFRR) – kroz programe INTERREG bila na raspolaganju samo državama članicama EU. Od 2004. godine, u programe INTERREG se uključuju i države koje nisu članice EU, koristeći fondove koji su njima na raspolaganju: trenutno je aktuelan program IPA 2 (Instrument za pretprijetnu pomoć) – u periodu od 2014. do 2020. godine.

Specifični ciljevi prekogranične saradnje su:

- 1) Razviti turizam kao ključni sektor prekogranične ekonomije;
- 2) Promovisati prekograničnu saradnju u trgovini kao i pristup novim tržištima;
- 3) Ponovo uspostaviti prekogranične veze između organizacija koje pružaju podršku poslovanju i trgovini kako bi zajedno promovisale inicijative za saradnju;
- 4) Održati dobar kvalitet životne sredine pograničnih regiona, kao ekonomskog resursa, saradjući u inicijativama zaštite i eksploatacije životne sredine;
- 5) Jačati ekonomske i sportske veze među ljudima kako bi se ojačale međuetničke, obrazovne, kulturne i sportske veze i podjednako koristila područja od zajedničkog interesa;
- 6) Obezbeđivanje jednakih mogućnosti za sve;
- 7) Uvažavanje posebnih potreba ugroženih grupa, osoba sa invaliditetom i/ili nacionalnih manjina;
- 8) Zaštita životne sredine, kako prirodne, tako i one, koju je izgradio čovjek u cilju održivog razvoja;
- 9) Izgradnja partnerstava i zajednički rad.

U finansijskom periodu (perspektivi) 2014–2020. godina, Crna Gora učestvuje u osam programa prekogranične i transnacionalne saradnje, i to: pet bilateralnih programa i tri multilateralna programa:

- 1) Crna Gora – Hrvatska
  - 2) Crna Gora - Bosna i Hercegovina
  - 3) Crna Gora- Srbija
  - 4) Crna Gora – Albanija
  - 5) Crna Gora – Kosovo
- i
- 1) **Jadransko-jonski program prekogranične saradnje (INTERREG ADRION)** - evropski transnacionalni program koji radi na podsticanju saradnje i solidarnosti, jačanju privredne, socijalne i teritorijalne kohezije u Jadransko-jonskoj regiji između osam zemalja partnera (Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Grčka, Italija, Crna Gora, Srbija i Slovenija).
  - 2) **Transnacionalni program Dunav** - Programska teritorija Dunavskog programa će obuhvatiti 14 država, od kojih su 9 države članice EU, 3 države kandidati i potencijalni kandidati za članstvo u EU i 2 susjedne zemlje (obuhvatiće Austriju, Bosnu i Hercegovinu, Bugarsku, Crnu Goru, Hrvatsku, Mađarsku, Moldaviju, Njemačku (Baden-Vurtemberg i Bavarsku), Republiku Češku, Rumuniju, Slovačku, Sloveniju, Srbiju i Ukrajinu (jedan dio teritorije)). Prioriteti definisani Operativnim programom su: Inovativna i društveno odgovorna Dunavska regija; Životna sredina i kultura Dunavske regije; Bolje povezana Dunavska regija i Bolje upravljanje Dunavskom regijom.
  - 3) **Mediteranski program** - program INTERREG MED 2014-2020 obuhvata 57 regiona iz različitih zemalja EU i tri korisnice IPA, među kojima su Crna Gora, Bosna i Hercegovina i Albanija. Prioriteti definisani Operativnim programom su sljedeći: Promocija inovacionih kapaciteta Mediterana sa ciljem „pametnog“ i održivog rasta;

Podsticanje nisko-karbonskih strategija i energetske efikasnosti u specifičnim teritorijama MED programa: gradovima, ostrvima i udaljenim oblastima; Zaštita i promovisanje prirodnih i kulturnih resursa Mediteranske oblasti; Jačanje upravljanja u oblasti Mediterana<sup>45</sup>.

### 3.5.2 Donacije i drugi finansijski izvori usmjereni na razvoj turizma

U tabeli su prikazani različiti projekti finansirani od strane ambasada i regionalnih inicijativa, sa konkursima i rokovima za prijavu (kao primjer različitih vrsta finansiranja usmjerenih na razvoj turizma).

**Tabela 15:** Načini finansiranja projekata u oblasti turizma

Institucija	Konkurs	Link
Ambasada SAD u Podgorici	Fond za očuvanje kulturne baštine, rad sa mladima i osnaživanje mladih, zaštita životne sredine	<a href="https://me.usembassy.gov/me/education-culture-me/grants-assistance-me/">https://me.usembassy.gov/me/education-culture-me/grants-assistance-me/</a>
Ambasada Kraljevine Norveške	Jačanje EU integracija u Srbiji i Crnoj Gori – društveno-ekonomski razvoj, stabilnost i dobra uprava	<a href="http://www.skgo.org/konkursi/detaljno/143/otvoren-poziv-jacanje-eu-integracija-u-srbiji-i-crnoj-gori">http://www.skgo.org/konkursi/detaljno/143/otvoren-poziv-jacanje-eu-integracija-u-srbiji-i-crnoj-gori</a>
Ambasada Kanade	Kanadski fond finansira male projekte koji unaprjeđuju demokratski, ekonomski, kulturni i društveni život građana Srbije, Crne Gore i Makedonije.	<a href="http://www.canadainternational.gc.ca/serbieserbie/bilateral_relations_bilaterales/canada_montenegro-montenegro.aspx?lang=eng">http://www.canadainternational.gc.ca/serbieserbie/bilateral_relations_bilaterales/canada_montenegro-montenegro.aspx?lang=eng</a>
CEI – Centralno evropska inicijativa preko Ministarstva vanjskih poslova CG	Regionalno povezivanje kroz održivi razvoj turizma i ekonomije	<a href="http://www.mvp.gov.me/rubrike/multilateralni-odnosi/Regionalne-organizacije/Centralnoevropska-inicijativa-CEI_/Fondovi-CEI/">http://www.mvp.gov.me/rubrike/multilateralni-odnosi/Regionalne-organizacije/Centralnoevropska-inicijativa-CEI_/Fondovi-CEI/</a>
UNDP (održivi ciljevi razvoja)	Podrška lokalnom razvoju preko civilnog sektora – socijalno uključivanje, demokratsko upravljanje, ekonomija i zaštita životne sredine, razvoj po mjeri čovjeka	<a href="http://www.me.undp.org/content/montenegro/en/home.html.html">http://www.me.undp.org/content/montenegro/en/home.html.html</a>
GEF – Global environmental facility	Održivi razvoj turizma	<a href="https://www.thegef.org/">https://www.thegef.org/</a>
COSME – program Evropske unije za podsticanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća 2014-2020	Mjere u cilju smanjivanja svih onih poteškoća koje limitiraju rast preduzeća (naročito MSP) uključujući bolje poslovno okruženje, lakši pristup finansijama, promociju preduzetničke kulture i internacionalizaciju malih i srednjih preduzeća tj. njihov izlazak na strana tržišta, u Evropi i van EU.	<a href="https://ec.europa.eu/growth/smes/cosme_en">https://ec.europa.eu/growth/smes/cosme_en</a>

<sup>45</sup> [http://www.mep.gov.me/organizacija/def/IPA-I/II\\_komponenta](http://www.mep.gov.me/organizacija/def/IPA-I/II_komponenta)

## IV PLAN AKTIVNOSTI ZA PETOGODIŠNJI PERIOD

Za potrebe realizacije ove Strategije, izrađen je detaljan Akcioni plan za period 2019-2023 godine.

U Akcionom planu su prikazana i sredstva verifikacije, odnosno indikatori svih aktivnosti. Radi se o setu kontrolnih tačaka i indikatora izvršenja, koji služe za monitoring aktivnosti, shodno utvrđenoj dinamici, kao i za evaluaciju izvršenja planiranih aktivnosti. Uloga monitoringa i evaluacije je dužnost odgovorne institucije, i to je uvijek samo jedna organizacija, čime se izbjegavaju nejasnoće oko toga ko vodi konkretnu aktivnost. Izvještaji monitoringa i eventualno preduzetih aktivnosti u cilju korigovanja odstupanja se dostavljaju kvartalno Radnoj grupi za ruralni turizam, čije osnivanje je predviđeno za prvi kvartal 2019. godine, koja daje predloge i sugestije. Evaluacija se radi na kraju svake godine.

Napomena: U dva slučaja, predviđene aktivnosti za različite mjere su harmonizovane. Aktivnost 1.1.1.1 je istovremeno i aktivnost 1.2.1.1 gdje radi o aktivnostima koje treba realizovati istovremeno (tj. prva predstavlja dio druge aktivnosti), ali su zbog praćenja logičkog slijeda aktivnosti prikazane na dva mjesta, u okviru različitih mjera. Drugi slučaj se odnosi na aktivnosti 2.1.3.4 i 2.1.4.3. Radi se o aktivnostima koje treba obaviti istovremeno.

**Tabela 16:** Akcioni plan razvoja ruralnog turizma 2019 - 2023

AKCIONI PLAN RAZVOJA RURALNOG TURIZMA 2019-2023											
OPERATIVNI CILJ 1: UNAPRJEĐENJE SISTEMA RURALNIH TURISTIČKIH ISKUSTAVA I INTEGRACIJA PONUDE											
Prioriteti	Mjere	Aktivnosti	Odgovornost	Partneri	Rok (kvartal/godina)		Indikator				
<b>Prioritet 1.1:</b> Očuvanje autentičnosti i unaprjeđenje komfora	1.1.1 Razvoj plana podrške očuvanju starih zanata i domaće radinosti	1.1.1.1	Izraditi bazu podataka o starim zanatima i domaćoj radinosti.	MORT	MPPR, ME, MK, RGRT– nakon osnivanja Opštine /LTO-i	I-II	2019	Urađena baza podataka			
		1.1.1.2	U javne pozive za podršku razvoju ruralnom turizmu uvrstiti zanate i domaće radinosti (koordinisati sa MPPR - IPARD)	MORT	ME, MK, NTO, MPPR, RGRT	II	2019 - 2023	Broj starih zanata i domaćih radinosti uključenih u program podrške razvoju ruralnog turizma			
		1.1.1.3	Organizovanje radionica/okruglih stolova sa ciljem upoznavanja TA sa ponudom starih zanata i domaće radinosti (sa ciljem uključivanja u ponudu) i upoznavanja pružaoca usluga sa potrebama turista	MORT	NTO, CTU, ATACG Opštine/LTO	II	2020	Broj radionica/okruglih stolova			
		1.1.1.4	Pratiti realizaciju inicijative za uključivanje zanatskih radionica u paket aranžmane	MORT	NTO, CTU, ATACG	IV	2020 - 2023	Broj TA koje u svoje aranžmane uključuju ponudu vezanu za			

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

									zanate i domaću radionost
1.1.2	Program uređenja sela i seoskog ambijenta	1.1.2.1	Izraditi bazu podataka sa popisom sela u kojima je sačuvan tradicionalni stil arhitekture	MORT	MK, opštine, MPRR, ME	I - II	2019	Urađena baza podataka	
		1.1.2.2	Formirati listu sela prema broju sačuvanih objekata izgrađenih u tradicionalnom stilu arhitekture i prema broju pružalaca turističkih usluga	MORT	LTO, RRA, RRGRT	III	2019	Napravljena lista rangirana prema prioritetima	
		1.1.2.3	Definisati programe podrške za uređenje sela i seoskog ambijenta	MORT	MORT, MPRR, RRA, RRGRT, opštine	I	2020	Programi usvojeni	
		1.1.2.4	Raspisati javne pozive za programe podrške za uređenje sela i seoskog ambijenta	MORT	MPRR, MK,	II	2020 - 2023	Broj javnih poziva	
1.1.3	Podrška očuvanju tradicionalnih seoskih kuća i pratećih objekata	1.1.3.1	Definisati kriterijume - za adaptaciju i restauraciju objekata u skladu sa tradicionalnim stilom arhitekture	MORT	MORT, MK, RRA, opštine	I - II	2020	Utvrđeni kriterijumi	
		1.1.3.2	Definisati program podrške za adaptaciju i restauraciju seoskih objekata namijenjenih pružanju turističkih usluga	MORT	MK, RRGRT, opštine	III-IV	2020	Program podrške za adaptaciju i restauraciju seoskih objekata definisan i usvojen	
		1.1.3.3	Raspisati javni poziv za Program podrške za adaptaciju i restauraciju seoskih objekata namijenjenih pružanju turističkih usluga	MORT	MK, RRGRT	I	2021 - 2023	Broj javnih poziva (3)	
1.1.4	Podrška povećanju komfora	1.1.4.1	Definisanje kriterijuma za javni poziv za povećanje komfora za turiste (mini saune, bazeni)	MORT	RGRT, RRA	I	2020	Kriterijumi usvojeni	
			Raspisati javni poziv za program podrške povećanju komfora	MORT		II	2020 - 2023	Broj javnih poziva (3)	



**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

	1.1.5	Uvođenje regionalno i lokalno specifičnih elemenata ponude	1.1.5.1	Izrada inventara tipičnih poljoprivrednih proizvoda po regionima (usaglasiti sa MPRR)	MORT	MPRR, RRA,	I	2019	Urađen inventar
			1.1.5.2	Ispitivanje kapaciteta proizvodnje i lanca snabdijevanja tipičnih poljoprivrednih proizvoda kako bi se obezbijedio kontinuitet ponude	MORT	MPRR, Lokalna udruženja/ klasteri	II-III	2019	Urađena lista proizvoda pogodnih za uvođenje u ponudu
			1.1.5.3	Pregovori sa većim pružaocima ugostiteljskih usluga o uključenju tipičnih poljoprivrednih proizvoda u ponudu	MORT	MPRR, lokalna udruženja,	IV	2019 - 2023	Broj potpisanih sporazuma o saradnji
			1.1.5.4	Proimotivne aktivnosti u cilju uvođenja tipičnih poljoprivrednih proizvoda u turističku ponudu (za koje su potpisani sporazumi)	MORT	MPRR, NTO, lokalna udruženja,	II	2020 - 2023	Broj proizvoda koji su u ponudi
<b>Prioritet 1.2:</b> Integrisan razvoj i inoviranje proizvoda	1.2.1	Programi podrške za integrisanu i inovativnu ponudu	1.2.1.1	Izraditi bazu i mapu ponude u okviru ruralnog turizma, po opštinama i selima – smještaj, kultura, aktivnosti, tematske rute, zanati (radionice), domaće radinosti	MORT	LTO, lokalna udruženja/  klasteri, nacionalni parkovi, planinarski savezi	I-II	2019	Urađene baza podataka i mapa
			1.2.1.2	Definisati kriterijume za pružanje podrške seoskim domaćinstvima i preduzetnicima (a) čija ideja može da upotpuni ponudu područja i (b) koji inoviraju svoju postojeću ponudu	MORT	RGRT, RRA	III-IV	2019	Kriterijumi za Programe podrške za jačanje ponude usvojeni
			1.2.1.3	Donošenje programa podrške za jačanje integrisane ponude	MORT	RGRT	I	2020	Program podrške za jačanje ponude usvojen
			1.2.1.4	Raspisivanje javnog poziva za program podrške za jačanje integrisane ponude	MORT	RRA, RGRT	II	2020 - 2023	Broj javnih poziva (4)
			1.2.1.5	Definisanje posebnih kriterijuma za sanaciju, adaptaciju i valorizaciju katuna	MORT	MK, Istorijski institut Crne Gore, RRA, RGRT	I	2020	Kriterijumi usvojeni

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

			1.2.1.6	Definisanje programa podrške za katune (uz konsultacije sa MPRR)	MORT	MPRR, RRA, RGRT	II	2020	Program podrške za katune usvojen
			1.2.1.7	Raspisivanje javnog poziva za katune	MORT		II	2020 - 2023	Broj javnih poziva (4)
	1.2.2	Razvoj putne infrastrukture, saobraćajne signalizacije i rješavanje problema otpada i otpadnih voda	1.2.2.1	Utvrđiti kritične infrastrukturne i komunalne nedostatke u ruralnim područjima u kojima se odvija ugostiteljska djelatnost u okviru ruralnog turizma	MORT	MPRR, Ministarstvo saobraćaja i pomorstva (MSP), RRA, RGRT, opštine	I-II	2020	Urađena lista
			1.2.2.2	Formirati liste prioriteta za preduzimanje intervencija koristeći izrađenu mapu ponude u okviru ruralnog turizma, prema broju turistički aktivnih poljoprivrednih gazdinstava	MORT	MPRR, RRA, opštine	III-IV	2020	Urađene liste prioriteta
			1.2.2.3	Definisati programe unaprjeđenja saobraćajne infrastrukture i signalizacije	MORT	MORT, MPRR,	I	2020	Programi usvojeni
			1.2.2.4	Definisati programe rješavanja problema otpada i otpadnih voda	MORT	MORT, MPRR, opštine	I	2020	Programi usvojeni
			1.2.2.5	Realizacija programa rješavanja infrastrukturnih i komunalnih problema uz monitoring	MORT	MORT, MPRR, opštine	II	2020 - 2023	Broj realizovanih projekata shodno programima
	1.2.3	Besplatno uvođenje i održavanje bežičnog interneta za domaćinstva koja se bave ruralnim turizmom	1.2.3.1	Koristeći bazu i mapu ponude u okviru ruralnog turizma, locirati sela sa više domaćinstava koja pružaju turističke usluge	MORT	RRA, Lokalna udruženja, LTO, RGRT, RRGRT, opštine	II	2020	Utvrđena lista
			1.2.3.2	Pregovori sa mobilnim operaterima da uvrste aktivnost u program društvene odgovornosti (opremanje)	MORT	Ministarstvo javne uprave (MJU), mobilni operateri, opštine	III-IV	2020	Broj potpisanih memoranduma o saradnji
			1.2.3.3	Izabrati, u saradnji sa operaterima, lokacije za pilot projekte	MORT	MJU, mobilni operateri, opštine	I	2021	Broj odabranih pilot projekata

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

			1.2.3.5	Realizacija pilot projekata	MORT	RRA, RRGR, LTO	II	2021	Broj domaćinstava koja imaju besplatan internet
	1.2.4	Uvođenje znaka kvaliteta u ruralnom turizmu	1.2.4.1	Definisanje kriterijuma za klasifikaciju objekata, ocjenu kvaliteta i dodjelu znaka	MORT	RGTR, RRA, MPRR	I-IV	2020	Elementi i kriterijumi ocjene usvojeni
1.2.4.2			Popularizacija ideje kroz prezentovanje nosiocima ponude	MORT	LTO, MPRR, RRA	I	2021	Znak kvaliteta prezentovan	
1.2.4.3			Donošenje Pravilnika za klasifikaciju objekata, ocjenu kvaliteta i dodjelu znaka	MORT	MPRR, RRA, RGRT	II	2021 - 2023	Donošenje pravilnika	
1.2.4.4			Aktivnosti na dodjeli oznake kvaliteta	MORT	MORT, RRA, RGRT	IV	2021 - 2023	Broj dodijeljenih oznaka kvaliteta	
	1.2.5	Organizovanje posjeta (tura) TA nosiocima ponude u ruralnom turizmu u cilju savjeta za unaprijeđenje ponude	1.2.5.1	Formirati listu TA koji imaju ponudu u okviru ruralnog turizma u Crnoj Gori	MORT	NTO,CTU, ATACG, MORT, NASDT	IV	2019	Formirana lista TA
1.2.5.2			Identifikovati TA koji su zainteresovane da pomognu pružiocima usluga u ruralnom turizmu sa savjetima za unaprijeđenja sadržaja i kvaliteta ponude	MORT	CTU, ATACG, MORT	I	2020	Formirana lista zainteresovanih TA	
1.2.5.3			Formirati listu zainteresovanih pružaoaca usluga i formirati plan tura	MORT	CTU, ATACG,	I	2020	Plan tura formiran	
1.2.5.4			Organizovati ture za TA	NTO	MORT, CTU	II	2020	Ture realizovane	
1.2.5.5			Pratiti aktivnosti na poboljšanju usluga pružaoaca usluga u ruralnom turizmu	MORT	NTO, RGRT, CTU, LTO	III	2020	Izveštaj o unapređenju usluga pružaoaca usluga u ruralnom turizmu	

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

Operativni cilj 2: PODIZANJE NIVOA SVIJEСТИ I INFORMISANOSTI TURISTA O PONUDI U OKVITU RURALNOG TURIZMA CRNE GORE										
Prioriteti	Mjere		Aktivnosti		Odgovornost	Partneri		Rok (kvartal / godina)		Indikator
<b>Prioritet 2.1:</b> Pozicionirati ruralni turizam u sklopu brenda Crna Gora	2.1.1	Organizovanje tura za TA u cilju upoznavanja /informisanja o ponudi u ruralnom turizmu	2.1.1.1	Formirati listu TA koje žele ture upoznavanja sa ruralnom turističkom ponudom	MORT	NTO, CTU, ATACG, MORT		I	2020	Lista zainteresovanih TA formirana
			2.1.1.2	Formirati listu zainteresovanih pružaoca usluga i formirati plan tura	MORT	CTU, ATACG,		I	2020	Plan tura formiran
			2.1.1.3	Organizovati ture	NTO	MORT, CTU		II	2020	Ture realizovane
	2.1.2	Razvoj marketing komunikacija koje upućuju na specifični ruralni karakter Crne Gore	2.1.2.1	Izbor tema/razvoj poruka koje upućuju na specifični ruralni karakter Crne Gore	NTO	MORT, RGRT,		IV	2019	Napravljen kreativni brif (dokument koji daje jasan zadatak i okvire rada kreativnoj agenciji)
			2.1.2.2	Angažovanje profesionalne kreativne agencije	NTO			I	2020	Agencija izabrana na tenderu
			2.1.2.3	Razvoj poruka i vizuala	NTO	MORT, RRA, RGRT		I-III	2020	Usvojene poruke i vizuali
			2.1.2.4	Plasiranje kroz kanale komuniciranja	NTO	MORT		I	2021 - 2023	Broj poruka i njihovo vrijeme trajanja
	2.1.3	Pronaći i aktivirati druge kanale komunikacije za promociju ruralnih turističkih proizvoda	2.1.3.1	Napraviti pregled relevantnih časopisa koji pokrivaju područje ruralnog turizma, posebno aktivnosti u prirodi	NTO	MORT, RRA, RGRT		I-II	2019	Napravljena lista časopisa
			2.1.3.2	Izabrati listu ciljnih časopisa/magazina	NTO	MORT, RRA, RGRT		III	2019	Formirana lista ciljanih časopisa
			2.1.3.4	Kontaktirati novinare i dogovoriti posjetu	NTO	MORT, RRA, RGRT		III	2019	Kontakti obavljeni, sa zainteresovanima dogovoreni termini dolaska
			2.1.3.4	Kontaktirati potencijalne partnere-sponzore prevoza i smještaja (Montenegro	NTO	MORT		III	2019	Broj potpisanih ugovora

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

			Airlines, pružaoci usluga smještaja), izabrati partnere					
		2.1.3.5	Organizovati posjete novinara Crnoj Gori	NTO		II	2020	Broj novinara
		2.1.3.6	Pratiti rezultate – objavljene članke i reportaže	NTO	MORT, RRA, RGRT	III	2020 - 2021	Broj objavljenih članaka i reportaža
		2.1.3.7	Istražiti ko su postojeći posjetioci koji na društvenim mrežama pišu pozitivno o iskustvu u ruralnoj Crnoj Gori	NTO	MORT, RRA, RGRT	I	2019	Formirana pregledna lista
		2.1.3.8	Izabrati ljubitelje Crne Gore sa najvećim uticajem (broj pratilaca, lajkova), koji bi mogli biti “ambasadori” ruralnog turizma Crne Gore	NTO	MORT, RRA, RGRT	II	2019	Formirana konačna lista
		2.1.3.9	Formirati “program ambasadora” ruralnog turizma Crne Gore na društvenim mrežama i pozvati ih da budu članovi	NTO	MORT, RRA, RGRT	IV	2019	Program ambasadora sačinjen, članovi poznati
		2.1.3.10	Lansiranje programa za boravak članova u Crnoj Gori	NTO		II	2020 - 2023	Broj članova programa koji su boravili u Crnoj Gori
		2.1.3.11	Praćenje rezultata programa	NTO	MORT, RGRT	III	2020	Broj postova, lajkova
	2.1.4		Kampanja “#Montenegro- Rural”					
		2.1.4.1	Postaviti ciljeve i teme kampanje	NTO	MORT, RRA, RGRT	IV	2019	Ciljevi i teme definisani
		2.1.4.2	Formirati širi izbor blogera i autora, poslati pozive; nakon odgovora odrediti finalni, uži izbor	NTO	MORT, RRA, RGRT	IV	2019	Formirana lista blogera i autora
		2.1.4.3	Kontaktirati potencijalne partnere- sponzore prevoza i smještaja (Montenegro Airlines, pružaoci usluga smještaja), izabrati partnere.	NTO	MORT	IV	2019	Broj potpisanih ugovora
		2.1.4.4	Odrediti sadržaj mikrosajta kampanje	NTO	MORT, RRA, RGRT	I	2020	Sadržaj mikrosajta kampanje definisan

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

			2.1.4.5	Angažovati profesionalnog IT stručnjaka (web developer-a)	NTO	MORT, RRA, RGRT	II	2021	IT stručnjak (web developer) izabran na tenderu
			2.1.4.6	Pokrenuti mikrosajt i povezati ga sa drugim veb stranicama koristeći hešteg #MontenegroRural	NTO	MORT, RRA, RGRT	IV	2021	Mikrosajt funkcionalan
			2.1.4.7	Organzovati posjetu blogera; pratiti rad, davati podršku i kordinisati blogere tokom boravka	NTO	MORT, RRA, RGRT	II-III	2022 - 2023	Broj blogera koji su posjetili Crnu Goru
			2.1.4.8	Mjeriti rezultate kampanje	NTO		II	2020 - 2023	Broj objavljenih blogova
Prioritet 2.2: Digitalizacija promocije i prodaje ruralnih proizvoda	2.2.1	Razvoj mobilne aplikacije (Android i iOS)	2.2.1.1	Postaviti ciljeve i okvire sadržaja mobilne aplikacije	NTO	MORT, RRA, RGRT	IV	2019	Ciljevi i sadržaj mobilne aplikacije definisani
			2.2.1.2	Definisati zahtijevane funkcionalne karakteristike i karakteristike korisničkog interfejsa	NTO	MORT, RRA, RGRT	I	2020	Definisane funkcionalne karakteristike i karakteristike korisničkog interfejsa
			2.2.1.3	Raspisivanje tendera i izbor IT stručnjaka (web developer-a)	NTO		II	2020	Izabran IT stručnjak (web developer) na tenderu
			2.2.1.4	Razvoj baze podataka i animiranje pružaoca usluga	NTO	MORT, RRA, RGRT, RRGRT,	I-IV	2020	Baza podataka pružaoca usluga formirana.
			2.2.1.5	Lansiranje mobilne aplikacije	NTO		I	2021	Aplikacija dostupna na GooglePlay i Apple App Store.
	2.2.2	Digitalizovani centri za posjetioce	2.2.2.1	Formirati listu pogodnih lokacija, po mogućnosti postojećih objekata, u naseljenim područjima, na mestima koja su ulazne tačke i čvorišta ruralnih turista	MORT	LTO, RRA, RGRT	I	2022	Definisane lokacije

**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

			2.2.2.2	Izabrati lokacije za pilot projekte	MORT	LTO, RRA, RGRT	II	2022	Lokacije za pilot projekte odabrane
			2.2.2.3	Odrediti sadržaj digitalnih postavki, kao i funkcionalnost	MORT	LTO, RRA, RGRT	II-III	2022	Sadržaj i funkcionalnost digitalnih postavki definisani
			2.2.2.4	Raspisivanje tendera i izbor izvođača	MORT		I	2023	Izvođač izabran
			2.2.2.5	Puštanje digitalnih centara za posjetioce u rad	MORT	LTO	IV	2023	Digitalni centri za posjetioce otvoreni
	2.2.3	Razvoj portala ruralnog turizma sa modulom centralnog bukinga seoskog smještaja	2.2.3.1	Određivanje ciljeva portala i sistema bukinga, kao i okvira sadržaja	NTO	MORT, RGRT	IV	2019	Ciljevi i okvir definisani
			2.2.3.2	Definisati zahtijevane funkcionalne karakteristike i karakteristike korisničkog interfejsa	NTO	MORT, RRA, RGRT	I	2020	Karakteristike definisane
			2.2.3.3	Raspisivanje tendera i izbor IT stručnjaka (web developer-a)	NTO		II	2020	Izabran IT stručnjaka (web developer) na tenderu
			2.2.3.4	Razvoj baze podataka i animiranje pružaoca usluga	NTO	MORT, RRA, RGRT, RRGR, LTO	II-IV	2020	Baza podataka formirana
			2.2.3.5	Lansiranje portala sa bukingom	NTO		II	2021	Portal i buking funkcionalni

**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**

**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

Prioriteti	Mjere	Aktivnosti	Odgovornost	Partneri	Rok (kvartal / godina)		Indikator
<b>Prioritet 3.1:</b> Podstaći integrisano i participativno upravljanje razvojem ruralnog turizma	3.1.1 Formirati stalnu Radnu grupu za ruralni turizam (RGRT)	3.1.1.1 Formirati Radnu grupu	MORT	MPRR, RRA, MK, CTU	I	2019	Formirana Radna grupa
		3.1.1.2 Pripremiti nacrt poslovnika i procedura	MORT	MPRR, RRA, ME, MK, NTO	II	2019	Nacrt poslovnika završen
		3.1.1.3 Organizovati osnivački sastanak	MORT	MPRR, RRA, MK, CTU	II	2019	Održan prvi sastanak i usvojen poslovnik
		3.1.1.4 Redovni sastanci	RGRT		IV	2019 - 2023	Broj održanih sastanaka (20)
	3.1.2 Formirati regionalne razvojne agencije (Preispitati i konsultovati Ministarstvo ekonomije)	3.1.2.1 Iniciranje izmjena Zakona o regionalnom razvoju (preispitati sa ME)	MORT	ME, RRA	III	2021	Pokrenuta inicijativa
		3.1.2.2 Izmjene Zakona o regionalnom razvoju	ME		I	2022	Usvojene izmjene Zakona o regionalnom razvoju
		3.1.2.3 Animiranje opština za osnivanje RRA	MORT	RRA, RGRT	I-II	2022	Održani sastanci sa predstavnicima opština
		3.1.2.4 Osnivanje RRA	Opštine	ME, MORT	III	2022 - 2023	Broj formiranih RRA
	3.1.3 Formiranje uslužnih centara za podršku ruralnom turizmu	3.1.3.1 Određivanje poslova uslužnih centara za podršku ruralnom turizmu	MORT	MPRR, RRA, RGRR	IV	2019	Definisane aktivnosti centara
		3.1.3.2 Obuka zaposlenih	MORT	MPRR, RRA, RGRR	II	2020	Obuka završena
		3.1.3.3 Osnivanje centara	MORT	MPRR, RGRR, RRA	II	2020	Centri osnovani
	3.1.4 Formiranje Regionalnih radnih grupa za ruralni turizam (RRGRT)	3.1.4.1 Formirati listu članova RRGRT	MORT	MPRR, RGRR, RRA	IV	2019	Lista formirana
		3.1.4.2 Pripremiti nacrt poslovnika i procedura	MORT	MPRR, RGRR, RRA	I	2020	Nacrt poslovnika završen



**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

			3.1.4.3	Organizovati osnivački sastanak	MORT		II	2020	Održan prvi sastanak
			3.1.4.4	Redovni sastanci	RRGRT		IV	2020 - 2023	Broj sastanaka (12)
	3.1.5	Uključivanje udruženja i klastera ruralnog turizma i ruralnog razvoja, a kasnije lokalnih akcionih grupa u sistem upravljanja razvojem ruralnog turizma.	3.1.5.1	Formirati listu udruženja i klastera na lokalnom i regionalnom nivou koje djeluju u oblasti ruralnog turizma (baza podataka Ruralnog parlamenta)	MORT	MPRR, RRA	IV	2019	Lista formirana
			3.1.5.2	Kontaktirati udruženja i tražiti da odaberu predstavnike za RRGRT po opštinama	RRA (MORT gde nema RRA)	MORT	IV	2019	Predstavnici izabrani
			3.1.5.3	Uključivanje predstavnika u RRGRT	RRA (MORT gde nema RRA)	MORT	II	2020	Predstavnici učestvuju u radu RRGRT
<b>Prioritet 3.2</b> Jačanje održivosti ruralnog preduzetništva	3.2.1	Razvoj sistema mentoringa za rad sa domaćinstvima i preduzetnicima	3.2.1.1	Odrediti pitanja / aktivnosti u kojima je potrebno pružiti podršku domaćinstvima i preduzetnicima "na terenu".	MORT	MPRR, RRA	III	2019	Definisane vještine, procedure i sl. oko kojih je seoskim domaćinstvima u turizmu potrebna pomoć.
			3.2.1.2	Obuka mentora u okviru RRA (program "treninga trenera")	RRA (MORT gde nema RRA)	MORT, MPRR, Tehnopolis, obrazovne institucije	I-II	2020	Broj obučanih mentora
			3.2.1.3	Obuka mentora na nivou opština	RRA (MORT gde nema RRA)	MORT, MPRR, Tehnopolis, obrazovne institucije	IV	2020	Broj lokalnih obučanih mentora
			3.2.1.4	Početak realizacije mentoringa	RRA (MORT gde nema RRA)		I	2021	Sistem mentoringa funkcionalan
	3.2.2	Razvoj sistema prikupljanja upravljačkih	3.2.2.1	Definisati neophodne upravljačke informacije za vođenje politike ruralnog turizma	MORT	RRA, NTO, RGRT	I-II	2019	Definisani set upravljačkih informacija

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

	informacija o ruralnom turizmu u Crnoj Gori	3.2.2.2	Organizovati sistem prikupljanja podataka o turističkom prometu	MORT	MONSTAT, NTO RRA	III-IV	2019	Sistem dogovoren
		3.2.2.3	Definisati systemska istraživanja tržišta	MORT	RRA, NTO, RGRT	I-II	2020	Određen sadržaj i dinamika istraživanja
		3.2.2.4	Pokrenuti prikupljanje statističkih podataka	MONSTAT		I	2020	Sistem prikupljanja podataka funkcionalan
3.2.3	Davanje podrške i podsticaja mlađoj generaciji da se vraća na selo	3.2.3.1	Definisati kriterijume za dodjelu sredstava za mlađe aplikante	MORT	RRA, RGRT	I	2019	Kriterijumi usvojeni
		3.2.3.2	Definisati kriterijume za dodjelu sredstava za žene - aplikante	MORT	RRA, RGRT	I-II	2019	Kriterijumi usvojeni
		3.3.3.3	Definisati kriterijume za dodjelu sredstava za mlade bračne parove – aplikante	MORT	RRA, RGRT	I-II	2020	Kriterijumi usvojeni
		3.2.3.4	Definisati kriterijume za dodjelu sredstava za mlade aplikante sa visokim obrazovanjem	MORT	RRA, RGRT	I-II	2021	Kriterijumi usvojeni
3.2.4	Razvoj efikasnijeg sistema registracije za smještajne kapacitete u okviru ruralnog turizma	3.2.4.1	Formirati jasne i detaljne procedure prijave	MORT	RRA, RGRT, RRGRT	IV	2019	Procedure urađene, urađeno uputstvo
		3.2.4.2	Sa lokalnim samoupravama dogovoriti: (a) primjenu procedura i nadležnu službu, kao i (b) maksimalni iznos naknada	MORT	RRA, RGRT, RRGRT	IV	2019	Dogovor postignut
		3.2.4.3	Početak primjene odluka o registraciji i naknadama	MORT	opštine, RRA, RGRT, RRGRT	I	2020	Novi sistem registracije u primjeni
3.2.5.	Organizacija obuka	3.2.5.1	Uraditi ocjenu potreba za znanjima i vještinama ruralnih preduzetnika	RRA (MORT gdje nema RRA)	RGRT, RRGRT	I	2019	Ocjena urađena
		3.2.5.2	Uraditi višegodišnji program neophodnih obuka	RRA (MORT gdje nema RRA)	RGRT, RRGRT	II	2019	Urađen višegodišnji program neophodnih obuka
		3.2.5.3	Poziv za izvođače i izbor izvođača	RRA (MORT gdje nema RRA)	RGRT, RRGRT	III	2019	Izvođači obuka izabrani

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

			3.2.5.4	Početi sa realizacijom programa obuke	RRA (MORT gdje nema RRA)		IV	2019 - 2023	Broj programa obuke
--	--	--	---------	---------------------------------------	--------------------------------	--	----	----------------	---------------------



CRNA GORA

---

MINISTARSTVO ODRŽIVOG RAZVOJA  
I TURIZMA

# STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

PRILOZI NACRTU STRATEGIJE

21. Novembar 2018. godine

## **PRILOG 1: Pregled strateških dokumenata**

### **1.1. Master plan za turizam Crne Gore**

Vlada Crne Gore je 2001. godine usvojila Master plan za turizam Crne Gore. Uzimajući u obzir intenzivne promjene i trendove u sektoru turizma, ovaj dokument je bio predmet revizije i dopuna svakih 5 godina, pa se aktuelna verzija ovog dokumenta odnosi na strateški okvir do 2020. godine. Master plan je nastao kroz saradnju ino-eksperata, domaćih institucija sa državnog i lokalnog nivoa, inostranih institucija uključenih u razvoj crnogorskog turizma, kao i civilnog i privatnog sektora.

Master plan za turizam Crne Gore do 2020. godine je usmjeren na stvaranje održivog, visokokvalitetnog i raznolikog turističkog proizvoda, pri čemu ponuda treba da bude zasnovana na prirodnom i kulturnom bogatstvu Crne Gore. U okviru Master plana je prepoznata potreba za definisanjem regionalnih koncepata i proizvoda, koja ima za cilj diversifikaciju „ukupnog proizvoda Crne Gore“. Planovi i strateške mjere su podijeljeni u tri kategorije koje se odnose na period njihove realizacije: kratkoročne, srednjoročne i dugoročne, a to sa ciljem njihove efikasne implementacije. Konačno, kroz implementaciju predloženih mjera i realizaciju strateških ciljeva u oblasti turizma, ovaj Master plan je usmjeren na stvaranje novih radnih mjesta i povećanje životnog standarda, odnosno na davanje doprinosa trajnom ekonomskom napretku Crne Gore.

### **1.2 Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. godine (NSOR)**

Nacionalna strategija održivog razvoja do 2030. godine (NSOR) stupila je na snagu u julu 2016. godine. NSOR nudi koncept dugoročnog razvoja Crne Gore zasnovanog na: ljudskim, društvenim, prirodnim i ekonomskim resursima. Razvoj ruralnog turizma prožima se kroz predstavljeni koncept razvoja turizma i poljoprivrede. Naime, u dijelu NSOR koji se odnosi na Akcioni plan do 2030. godine, socijalna stabilnost i smanjenje stope siromaštva upravo se ogledaju kroz podsticaj razvoja preduzetništva i samozapošljavanja, odnosno razvoj novih i fleksibilnih formi zapošljavanja mladih, poput društvenog preduzetništva, start-up, **ruralnog turizma**, urbanog baštovanstva, zelenih poslova, kreativnih industrija, ICT usluga i online prodaja. U kontekstu stanja prirodnih resursa, NSOR u prioritete za realizaciju mjera, pored ostalog, ubraja i kvalitetan program razvoja ruralnih područja.

NSOR apostrofira da pored investicija u ruralnu infrastrukturu značajno mjesto zauzima otvaranje novih radnih mjesta koja ne nastaju kao posljedica primarne poljoprivredne proizvodnje. U tom dijelu ističe se turizam u ruralnim područjima, uzevši u obzir prirodne i kulturno-istorijske odlike Crne Gore i potencijal za razvoj ruralnog turizma. Na drugoj strani, ukazano je da nedostaje efikasna podrška diverzifikaciji privrede kroz razvoj ruralnih područja i primjenu čistih i efikasnih tehnologija (razvoj zelene i plave ekonomije). U okviru održivog upravljanja resursima obalskog područja i podsticaja plavoj ekonomiji, NSOR ističe da postoji potreba za očuvanjem ruralnih područja kroz održivi ruralni razvoj i proizvodnju hrane i vina. Kao jedan od prioriteta navodi se povećanje ulaganja u razvoj sela kroz jačanje porodičnih gazdinstava na kojima se treba povećati zaposlenost i zadržati stanovništvo na selu, sa posebnim naglaskom na mlađoj populaciji.

### **1.3 Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2015-2020 (SRPRP)**

Strategija razvoja poljoprivrede i ruralnih područja 2015-2020. godine (SRPRP) je usvojena u junu 2015. godine od strane Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja. Razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori se u velikoj mjeri oslanja na razvoj poljoprivrede i stvaranje boljih uslova i okvira za napredak poljoprivredne proizvodnje. Kako bi se postigli primarni ciljevi za razvoj poljoprivrede, među kojima su za razvoj ruralnog turizma najznačajniji: jačanje konkurentnosti proizvođača hrane, unapređivanje životnog standarda ruralnog stanovništva i ukupnog ruralnog razvoja, uz očuvanje tradicionalnih vrijednosti, potrebno je pružiti priliku poljoprivrednim proizvođačima da kroz edukaciju i pristup nacionalnim fondovima i pretpristupnim fondovima za ruralni razvoj (IPARD) unaprijede svoj status i poslovanje.

U SRPRP se navodi da je veza između poljoprivrede i turizma multilateralna. Poljoprivreda i ruralni razvoj su prepoznati kao glavni faktori za razvoj zelene ekonomije u Crnoj Gori, sa fokusom na stvaranju integrisanog poljoprivrednog i turističkog proizvoda koji bi doprinio smanjenju uvozne zavisnosti, te su u tom kontekstu definisane tri grupe mjera ruralnog razvoja od kojih se jedna odnosi na diverzifikaciju ekonomskih aktivnosti u ruralnim sredinama, obnovu i razvoj sela i izgradnju seoske infrastrukture.

Kako bi se postigli navedeni opšti ciljevi u pogledu razvoja ekonomije Crne Gore i diverzifikacije ponude, potrebno je ostvariti ciljeve koji su postavljeni za pojedinačne ruralne regije. Naime, kako bi se postigla diverzifikacija ruralne ekonomije, potrebno je ulagati u otvaranje novih preduzeća, zanatskih radnji, poboljšanje smještajnih kapaciteta za razvoj ruralnog turizma i razvoj preduzetništva. Takođe, ovakav razvoj umnogome zavisi od investicija u unapređenje ruralne infrastrukture, čime će se dodatno povećati atraktivnost ponude u ruralnim područjima, poboljšati životni standard i smanjiti regionalni disparitet.

Srž razvoja turističke ponude u ruralnim područjima nije u stvaranju sasvim novih kapaciteta i sadržaja, već u integrisanoj revitalizovanoj upotrebi valorizovanih i zaštićenih potencijala i turističkih proizvoda, uz program brendiranja ruralnih turističkih destinacija. U skladu sa gore navedenim, osnova ruralnog turizma u Crnoj Gori je prepoznata u korišćenju već postojećih resursa kroz predstavljanje turističke ponude i proizvoda koji nastaju kroz interakciju poljoprivredne proizvodnje, tradicije, tradicionalne gastronomije i turističkih usluga, a sve to na održiv način.

Program razvoja poljoprivrede i ruralnih područja Crne Gore u okviru IPARD II 2014-2020 (IPARD II program) usvojen je od strane Evropske komisije 20. jula 2015. godine, a od strane Vlade Crne Gore 10. septembra 2015. godine.

Ciljevi Programa se odnose na poboljšanje mogućnosti za zapošljavanje u ruralnim područjima Crne Gore, kao i na glavne probleme i izazove tih područja, odnosno na mjere i aktivnosti kojima se postiže povećanje privlačnosti ruralnih područja kao mjesta za rad i život i smanjenje razlika između urbanih i ruralnih područja. U tom kontekstu jedna od ključnih mjera programa je *diverzifikacija gazdinstava i razvoj poslovanja*.

### 1.4 Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine (SRT)

Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine (SRT) je usvojena 2008. godine od strane Ministarstva turizma i zaštite životne sredine, odnosno sadašnjeg MORT-a.

Kroz izradu SRT Crne Gore definisana je vizija razvoja crnogorskog turizma, koji treba da se zasniva na konceptu „Wild Beauty“. S tim u vezi definisan je strateški cilj razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine: „Primjenom principa i ciljeva održivog razvoja Crna Gora će stvoriti jaku poziciju globalne visokokvalitetne turističke destinacije; turizam za stanovništvo Crne Gore obezbijediće dovoljno radnih mjesta i rast životnog standarda, a država će ostvarivati prihode na stabilan i pouzdan način.“<sup>1</sup> Za postizanje opšteg cilja definisan je niz operativnih ciljeva i mjera koje uključuju i razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori. S tim u vezi, za kreiranje turističke destinacije sa ponudom tokom cijele godine prepoznata je neophodnost kreiranja diverzifikovane turističke ponude koja pored ostalog uključuje i razvoj ruralnog turizma sa posebnim fokusom na razvoj turističkih proizvoda kao što su aktivni turizam na planini, agroturizam i kampovanje u divljini. Nadalje, za promovisanje Crne Gore kao jedinstvenog proizvoda prepoznata je neophodnost regionalnog povezivanja i promocija regionalnih klastera koji uključuju razvoj ruralnog područja. Stoga, razvoj ruralnog, sportskog turizma i turizma orijentisanog na prirodu je prepoznat kao osnovni potencijal za stvaranje klastera na čijem je razvoju potrebno raditi. Klaster Skadarsko jezero – Cetinje, klaster Bjelasica i Komovi Prokletije–Plav Rožaje, kao i klaster Durmitor–Sinjajevina Žabljak–Plužine–Šavnik treba da se orijentiše na razvoj turizama u prirodi, sportskog turizma, kao i ruralnog i kulturnog turizma. Kao što je slučaj sa prethodno predstavljenim strategijama, i ovom strategijom je povezivanje sektora turizma i sektora poljoprivrede, a posebno razvoj agroturizma, prepoznat kao važan činilac budućeg razvoja.

<sup>1</sup> Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine.

Za razvoj i unapređenje posebnih turističkih proizvoda definisane su i prioritetne aktivnosti koje se odnose na razvoj ruralnog turizma, kao što su regulisanje zakonskog okvira u oblasti aktivnog odmora, definisanje standarda za „wilderness camping“ i kampove na selu, određivanje smjernica za razvoj eko turizma i privlačenje investicija u ruralni turizam kroz definisanje podsticajnih mjera u pravcu smanjenja migracija iz sela u grad.

Agendom reformi u oblasti turizma 2013. godine dat je presjek postojećeg stanja u turizmu Crne Gore i definisan je set mjera i aktivnosti u pravcu unapređenja i promocije turističke ponude. Takođe, sastavni dio Agende je i Akcioni plan za pripremu ljetnje turističke sezone sa predlozima za prevazilaženje ograničavajućih faktora u smislu planiranog turističkog razvoja.

Strategija razvoja turizma u osnovi je bazirana na Master planu za turizam Crne Gore do 2020. godine, koji je usvojen 2001. godine, te predstavlja njegovo inoviranje. SRT je preuzela strateške preporuke Master plana, uz određene izmjene shodno razvoju događaja tokom vremena proteklog između donošenja ovih dokumenata.

Aktivnosti Akcionog plana su usmjerene u dva pravca: stvaranje potrebnih infrastrukturnih pretpostavki za nesmetano odvijanje sezone i prevazilaženje problema koji su bili prisutni u prethodnoj sezoni i unapređenje turističke ponude. Agendom je prepoznato da je u smislu planiranih i ostvarenih ciljeva potrebno dodatno angažovanje na svim nivoima u pravcu dodatnog podizanja nivoa kvaliteta ukupne turističke ponude i prateće infrastrukture.

Jedan od glavnih izazova u turizmu jeste nedovoljna ponuda i turistički proizvod koji nije diverzifikovan u dovoljnoj mjeri, kao i izražena visoka sezonalnost. Nedovoljno su razvijeni drugi vidovi turizma, kao što su turizam zasnovan na prirodi, ruralni turizam i kulturni turizam. Jasan pregled planiranih i realizovanih projekata koji direktno ili indirektno utiču na razvoj ruralnog turizma dat je u Prilogu 1.

### **1.5 Strategija regionalnog razvoja Crne Gore za period 2014-2020. godine (SRR)**

Strateški cilj Strategije regionalnog razvoja za period 2014-2020. godine (SRR) odnosi se na postizanje ravnomjernijeg socio-ekonomskog razvoja svih jedinica lokalne samouprave i regiona, zasnovanog na konkurentnosti, inovativnosti i zapošljavanju, što je moguće postići kroz dalje unapređenje prioritetnih oblasti razvoja Crne Gore: i) saobraćaj i ostala javna infrastruktura; ii) poljoprivreda i ruralni razvoj; iii) energetika; iv) zaštita životne sredine; v) konkurentnost i inovacije; vi) industrija vii) turizam i kultura viii) obrazovanje, zapošljavanje i socijalne politike. S tim u vezi, posebnu pažnju u realizaciji SRRCG treba posvetiti unapređenju strateških grana razvoja, naročito za sjeverni region.

SWOT analiza na nacionalnom nivou pokazuje da postoje značajni i nedovoljno iskorišćeni prirodni resursi i prednosti koji predstavljaju potencijal za rast, ukoliko bi se njima adekvatno upravljalo. U ovu grupu spadaju primarni sektori (poljoprivreda, šumarstvo), a u direktnoj vezi su i razvoj prerađivačke prehrambene industrije, drvno prerađivačke industrije, razvoj turizma u primorskim i planinskim područjima, kao i u ruralnim i urbanim područjima, energetske potencijali zasnovani na obnovljivim izvorima.

Kroz SRR prepoznat je potencijal za razvoj ruralnog turizma u svim regionima, apostrofirajući značaj razvoja ruralnog turizma u sjevernom regionu, prevashodno zbog bogatstva prirodnih resursa kojima raspolaže za razvoj zimskog i eko-turizma, proizvodnju eko hrane i hrane sa zaštićenim geografskim porijeklom. U tom smislu razvoj turističke infrastrukture sjevernog regiona je usmjeren ka razvoju ruralnog i eko-turizma, izletničkog i kulturnog turizma, kao i planinskog i sportsko-rekreativnog turizma, dok je zdravstveni turizam u fazi razvoja. Takođe, od značaja su i projekat revitalizacije katuna, turistička etno sela, poljoprivredni katuni, razvoj poljoprivredne proizvodnje i mogućnosti diverzifikacije aktivnosti na poljoprivrednim gazdinstvima.

Glavni strateški cilj razvoja sjevernog regiona se odnosi na „povećanje konkurentnosti, ubrzan i održiv razvoj sjevernog regiona“. Analizira strateških planova jedinica lokalne samouprave (JLS) u sjevernom regionu, pokazuje da se razvojni ciljevi u najvećoj mjeri odnose na održivi razvoj i podsticanje privrednog rasta.

Prioriteti u pogledu realizacije ovih ciljeva JLS se najviše odnose na: unapređenje saobraćajne infrastrukture, razvoj energetike, poljoprivredu i ruralni razvoj, očuvanje životne sredine, podsticanje razvoja privatnog sektora i stvaranje uslova za podizanje konkurentnosti, razvoj turizma, razvoj ljudskih i institucionalnih kapaciteta.

Dakle, najveći broj prioriteta se odnosi na održivi razvoj sjevernog regiona, zatim pametni rast (*kroz stvaranje uslova za podizanje konkurentnosti, razvoj ruralnog i eko-turizma, izletničkog i kulturnog turizma, kao i planinskog i sportsko-rekreativnog turizma i zdravstvenog turizma*) i na razvoj ljudskih resursa, odnosno na inkluzivni rast.

Strateški cilj za razvoj centralnog regiona je definisan kao „ostvarenje održivog ekonomskog rasta i razvoja i ubrzano povećanje konkurentnosti“. U odnosu na strateške okvire koji su definisani na lokalnom nivou, ključni razvojni ciljevi u centralnom regionu se odnose na podsticanje privrednog rasta, razvoj infrastrukture i valorizaciju bogatog kulturnog i istorijskog nasleđa. Oblasti koje su prepoznate kao prioritete za postizanje ovih ciljeva, definisanih od strane JLS u centralnom regionu, se odnose na razvoj preduzetništva i valorizaciju raspoloživih znanja i podizanje konkurentnosti, razvoj turizma, poljoprivrede i prehrambene industrije, unapređenje zaštite životne sredine, razvoj neophodnih institucionalnih kapaciteta.

„Održiv ekonomski rast i povećanje konkurentnosti regiona zasnovan na razvoju turizma i komplementarnih sektora“ je definisan kao strateški cilj razvoja primorskog regiona. U odnosu na ovaj strateški cilj, ključni razvojni ciljevi definisani od strane JLS se odnose na razvoj komunalne i nove putne infrastrukture, razvoj turizma i valorizaciju kulturnog i istorijskog nasleđa. Prioritetne oblasti koje su definisane za ostvarivanje ovih razvojnih ciljeva su: dalji ubrzani razvoj turizma, razvoj priobalne plovidbe, podsticanje razvoja konkurentnog preduzetništva, razvoj poljoprivrede i prerade poljoprivrednih proizvoda, bolja valorizacija morskih potencijala, razvoj neophodnih institucionalnih kapaciteta.

Pored navedenih, Ministarstvo održivog razvoja i turizma (MORT) je donijelo set strateških dokumenata kao i informacija u kojima se preko preporuka na direktan ili indirektan način prepoznaje značaj razvoja ruralnog turizma u Crnoj Gori, od kojih su najvažniji: „Informacija o stanju životne sredine u Crnoj Gori 2013“, „Kriterijumi održivog razvoja i tabela indikatora“ (za utvrđivanje efekata CDM projekata), „Operativni program za komponentu Regionalni razvoj 2013-2014“ i „Strateška procjena uticaja na životnu sredinu za operativni Program regionalnog razvoja za IPA komponentu III“.

Održivi razvoj ruralnog turizma podrazumijeva realizaciju sledećih preporuka sadržanih u prethodno predstavljenim dokumentima:

- Značajan broj gazdinstava u ruralnim područjima (koji čine većinu u ukupnom broju gazdinstava u Crnoj Gori), raspolaže malim površinama poljoprivrednog zemljišta (73% gazdinstava posjeduje zemljište površine do 2ha). Ova gazdinstva su izložena visokom dohodovnom riziku usljed sve jače konkurencije na tržištu, smanjenih mogućnosti zapošljavanja i generisanja eksternog dohotka i devastacije ruralnih područja. Za budući ekonomski razvoj ruralnih područja, pored investicija u ruralnu infrastrukturu, bitno je i stvaranje uslova za otvaranje novih radnih mjesta koja nisu nužno vezana za primarnu poljoprivrednu proizvodnju, gdje ruralni turizam ima primarno mjesto. Ovo je iz razloga što značajan dio ruralnih područja Crne Gore ima povoljne prirodne i kulturno-istorijske uslove za razvoj ruralnog turizma (etno sela, planinarenje, biciklizam, gastronomski turizam). Potencijal za nova zapošljavanja leži i u mogućnostima plasmana posebnih prehrambenih proizvoda sa oznakama porijekla, geografskim oznakama i oznakama garantovano tradicionalnih specijaliteta u ugostiteljstvu i turizmu.
- Stanovništvu u ruralnim područjima nedostaje efikasna podrška za potrebe diverzifikacije privrede i razvoj ekonomskih aktivnosti koje poštuju principe održivosti.
- U kontekstu zelene ekonomije i principa održivog razvoja, velika šansa ogleđa se u daljem razvijanju turizma zasnovanog na prirodi, naročito u manje razvijenim sjevernim i ruralnim područjima, ali i razvoju eko turizma (npr. u oblasti Boke Kotorske).



- Sakupljanje otpada je obezbijeđeno uglavnom u centrima - urbanim cjelinama jedinica lokalne samouprave, dok se otpad u ruralnim sredinama (selima i manjim naseljima), uglavnom ne sakuplja, već se najčešće odlaže na neuređenim odlagalištima.
- Neophodno je više investirati u ruralnu infrastrukturu (prvenstveno putnu infrastrukturu), vodosnabdijevanje, zdravstvene ustanove i snabdijevanje električnom energijom.
- Poboljšanje kvaliteta i dostupnosti infrastrukture za vodosnabdijevanje i otpadne vode, pružanjem usluga vodosnabdijevanja i tretmana otpadnih voda u skladu sa praksom i politikama EU, u urbanim i ruralnim područjima uspostavljanjem efikasnih sistema upravljanja vodama i otpadnim vodama.
- Prema Strateškoj procjeni uticaja na životnu sredinu, jedna od šansi za razvoj ogleda se u boljem upravljanju otpadom, što će doprinijeti smanjenju zagađenja vazduha. Razvoj i modernizacija željeznice na Koridoru 4 Bar-Vrbnica će smanjiti nivo zagađenja vazduha duž koridora, a najvjerovatnije i smanjiti obim automobilske saobraćaja. Poboljšanje ove vrste infrastrukture će dovesti do boljeg kvaliteta ambijentalnog vazduha u urbanim i ruralnim područjima.

**Prilog 2:** Pregled statusa mjera i projekata od značaja za razvoj ruralnog turizma

Mjera	Projekat	Rok	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x)
Razvoj novih i unapređenje postojećih smještajnih kapaciteta	Definisanje modela izgradnje pilot projekta „eco loge” za područje Bjelasice i Komova (javno-privatno partnerstvo i sl.) i davanje istog putem tendera na upravljanje nekoj od renomiranih kompanija.	2013.	x
	Definisanje koncepta „crnogorskog hotela“, „crnogorsko seosko domaćinstvo“(raspisivanje konkursa)	2013.	x
	Donošenje Programa podsticajnih mjera za unapređenje kvaliteta i kategorije postojećih smještajnih kapaciteta	2013./2014.	✓
	Donošenje Programa podsticajnih mjera za unapređenje kvaliteta usluga u privatnom smještaju, prioritet sjever Crne Gore	2013./2014.	x
	Donošenje Programa podsticajnih mjera za uređenje seoskih domaćinstava u skladu sa smjernicama za razvoj „Crnogorskog seoskog domaćinstva“	2013./2014.	*
	Donošenje Programa podsticajnih mjera za razvoj smještajnih kapaciteta u ruralnim područjima kroz revitalizaciju napuštenih ruralnih cjelina i njihovo stavljanje u funkciju	2013./2014.	x
	Donošenje Programa podsticajnih mjera za razvoj smještajnog kapaciteta „crnogorski hotel“	2013./2014.	x
	Obezbeđivanje povoljnih kreditnih linija za obogaćivanje turističke ponude (npr. akva parkovi, golf-tereni, bazeni, tematski parkovi, manifestacije, događaji, tradicionalni proizvodi i sl.)	2014.	x
Stavljanje u funkciju postojećih kapaciteta	Analiza problema neaktivnih hotelskih kapaciteta i mogućnost njihovog aktiviranja, posebno hotela na sjeveru i definisanje predloga	2013.	x
Povezivanje turističke ponude primorja i sjevera panoramskim putevima	Izrada promotivnih mapa sa panoramskim putevima	Rok II kvartal	*
	Potpisivanje Memoranduma o saradnji na uređenju i održavanju panoramskih puteva sa opštinama	Rok II kvartal	x
	Uređenje odmorišta na dijelu odabrane panoramske rute	Rok III kvartal	*
Razvoj ruralnog turizma	Definisanje koncepta „Crnogorsko seosko domaćinstvo“ (raspisivanje konkursa)		x
	Izrada novog Pravilnika o minimalno- tehničkim uslovima, uslovima za kategoriju i načinu kategorizacije seoskog domaćinstva	jun 2013.	*
	Definisati ugostiteljstvo kao dopunsku djelatnost poljoprivredi	jun 2013.	x
	Sagledati mogućnosti povoljnijeg poreskog tretmana	jun 2013.	✓
	Organizovanje obuka (kroz program podsticajnih mjera i u saradnji sa donatorima) za preduzetnike iz oblasti prodaje, promocije, kursa jezika i sl.	2014.	✓

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

Unapređenje kvaliteta usluga raftinga	Unapređenje prilaznog puta na Brštanovici	jun 2013.	✓
	Donošenje seta podzakonskih akata kojim se reguliše pitanje raftinga sa aspekta nadležnosti Ministarstva saobraćaja	mart 2013.	✓
	Definisanje procedure vezano za pružanje usluga raftinga	april 2013.	✓
	Definisanje procedure prelaska granice između graničnih policija Crne Gore i BiH	april 2013.	x
Kreiranje turističke ponude za aktivne turiste (planinare i planinske bicikliste)	Postavljanje signalizacije na 100 km planinskih staza;	septembar 2013.	✓
	Potpisivanje ugovora o uređenju i održavanju planinskih staza sa Planinarskim savezom Crne Gore i Biciklističkim savezom Crne Gore. Predmet ovih ugovora je uređenje i održavanje Nacionalne mreže planinskih staza u skladu sa Zakonom o planinskim stazama	mart 2013.	✓
	Održavanje planinskih staza, shodno usaglašenim programima za 2013. godinu.	jul 2013.	✓
	Uređenje prioritetnih kritičnih tačaka sa aspekta sigurnosti.	jul 2013.	✓
	Postavljanje skloništa za planinare i bicikliste u Opštini Plav kod Hridskog jezera	avgust 2013.	x
Razvoj sportskog turizma	Uređenje staza za hodanje na krpljama	decembar 2014.	✓
	Izrada promotivnog materijala za hodanje na krpljama	decembar 2013.	✓
	Izrada analiza koje će dati smjernice za razvoj sportskog turizma	2014.	✓
	Realizacija pilot projekata	2014. i 2015.	x
Razvoj kamp turizma	Prostorno planskom dokumentacijom predvidjeti lokacije za izgradnju kampova (rok u zavisnosti od dinamike donošenja prostornih planova)		x
Promocija tradicionalnih Zanatskih Proizvoda	Organizovanje susreta između ugostiteljsko-turističke privrede i zanatlija na kome će biti prezentirani tradicionalni zanatski proizvodi u pravcu povećanja njihove prodaje kroz turizam	2014.	x
Unapređenje i dalji razvoj brenda Montenegro Wild Beauty	Izrada strategije marketinga	2015.	*
Unapređenje svijesti o važnosti turizma među stanovništvom	Osmišljavanje i realizacija kampanje za podizanje svijesti o značaju turizma	2014.	x
Unapređenje infrastrukture – turistička signalizacija	Održavanje (popravka i zamjena) turističke signalizacije na magistralnim i regionalnim putnim pravcima,	Kontinuirano	✓

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

Suzbijanje sive ekonomije	Pojačati inspekcijski nadzor kao prioritet u radu na suzbijanju „sive“ ekonomije	početak sezone	✓
	Formiranje koordinacionog tijela za praćenje turističke sezone i suzbijanje „sive“ ekonomije na nivou pojedinih opština rok do početka sezone	jun 2013.	✓
	Nastavak kampanje „Registrujte smještaj“- Rok tokom sezone	Kontinuirano tokom sezone	*
	Intenzivnija kontrola izvođenja i organizacije izletničkih programa	Kontinuirano tokom 2013.	
	Preporuka lokalnim upravama da ne treba uslovljavati izdavanje odobrenja za rad držaocima privatnog smještaja plaćanjem komunalija		x
	Preporuka lokalnim upravama da uslove podnosioca zahtjeva za izdavanje odobrenja za rad zahtjevom za dostavljanje dokaza da je registrovan kao PDV obveznik		✓
	Razmotriti formiranje Koordinacionih timova lokalnih uprava i Uprave za inspekcijske poslove, a u cilju vršenja zajedničkog inspekcijskog nadzora i sprovođenja mjera u cilju suzbijanje pojave dilera		✓
Uspostavljanje elektronske jedinstvene evidencije turističkog prometa	Elektronska Jedinствена evidencija turističkog prometa će omogućiti evidenciju turističkog prometa i imati direktan uticaj na naplatu boravišne takse.	kraj 2013.	*
Unapređenje kadrova - sezonsko zapošljavanja	Definisati prioritetna zanimanja u turizmu	Rok I kvartal 2013.	*
	Kroz izmjene Zakona o turizmu izvršiti usaglašavanje sa Zakonom o nacionalnim stručnim kvalifikacijama u dijelu obuke turističkih vodiča i turističkih animatora	Rok IV kvartal 2013.	✓
	Obuke za zanimanja iz oblasti turizma i ugostiteljstva- Zavod će u 2013. godini realizovati obuke nezaposlenih lica za poznate poslodavce i za tržište rada, što će biti jedna od njegovih prioriternih aktivnosti. Takođe će se sa kandidatima zainteresovanim za sezonsko zapošljavanje obaviti informativno-motivacioni razgovori, a sve u cilju njihove kvalitetne pripreme za sezonski rad.	2013	✓
	Obuka trenera iz oblasti turizma i ugostiteljstva- U cilju obezbjeđivanja kvalifikovanog kadra iz oblasti turizma i ugostiteljstva, Zavod će u saradnji sa kompanijama „Best“ iz Beča i „Papilot“ iz Ljubljane, organizovati obuku za trenere iz oblasti ugostiteljstva i turizma. U okviru ovog projekta organizovaće se i kursevi njemačkog jezika za nezaposlena lica i zaposlene u sektoru turizma.	2013	*

### Prilog 3 Strateški planovi razvoja opština i ruralni turizam

Napomena: Opštine Gusinje, Petnjica, Bar i Herceg Novi ne posjeduju strateška dokumenta dok je strateški plan opštine Plav u izradi.

#### SJEVERNI REGION

#### Strateški plan razvoja od 2012. do 2019. godine

Zbog velikih prirodnih potencijala kao nove prioritetne grane za razvoj opštine Mojkovac prepoznate su poljoprivreda i turizam. Zapadni dio opštine, uključujući Sinjajevinu, dolinu Tare i Prošćenske planine, predstavlja veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma u kojem se kombinuje smještaj u seoskim kućama, organsko proizvedena hrana, planinarstvo, biciklizam, jahanje, kajak i rafting, paraglajding, turno skijanje, posmatranje prirodnih ljepota, ptica i drugih životinja, biljaka, te upoznavanje kulturne baštine uključujući katune, lokalnu hranu i proizvode. Opština Mojkovac raspolaže potencijalima i za razvoj eko i ruralnog turizma, kao i različitih vidova selektivnog turizma, a to su adrenalinski, sportsko-rekreativni, zdravstveni, kongresni, kulturni, vjerski turizam. U okviru SWOT analize, kao prednost ekonomsko proizvodnog sistema prepoznate su komparativne prednosti za razvoj turizma – zimsko-planinski, avanturistički, sportsko-rekreativni, seoski.

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma

Projekat	Rok	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x) / Obrazloženje
Osposobljavanje odraslih u oblasti ugostiteljstva (konobari, kuvari, sobarice – 12 lica) (trajanje projekta 4 mjeseca)	Kraj 2012. godine	✓
Stručna obuka za turističkog vodiča	2013. – 2014.	✓
Biking tours	Kontinuirano održavanje svake godine u ljetnjem periodu	✓
Smotra tradicionalnog stvaralaštva (trajanje projekta 3 mjeseca)	Sredina 2013. godine	✓
Muzički festival tradicionalnih instrumenata je tradicionalnog karaktera	Period realizacije u toku jedne godine je 3 mjeseca.	X
Izgradnja vodopoja na katunima	2014. - 2016.	✓
Gastronomski vodič i gastronomska tura	2013.	X
Avanturistička trka „Northern Challenge“ - „Izazov sjevera“	jul 2012.	✓
Klaster turističke ponude opštine Mojkovac	3 godine	X
Uređenje izletišta Crna Poda	3 godine	X
Uređenje izletišta „Debeli lug“	3 godine	X
„Solarni katuni - za instalaciju solarnih sistema za proizvodnju električne energije na katunima“	2012.	✓
Modernizacija putnog pravca Dobrilovina – Zabojsko jezero	4 godine	✓
Putni pravac Mojkovac (Štitarica) – Sinjajevina (Ružica) – Žabljak (Njegovođa)	5 - 8 godina	✓ Urađena je projektna dokumentacija za izgradnju puta u dužini od oko 60 km.
Putni pravac Mojkovac - Prošćenske planine - Pljevlja	5 - 8 godina	X Nedostatak finansijskih sredstava
Putni Pravac: Krstac – Bojna Njiva – Čelinska Kosa – Vragodo	5 godina	X Nedostatak finansijskih sredstava
Lokalni put Lepenac (Grab) – Gornji Lepenac	5 - 8 godina	✓
Lokalni put Lepenac – Bojna Njiva	5 - 8 godina	✓
Lokalni put Mali Prepran – Štitarica	5 - 8 godina	X Nedostatak finansijskih sredstava, ali vrši se redovno nasipanje puta

**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

Lokalni put Mojkovac – Đurove Krlje	5 - 8 godina	*Projekat se realizuje u nekoliko faza. Završena je izrada projektne dokumentacije, a do kraja 2018. godine je planiran i početak radova na izgradnji.
Lokalni put Polja - Ckara	5 - 8 godina	✓
Putni pravac Ambarine – Bjelojevići – Ugljari - Vragodo	5 godina	✓
Lokalni put Ravni – Bojna Njiva	5 - 8 godina	✓
Lokalni put Rudnica – Pržišta	5 - 8 godina	✓
Putni pravac Slatina – Potok – Jakovići	5 godina	✓
Putni pravac Mojkovac - Slatina	5 godina	✓
Putni pravac Mojkovac – Lubnice - Berane	5 godina	✓
Izgradnja vodovoda u Gostilovini i Slatini	2012. – 2015.	✓
„Leave No Trace“	Kontinuirano	✓
Podizanje ekološke svijesti građana	7 godina	✓
Unapređenje sistema upravljanja otpadom	7 godina	✓
Održivo upravljanje zaštićenim područjima i valorizacija kulturnog nasleđa i identiteta	7 godina	✓
Usklađivanje kadrovskih potreba lokalne samouprave u procesu evropskih integracija sa naglaskom na podizanju kapaciteta za apliciranje prema EU fondovima	2012. - 2014.	✓
Donošenje akata o sprovođenju aktivnosti između lokalnih institucija i civilnog sektora	2012. - 2015.	✓

**Strateški plan razvoja opštine Berane za period 2012. – 2017. godine**

Opština Berane ima uslova za razvoj različitih vidova turizma, među kojima su i oni za kojima je potražnja na turističkom tržištu, kao npr. eko-turizam u svim njegovim oblicima (ruralni, agroturizam, turizam u nacionalnim parkovima). Iako područje beranske opštine ima uslova za razvoj planinskog turizma, koji je najtipičniji i najmasovniji oblik kontinentalnog turizma, akcent treba staviti na razvoj planinskog turizma u ljetnjem periodu godine. Tu bi poljoprivreda mogla da bude elementarna baza budućeg razvoja turizma ove oblasti.

Neiskorišćeni potencijali ruralnog područja za bavljenje poljoprivredom, bogatstvo prirodnih turističkih motiva i kulturno – istorijsko nasleđe predstavljaju osnov za razvoj osnovnih strateških grana opštine, poljoprivrede i turizma.

U okviru Strateškog prioriteta 2: Ubrzani ekonomski razvoj kroz unapređenje poslovnog ambijenta, čime će se stvoriti pozitivna klima za privlačenje direktnih investicija, izdvojena je Mjera 2.3 – Stvaranje preduslova za valorizaciju turističkih potencijala. Cilj će se realizovati kroz programe razvoja planinskog, ruralnog i sportsko-rekreativnog turizma, kao i svih propratnih elemenata. Unapređenjem stanja na planinskim stazama u saradnji sa nacionalnom turističkom organizacijom, nevladinim sektorom, lokalnom turističkom organizacijom stvorimo preduslove za valorizaciju prirodnih potencijala ovog kraja. Akcionim planom je planiran projekat „Razvoj ruralnog turizma“ na način da se uz pomoć i savjetovanje sa seoskim gazdinstvima, ali i drugima koji u seoskom turizmu vide budućnost, ponude tehnički i servisni standardi, nekoliko tipova autohtonih arhitekturnih rješenja i modela opreme, koji treba da odgovaraju turističkim standardima, kako bi se izbjegao neuređeni i nefunkcionalni razvoj ruralnog turizma.

**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma

Projekat	Rok	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x) / Obrazloženje
Izrada Plana podsticajnih mjera za razvoj poljoprivrede	2012. - 2017.	✓ Planirane aktivnosti za 2017. godinu su realizovane. Agrobudžetom za 2017. godinu je realizovano 60.471, 29 eura/€, i to na aktivnosti: Podrška razvoju tržišne proizvodnje mlijeka; Program unapređivanja stočarstva; Mjera unapređenja u ratarstvu; Podrška razvoju pčelarstva; Podrška podizanju proizvodnih voćnih zasada; Podrška rekorderima u poljoprivrednoj proizvodnji; Podrška opštim servisima; Podrška upravljanju rizicima u poljoprivredi; Implementacija lokalnih planova, akcije čišćenja i putovanja za najbolje mlade ekološke.
Izgradnja jedinstvene turističke signalizacije na području opštine	2013.	Nema informacija
Razvoj ruralnog turizma	2015.	Nema informacija
Razvoj planinskog turizma	2017.	* Kontinuiran rad na implementaciji promotivnih aktivnosti u cilju unapređenja planinskog turizma koji se tiče izrade promotivnih razglednica, tipskih kalendara, reprint flajera, unapređenja suvenirskog programa.
Razvoj raftinga	2017.	✓ Osnovan rafting klub u Beranama. Od 2. do 4. juna 2017. godine održana 18. Međunarodna „Limska regata" koja doprinosi promociji turističkih potencijala i razvoju raftinga.
Razvoj i unapređenje kulturnog turizma	2014.	Nema informacija
Izgradnja regionalne sanitarne deponije i reciklažnog centra	12 mjeseci	* Projektna dokumentacija za izgradnju reciklažnog centra izrađena. Regionalna sanitarna deponija neće biti izgrađena u Beranama.
Sanacija vodovodne mreže u gradu u cilju regulisanja gubitka vode u mreži	2012.- 2017.	x Prema informacijama preduzeća D.O.O. "Vodovod i kanalizacija", aktivnosti u okviru pomenutog projekta nijesu izvođene u 2017. godini.
Izgradnja vodovoda Javorovsko vrelo – Pod grede - Johovica (Kosački Krš) u dužini od 16 km	2013.- 2017.	x Lokacija Javorovsko vrelo – Pod grede - Johovica (Kosački Krš) pripada opštini Petnjica.
Reaktivacija aerodroma	2017.	x Nedostatak finansijskih sredstava.
Unapređenje mreže regionalnih puteva (Berane–Jelovica–Kolašin i Berane-Trpezi-Rožaje)	2012.- 2017.	* Prva faza projekta koja se odnosi na rekonstrukciju puta Berane - Lubnice je realizovana. U toku je izvođenje radova na rekonstrukciji puta Lubnice – Jezerine – Kolašin, a trenutno se izvode radovi na probijanju tunela.
Rekonstrukcija lokalnih puteva	2017.	✓
Sanacija puteva u seoskom i prigradskom području	2017.	✓ Projektne aktivnosti planirane za 2017. godinu su sprovedene u cjelosti. Ukupna vrijednost radova izvedenih u cilju sanacije puteva u seoskim i prigradskim područjima iznosi 220.426,92 eura/€.
Sanacija mostova u seoskom i prigradskom području	2017.	✓

		U MZ „Beranselo“ izvršena sanacija mosta na Manastirskoj rijeci u vrijednosti od 5.600,00 eura/€.
Ustanovljavanje zaštićenih prirodnih dobara na lokalitetima sa jedinstvenim prirodnim odlikama	2015.	Nema informacija

#### Strateški plan razvoja Opštine Andrijevica 2012. – 2017. godine

Opština Andrijevica ima veoma povoljne uslove za razvoj čitavog spektra savremenih vidova turizma. Dosta dobro očuvane prirodne vrijednosti planina Komova, Bjelasice i Prokletija sa živopisnim dolinama rijeka pružaju mogućnosti razvoja raznih vrsta planinskog turizma kao što je: sportsko-rekreativni, zdravstveni, katunski, planinarenje, lov, ribolov itd. Turističko naselje Eko katun je prvi projekat iz oblasti održivog turizma i ekologije, i predstavlja početnu fazu razvoja eko-turizma na području opštine.

U okviru SWOT analize ekonomsko proizvodnog sistema, jedna od prepoznatih snaga je potencijal za razvoj ruralnog turizma, dok jednu od mogućnosti prepoznatih u istom okviru predstavlja korišćenje planinskih katuna za razvoj turizma. Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

Aktivnosti:	Vremenski okvir:	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x)/ Obrazloženje
Izrada programa prenamjene planinskih objekata za potrebe turizma	4 mjeseca	x
Izrada projektne dokumentacije za izgradnju Eko katuna Rujišta	6 mjeseci	✓
Donošenje odluke o formiranju turističke organizacije	1 mjesec	✓
Izrada projektne dokumentacije za elektrifikaciju sela	4 mjeseca	✓



**Strateški plan razvoja opštine Pljevlja 2013. – 2018. godine**

Prirodni i ambijentalni uslovi, prirodne ljepote sa prostranstvima šuma, pašnjaka i livada pružaju sve mogućnosti za razvoj ruralnog turizma, posebno na područjima uz gornji tok i na lijevoj strani rijeke Čehotine, od izvorišta do granice sa Republikom Srpskom - BiH. Dio teritorije opštine Pljevlja, koji obuhvata kanjon rijeke Tare, duž desne pritoke Drage, nalazi se unutar granica Nacionalnog parka Durmitor, koji je upisan u spisak svjetske prirodne baštine UNESCO. Površina u opštini Pljevlja iznosi 76,5 km<sup>2</sup> i zahtijeva određeni režim zaštite, ali isto tako ima veliki potencijal za razvoj ruralnog turizma.

Veliki prostor ruralnog područja je nedovoljno pokriven turističkom infrastrukturom, pogotovo u brdsko-planinskom području. Preko područja opštine planirani su i definisani panoramski putevi i staze za hodanje na krpeljama, što će obogatiti turističku ponudu ruralnog dijela opštine Pljevlja. Lokaliteta koji su prepoznati kao zone pogodne za razvoj ruralnog, agroturizma i ekoturizma (uz ostale vrste turizma kao što je vjerski, sportsko-rekreativni, itd.), na osnovu smjernica lokalnih i nacionalnih strategija, su: Ljubišnja, Vrulja-Maoče, Đurđevića Tara, Kosanica, Bobovo, planina Kovač, Kozica i dolina Kozičke rijeke. U svim ovim područjima potrebno je obezbijediti potrebnu infrastrukturu i smještajne kapacitete, kako u organizovanom seoskom smještaju (u domaćinstvima), tako i u objektima koji se mogu izgraditi u turističke svrhe (obnova zapuštenih objekata, pansioni, planinarske kuće, etno sela, i sl.).

Etnogastronomija predstavlja poseban dio kulturne baštine koji takođe može donijeti veliku korist turizmu. Prepoznavanje tipičnih, tradicionalnih jela koji se pripremaju na tradicionalan način u određenim krajevima opštine može voditi ka njihovoj valorizaciji i uvršćivanju u ugostiteljsku ponudu. U pojedinim prilikama moguće je po principu otvorene kuhinje organizovati učešće turista u procesu pripreme tradicionalnih jela. Intenzivnije integrisanje formiranih staza u turističku ponudu i definisanje staza tipa: putevi sira, meda i sl. U okviru SWOT analize, kao prednosti ekonomsko proizvodnog sistema su prepoznati potencijali za razvoj turizma (ruralnog, eko, lovnog, zdravstvenog, sportsko-rekreativnog, itd.).

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Rok:	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x)/ Obrazloženje
Uklanjanje nelegalnih smetlišta i organizovan odvoz čvrstog otpada iz vangradskog područja	2 godine	*
Uređenje Borovičkog jezera i kupališta	18 mjeseci	X Rudnik uglja i dalje vrši eksploataciju uglja na tom području
Izrada Elaborata o zaštiti geografskog porijekla pljevaljskog sira	3 godine	✓ U maju 2017. godine, pljevaljski sir je dobio status sira sa zaštićenom oznakom porijekla od strane Ministarstva poljoprivrede i ruralnog razvoja, a u skladu sa Zakonom o šemama kvaliteta poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda.
Osnivanje otkupno-distributivnih centara na ruralnom području	5 godina	x
Diversifikacija ekonomskih aktivnosti u ruralnim sredinama		*
Vodovodna infrastruktura seoskog područja		* Izgradnja vodovoda Brvenica, Boljanići, Mataruge u toku radovi
Osnivanje biznis centra i opštinske biznis zone	3 godine	*
Etno selo Kosanica	5 godina	X
Razvoj ruralnog turizma	5 godina	

		Kontinuiran rad svih navedenih subjekata kroz razne mjere za unapređenje ponude, promociju, podsticaj i razvoj ruralnog turizma
Unapređenje promocije turističke ponude	5 godina	Kontinuiran rad svih navedenih subjekata (TO Pljevlja, Ministarstvo održivog razvoja i turizma, NVO sektor, Ministarstvo poljoprivrede, ribolovna i lovačka udruženja, biciklistički i planinarski klub) kroz razne mjere za unapređenje ponude, promociju, podsticaj i razvoj ruralnog turizma
Ruralni razvoj		X kandidovan - nije odobren
Javni rad Uređenje vidikovaca		✓
Razvoj održivih praksi za zaštitu, promociju i upravljanje prirodnim resursima		X
Unapređenje turističke ponude u oblasti rekreativnog turizma		X kandidovan - nije odobren

### Strateški plan razvoja opštine Plužine 2012. – 2017. godine

Postojeći prirodni resursi su realna mogućnost za kvalitetniji život građana opštine Plužine kao i osnova razvoja turizma na ovom području. Nedostaju efikasnije mjere i široko rasprostranjena svijest, kao i razumijevanje potrebe za zaštitom životne sredine i prirodnih resursa.

U okviru ekonomskih ciljeva predstavljenih u okviru Strateških ciljeva u prioritarnim mjerama po sektorima, prvi cilj se odnosi na povećanje kvantiteta (smještajnih kapaciteta, infrastrukture) i kvaliteta (usluge, smještaj, infrastruktura) turističke ponude. Ono što se u okviru ovog cilja dalje navodi kao mjera je utvrđivanje i primjena kriterijuma podsticajnih mjera u okviru nadležnosti lokalne samouprave za podršku osnivanju i poslovanju turističke privrede. Navodi se da će, pored povoljnije pozicije u prostorno-planskim dokumentima, lokalna samouprava osmisliti i dodatni paket podsticajnih mjera, među kojima se kao značajna mjera za ruralni turizam ističu: oslobađanje od obaveze plaćanja lokalnog poreza za seoska poljoprivredna i turistička domaćinstva; učešće u rješavanju komunalne infrastrukture za objekte sa turističkim sadržajima; oslobađanje od poreskih dažbina iz nadležnosti lokalne samouprave u prvim godinama rada turističkih kapaciteta.

U okviru cilja „stvaranje uslova za povećanje kvaliteta/kvantiteta proizvodnje zdrave hrane individualnih poljoprivrednih proizvođača i zadruga“ kao mjera navodi se Povezivanje/umrežavanje poljoprivrednika/poljoprivrednih proizvođača sa turističkom privredom. U ovoj oblasti postoji ogroman potencijal. Turisti su zainteresovani da konzumiraju domaću hranu i piće. Napori u razvoju turizma moraju stvarati povoljnosti i poljoprivrednim proizvođačima i omogućiti im da prošire tržište za svoje proizvode. Vrlo često poljoprivrednici i turistički poslenici nijesu svjesni potrebe za međusobnom saradnjom. Kvantitet i kvalitet proizvoda mora odgovarati zahtjevima sektora turizma i moraju biti dostupni u dato vrijeme. U tom smislu, potrebna je bolja komunikacija i saradnja poljoprivrednih proizvođača i turističkih poslenika.

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Rok:	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x) / Obrazloženje
Modernizacija i prekategorizacija putnog pravca Nedajno - Sušica (5,5 km)	12 meseci	✓
Rekonstrukcija i asfaltiranje lokalnog puta Bezuje - Dubrovsko (4,5 km)	8 mjeseci	x Nedostatak finansijskih sredstava
Izgradnja regionalnog puta Plužine - Gacko (BiH), dionica Muratovica - granica sa opštinom Gacko (oko 17 km).	24 mjeseca	x Nedostatak finansijskih sredstava
Djelimična sanacija regionalnog putnog pravca Plužine – Žabljak	8 mjeseci	x Putni pravac je u nadležnosti Direkcije za saobraćaj
Rekonstrukcija i asfaltiranje lokalnog puta Borikovača – Brštanovica (6,5 km)	12 mjeseci	✓
Modernizacija lokalnog puta: rekonstrukcija i asfaltiranje lokalnog Stabna – Malo Stabanjsko jezero (3,5km)	10 mjeseci	x Nedostatak finansijskih sredstava
Izgradnja makadamskog puta neposredno do Trnovačkog jezera dužine cca 15 km	24 mjeseca	x Nedostatak finansijskih sredstava
Turistička signalizacija na području opštine	6 mjeseci	✓
Uređenje vidikovaca i staza do srednjevjekovnih gradova Soko-grad na Šćepan Polju i Taban-grad u Stabnima	10 mjeseci	* Uređenje vidikovca za Soko-grad je završeno a za Taban grad nije.
Izgradnja i opremanje šetačke staze u naselju Plužine relacija Rosulje – Gradac	12 mjeseci	x Nedostatak finansijskih sredstava
Uređenje staze, izgradnja odmorišta i vidikovca na lokalitetu Odrag u Nikovićima	12 mjeseci	✓
„Održivi prekogranični razvoj opština Foča i Plužine“		*

### Strategija integrisanog ruralnog razvoja opština Foča i Plužine 2015. - 2020.godine

Opština Plužine je u okviru svojih strateških planova istakla poljoprivredu i turizam kao najznačajnije pravce razvoja. Primjetan je i trend da turisti izbjegavaju da posjećuju komercijalizovana mjesta već teže posjeti mjestima sa očuvanom životnom sredinom, zdravom hranom i netaknutom prirodom. Upravo je to šansa za razvoj. Spoj turizma i sela predstavlja dobitnu kombinaciju u turističkoj ponudi opštine Plužine. S obzirom na to da se opština Foča geografski naslanja na opštinu Plužine u Crnoj Gori, međusobno povezivanje u turizmu, ruralnom razvoju, poljoprivredi, očuvanju i zaštiti prirode, nameće se kao zajednička obaveza i uslov održivog razvoja. Potvrdio je to i Projekat prekogranične saradnje koji su ove dvije lokalne zajednice realizovale u periodu 2013. – 2015. godine.

Najveći dio privatnog sektora je uglavnom fokusiran na turističke aktivnosti, kao što su rafting kampovi, etno sela, itd.

U okviru SWOT analize, kao jedna od snaga prepoznatih u ovom regionu ističu se Prepoznatljivi turistički proizvodi (rafting, NP Sutjeska, NP Durmitor, kampovi i etno sela, itd.). Sa druge strane, kao jedna od slabosti ističe se nedovoljan stepen povezanosti između različitih sektora, naročito između poljoprivrede i turizma.

U okviru Strateškog prioriteta 2: Razvoj infrastrukture, ističe se Strateški cilj 2.1. - Razvoj putne infrastrukture: Strateški cilj 2.1: Razvoj putne infrastrukture. Strateški cilj podrazumijeva projekte, aktivnosti i mjere koje se odnose na rješavanje problema putne infrastrukture u ruralnim područjima, kako na relaciji urbani centri – seoska područja, tako i do turističkih lokacija i do područja gdje se obavljaju značajne privredne aktivnosti (npr. do većih poljoprivrednih farmi, katuna i sl.).

### Strateški plan razvoja opštine Bijelo Polje 2017. – 2021. godine

Razvoj turizma u Bijelom Polju ide u pravcu razvoja ruralnog i etno turizma, što, obzirom na potencijale opštine, predstavlja veliku razvojnu šansu. U tom smislu, treba naglasiti značaj izgrađenih etno sela kod Tomaševa i u Dobrinju. U Ravnoj Rijeci uz rijeku Bistricu i na Kiselim vodama u Nedakusima, na ušću Bistrice u Lim u mirnom ambijentu daleko od buke dovoljno zaklonjene od bliskih magistralnih saobraćajnica, u blizini trgovačkih i ugostiteljskih objekata nalaze se povoljne lokacije za turističke kampove koji mogu privući značajan broj posjetilaca i ovu djelatnost učiniti ekonomski i ekološki održivom.

Prostornim planom „Bjelasica i Komovi“ definisani su budući pravci razvoja planinskog, ljetnjeg i zimskog turizma u kombinaciji sa poljoprivrednom proizvodnjom, drvoprerađom i proizvodnjom energije na bazi vjetra.

Povećanje organske proizvodnje (zdrave hrane) treba da bude supstitut ostale proizvodnje gdje god je to moguće jer se to pozitivno reflektuje i na razvoj turizma, a time i na stvaranje veće vrijednosti poljoprivredne proizvodnje.

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Rok:	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x)/ Obrazloženje
Izvođenje Svete biciklističke trke međugranični MRT maraton	2017. – 2021.	X Neće se održati iz tehničkih razloga.
Rekonstrukcija vodovoda Županjac	oktobar – novembar 2017.	* U toku je realizacija prve faze i javni poziv za radove druge faze.
Završetak izgradnje vodovoda u Zmincu	2017.	* U toku je realizacija prve faze i priprema tendera za javni poziv za radove druge faze.
Valorizacija planine Bjelasice kao turističke destinacije	5 godina	* U toku je realizacija prilaznog puta Ravna Rijeka (M2 ) do Lalinske Kose sa mostom na rijeci Ljuvovidji u dužini oko 400m. Urađen je put Lalinska Kosa-Jasikovac u dužini oko 4.5 km. Ugovoreni radovi za put Jasikovac-Cmiljača u dužini oko 8.85 km. Trenutno se radi na dionici puta od Jasikovca prema Cmiljači dužine 1040 km. U toku su pripremni radovi za projektovanje i izgradnju lifta Z7 / D6C u dužini od 1148 m i skijaških staza S-2 dužine 1250 m i staze S-1 dužine 1653m. U toku je priprema tenderske dokumentacije za projektovanje privremenih objekata na donjoj stanici žičare Z7/D6C. U toku je izrada glavnog projekta vodosnabdijevanja baznog naselja Cmiljača, dužina primarnog voda iznosi 6.1 km sa izradom sabirnog bazena iznad baznog naselja Cmiljača i kaptažama u mjestu Bardov Do.
Rekonstrukcija niskonaponske mreže na selu	01.01.- 31.12. 2017. godine	* U kontinuitetu se vrši rekonstrukcija niskonaponske mreže na seoskom području
Asfaltiranje gradskih saobraćajnica i lokalnih puteva	2018. - 2021. godine	* U toku je popravka asfalta na pojedinim lokalnim putevima.

#### Strateški plan opštine Kolašin 2010. – 2015. godine

Spoj održivog razvoja i turističke ponude predstavlja glavni pokretač ekonomskog razvoja opštine Kolašin. Osnovnu razvojnu prepreku predstavlja sezonalnost u turističkoj ponudi (zimski turizam), siva ekonomija, nepostojanje udruženja turističkih privrednika kao i zapostavljenost Moračkih planina i Sinjajevine u turističkoj ponudi.

U okviru Strateškog cilja 4: Organska proizvodnja, kao Specifični cilj 4.1 navodi se promocija organske proizvodnje. Najbitniji ciljevi u poljoprivrednoj proizvodnji opštine Kolašin će biti: povećanje raspoloživih poljoprivrednih površina, povoljni agroekološki uslovi, zainteresovanost poljoprivrednika za primjenu novih dostignuća tehnologije u poljoprivredi, postojanje infrastrukture na selu (voda, struja, put), postojanje velikog broja stočnih farmi, lokaliteta za razvoj ruralnog turizma. Nadalje u okviru Strateškog cilja 5: Socijalni razvoj, kao Specifični cilj 5.5 navodi se razvoj ljudskih resursa. Jedan od operativnih ciljeva navedenih u okviru ovog cilja je Obrazovanje kadrova u sektoru poljoprivredne proizvodnje i razvoja ruralnog područja. Cilj obuhvata projekte koji su vezani za razvoj ljudskih resursa u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja. Projekti bi se ticali osposobljavanja nove i postojeće radne snage za rad u poljoprivredi i ruralnom turizmu i usklađivanja postojećeg obrazovnog sistema sa potrebama razvoja ovog sektora.

U okviru akcionog plana, pod stavkom koja se tiče održivog turizma, navodi se da je potrebno organizovati obuke o specifičnim turističkim uslugama (eko-turizam, ruralni turizam, spa, wellness turizam, itd.)

Napomena: Nova strategija je u nacrtu.

Strateški plan razvoja opštine Žabljak 2017-2021

U organizovanoj proizvodnji ekološke tj. organske hrane sa prepoznatljivom markom i eko oznakom, Durmitorsko područje može biti atraktivno i za eko turizam i izvoz eko proizvoda iz domaćinstva.

Prioriteti razvoja u kontekstu NP Durmitor podrazumijevaju: turizam, uključujući i specifičnu ponudu ruralnog turizma i dinamičan razvoj poljoprivrede orijentisane posebno na razvoj stočarstva.

Diversifikacija turističke ponude kroz razvoj različitih vrsta turizma je prepoznata kao jedna od šansi za dalji razvoj. U okviru prioriteta 1 - Unapređenje turističke ponude i diversifikacija, prepoznati su sljedeći ciljevi:

- definisanje lokacije za postavljanje mobilnih drvenih objekata višestruke namjene, u funkciji turizma;
- izgradnja planinarskih domova i etno sela;
- proizvodnja/prodaja suvenira

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Rok:	Status (u toku */ završen ✓/nije završen x)/ Obrazloženje
Izmještanje dijela puta Žabljak - Tepca	2 godine	* U toku su pripremni radovi, izvođač uveden u posao
Asfaltiranje puta Marina dolina - Radovan luka	4 godine	X Još uvijek nema aktivnosti na ovom projektu
Adaptacija mosta na Tari	3 godine	* Obezbijeđena donacija; U toku izrada projektne dokumentacije
Elektrifikacija katuna Ograde	2 godine	X Još uvijek nema aktivnosti po pitanju ovog projekta;
Rekonstrukcija vodovodnog sistema Žabljaka i dovođenje vode za osnježavanje na Savinom kuku	3 godine	* Urađen projekat za rekonstrukciju gradskog dijela vodovodnog sistema; u toku izrada projektne dokumentacije za dovođenje prelivnih voda sa Modrog jezera za potrebe osnježavanja na skijalištu; očekuje se uplata avansa od strane MORiT kako bi radovi, na dijelu za koji je urađen projekat, mogli da počnu;
Izgradnja vodovoda „Krš“	4 godine	* Dvije faze završene, u toku je tenderska procedura za treću fazu;
Izgradnja fekalnih kanalizacija u dijelu naselja Tmajevca, Pečića ograda, naselja iznad hotela MB, fekalne kanalizacije od hotela Durmitor do Ravnog Žabljaka	3 godine	* Završena izgradnja kanalizacija u naselju Pečića ograda, naselja iznad hotela MB; U toku izgradnja fekalne kanalizacije u dijelu naselja Tmajevca; u toku pripreme aktivnosti koje prethode izradi projektne dokumentacije za kanalizaciju od hotela Durmitor do Ravnog Žabljaka
Izgradnja druge faze postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda	3 godine	* U toku su pripreme za raspisivanje tendera za izradu studije za nastavak gradnje kanalizacija i II faze prečišćavača otpadnih voda
Uređenje postojećih skijališta („Savin kuk“ i „Javorovača“) i stavljanje u funkciju skijališta Štuoc	5 godina	* Očekuje se odabir izvođača za nabavku nove žičare i izradu 4 km skijaških staza; u toku su radovi na izgradnji pristupnog puta u dužini 1,5 km, nakon čega će uslijediti izgradnja parkinga za dnevne posjetioce;

Izgradnja energetski efikasnog objekta turističke organizacije, sa suvenirnicom i izložbenim prostorom	2 godine	* Trenutno se vrše izmjene i dopune DUP-a, nakon čega će uslijediti javna rasprava, a u cilju definisanja urbanističke parcele sa namjenom koja će odgovarati gradnji ovog objekta; Izgradnja objekta je planirana državnim budžetom za 2018. godinu
Definisanje lokacije za postavljanje mobilnih drvenih objekata višestruke namjene u funkciji turizma	2 godine	X Još uvijek nema aktivnosti po pitanju ovog projekta;
Izgradnja planinarskih domova i etno sela	2 godine	* Kako najveće interesovanje vlada za lokalitete u okviru Nacionalnog parka, upućena je inicijativa prema Parku, kako bi se razmotrile zakonske mogućnosti
Organizovanje obuke i formiranje tima za pisanje projekata za EU fondove	6 mjeseci	* Napravljen okvirni dogovor sa Zajednicom opština Crne Gore, koja vrši obuku; u toku pripreme aktivnosti za formiranje tima;
„Valorizacija crnogorskih katuna kroz održivi razvoj poljoprivrede i turizma-KATUN	2015.-2017.	√
Projekat „Sinjajevina”		* Predstoje dogovori u vezi sa uspostavljanjem Regionalnog parka Sinjajevina; završena je izrada projektne dokumentacije za asfaltiranje puta preko planine;

#### Strateški plan razvoja opštine Šavnik 2012. – 2017.godine

Pored velikih prirodnih turističkih potencijala (zimski turizam, ljetnji turizam, lovni turizam, agrokomplementarni turizam, vjerski turizam i njihove modifikacije), turizam kao privredna grana u Šavniku je na jako niskom stepenu razvoja. Osnovnu razvojnu prepreku predstavlja neadekvatna putna infrastruktura.

Akcionim planom je planiran projekat „izrada DUP-a MZ Pošćenje“ (obuhvata Petnjicu, Pridvoricu i Komarnicu). Projektom će se obuhvatiti cijela teritorija MZ Pošćenje čime će se sačuvati ruralna tradicionalna arhitektura i spriječiti građenje netipičnih objekata. Takođe će se omogućiti razvoj turizma, stočarstva i poljoprivrede bez ugrožavanja životne sredine. Postoji mogućnost razvoja ruralnog, planinskog i ekstremnog turizma (rafting, kanjoniranje i alpinizam), a ovo se prvenstveno odnosi na Pošćenje i predio Komarnice. Postoji potencijal za razvoj poljoprivrede i stočarstva, a naročito u Komarnici i dijelu Petnjice.

#### Strateški plan razvoja opštine Rožaje za period 2014. – 2020. godine

Opština Rožaje je prepoznata kroz strateška dokumenta kao turističko područje na kojem treba podržati razvoj agroturizma, eko turizma, izletničkog turizma (između ostalih vrsta turizma kao što su skijaški turizam, pješačenje i planinarenje, planinski biciklizam, lov i ribolov, itd.). Da bi se razvijao planinski oblik turizma, neophodno je izgraditi na više mjesta planinarske domove, eko-katune, pješačke i biciklističke staze kao i manje porodične firme za proizvodnju zdrave hrane.

U okviru Prioriteta 2: Razvoj prioritarnih privrednih sektora, razvoj turizma je istaknuta kao Mjera 2.2. - Izrada studije za ruralni i eko turizam je istaknuta kao bitna stavka za postizanje ovog cilja.

## JUŽNI REGION

### Strateški plan opštine Tivat 2012. – 2016. godine

Neiskorišćena oblast za dalji razvoj je i ruralni eko turizam, koji bi se kroz razvoj poljoprivrednih gazdinstva u ambijentalnim cjelinama opštine Tivat mogao razvijati. Slaba je i motivisanost za bavljenje poljoprivredom zbog nepovoljnog sistemskog položaja poljoprivrede. U okviru Prioriteta 4: Konkurentna privreda, privlačenje investicija i stvaranje stimulativnog ambijenta za dalji razvoj turizma i komplementarnih djelatnosti, a u okviru Mjere 4.2: Razvoj održive poljoprivrede i komplementarnih djelatnosti na tradicionalnim osnovama i razvoj ribarstva i marikulture, ističe se Projekat. – Unapređenje ruralnog turizma kroz donošenje strategije ruralnog razvoja.

Pregled planiranih i realizovanih projekata koji se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Status (u toku */ završen ✓/ nije završen x):
Nastavak Izgradnje vodovodne infrastrukture, faza III	✓
Izgradnja glavnog projekta rezervoara za Gradiošnicu, Đuraševiće, Đurđevo brdo	* Projekat djelimično realizovan. Izrađen rezervoar u Gradiošnici.
Izgradnja cjevovoda Đurđevo brdo-Pod kuk	X Realizacija projekta nije otpočela.
Izrada plana reorganizacije ViK	✓
Izrada plana i sanacija tzv. „šumskih puteva“	✓
Izgradnja biciklističkih staza i punktova duž cijele Opštine	✓
Donošenje strategije razvoja turizma	Nadležno ministarstvo sugerisalo je organu lokalne uprave da umjesto strategije razvoja turizma donosi jednogodišnje akcijske planove o pripremi turističkih sezona.
Izrada projekta brendiranja Tivta	✓
Obnavljanje stare i postavljanje nove turističke signalizacije	✓
Unapređenje turističkih proizvoda i usluga kroz njihovu specijalizaciju/diversifikaciju	✓
Unapređenje ruralnog turizma kroz donošenje strategije ruralnog razvoja	✓
Razvoj ruralnih sredina kroz ekoturizam i ekopoljoprivredu	X Za realizaciju ovog projekta nijesu odobrena sredstva od strane EU fondova.
Razvoj ruralnog prostora: razvoj preduzetništva i tradicionalnih zanata – osnivanje kreativnih centara za zanatske djelatnosti	X Realizacija projekta nije otpočela zbog slabe zainteresovanosti.
Obezbeđivanje subvencija, smanjenje naknada i poreskih olakšica za pojedine privredne grane	✓
Unapređenje funkcionisanja mikrokreditnog fonda za kreditiranje preduzetnika, mikro i malog biznisa	✓
Edukacija preduzetnika o važnosti uvođenja standarda kvaliteta	✓
Organizovanje zajedničkog učešća opštine, privrednika i investitora na domaćim i međunarodnim sajmovima privrede	✓
Formiranje opštinskog tima za pisanje i upravljanje projektima EU	✓
Razvoj mehanizama za saradnju i koordinaciju između lokalne samouprave, privrednih društava i organizacija civilnog društva	✓
Očuvanje tradicionalne kulturne baštine (folklor, tradicionalnih muzičkih instrumenata i sl.)	✓



### Strategija ruralnog razvoja do 2020. godine opštine Tivat

U ruralnim područjima opštine Tivat, registrovano je više domaćinstava koji se bave pružanjem usluga smještaja turistima ali nijedno domaćinstvo nije registrovano kao seosko domaćinstvo, te u tom smislu ne možemo govoriti o postojanju domaćinstava koja se bave pružanjem ugostiteljskih usluga u seoskom domaćinstvu. Donošenjem Strategije ruralnog razvoja opštine, stvoriće se mogućnosti za razvoj ruralnog turizma u određenim njegovim segmentima.

Da bi ostvarili sve ono što je predviđeno u viziji Strategije za period 2014. do 2020. godine, neophodno je definisati prvo opšte, a zatim i posebne strateške ciljeve: postizanje konkurentnosti, poboljšanje kvaliteta života u ruralnom području, stvaranje novih radnih mjesta, poboljšanje kvaliteta proizvoda, bolja promocija i informisanost o mogućnostima ruralnog razvoja, promocija ekološke proizvodnje, očuvanje i unapređenje ruralne infrastrukture, zaštita kulturnog nasleđa, održivost u upravljanju resursima, prilagođavanje ciljeva ruralne politike standardima EU, privlačenje turista.

Unapređenje održivog razvoja ruralnih područja – Pružanje podrške ruralnom razvoju putem unapređenja infrastrukture, mjerama podrške raznim aktivnostima na selu (agroturizam, kultura, obrazovanje), ostvarivanjem programa usmjerenih na jačanje kapaciteta regionalnih i lokalnih institucija za podršku ruralnom razvoju i putem podrške lokalnim inicijativama (otkud god one dolazile), ukoliko one doprinose ruralnom razvoju.

Investiranje u ekonomske aktivnosti na selu kroz podršku nepoljoprivrednim djelatnostima u ruralnom području – Ruralni razvoj podrazumijeva poljoprivredne djelatnosti i nepoljoprivredne aktivnosti koje se odnose na unapređenje života na selu. Ovom mjerom se vrši promocija razvoja ruralnog turizma, domaće radinosti, tradicionalnih zanata, i slično. Uloga ove mjere ogleda se u sprovođenju aktivnosti i unapređenju nepoljoprivrednih i pratećih poljoprivrednih aktivnosti. Ova mjera je socijalnog karaktera i odnosi se na unapređenje uslova života na selu podizanjem životnog standarda seoskog stanovništva. (str.36)

Ponuda ruralnog turizma u opštini Tivat treba da se bazira na boravku u tradicionalnim smještajnim kapacitetima, učešću u seoskim radovima, pješačenju, vožnji biciklom, degustaciji gastro ponude iz domena tradicionalnih proizvoda (riba, vino, pršut, sir, maslinovo ulje, med...), edukacija i direktno učešće u pripremanju samih proizvoda.

Niz gastronomskih manifestacije koje se organizuju u opštini Tivat, a koje se baziraju na lokalnoj hrani i autohtonim proizvodima, su veoma dobro sredstvo za animiranje turista za dolazak u ruralno područje. Takođe, značajan motiv za posjetu ruralnom području su i manifestacije koje promovišu kulturno nasljeđe, običaje, folklor, stare zanate, itd.

Turizam u ruralnom području (ruralni ili agroturizam) treba da zaživi i bude važan faktor za produžetak turističke sezone. Ugostiteljski i smještajni kapaciteti u ruralnom području treba da budu savremeno opremljeni i po kvalitetu izjednačeni sa onima na morskoj obali. Iako su ulaganja u renoviranje objekata veoma zahtjevan finansijski poduhvat, podsticajne mjere moraju biti kvalitetne i stimulativne.

**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

Pregled planiranih i realizovanih projekata:

Projekat:	Status (u toku */ završen ✓/ nije završen x):
Akcioni plan renoviranja postojećih ruiniranih kuća i ostataka seoskih kuća u svrhu pružanja turističkih i/ili ugostiteljskih usluga u ruralnom području opštine Tivat	* U toku svake godine raspisuje se poziv za korišćenje sredstava za renoviranje starih objekata u ruralnom području opštine Tivat
Akcioni plan opremanja ugostiteljskog, turističkog ili smještajnog objekta u svrhu pružanja ugostiteljskih, turističkih i/ili ugostiteljskih usluga u okviru ruralnog razvoja	* U toku svake godine raspisivaće se poziv za korišćenje sredstava u svrhu definisanu u ovom akcionom planu
Akcioni plan finansiranja kupovine opreme neophodne za proizvodnju autohtonih proizvoda koji će osim kao osnovna djelatnost, biti u funkciji turizma posebnih interesa u ruralnom području i stvaranja novih brendova po kojima će Tivat biti prepoznat i kao agroturistička destinacija i koji će se koristiti pri pružanju turističkih i/ili ugostiteljskih usluga u ruralnim područjima opštine Tivat	* U toku svake godine raspisuje se poziv za korišćenje sredstava u svrhu definisanu u ovom akcionom planu
Akcioni plan podizanja zasada voća i povrća koji će se koristiti pri pružanju turističkih i/ili ugostiteljski usluga u ruralnim područjima opštine Tivat	* U toku svake godine raspisuje se poziv za korišćenje sredstava u svrhu definisanu u ovom akcionom planu
Akcioni plan uređenja terena, bašte, livade ili vidikovca u sklopu domaćinstva, a u funkciji pružanja turističkih i/ili ugostiteljskih usluga u ruralnom području opštine Tivat	* U toku svake godine raspisuje se poziv za korišćenje sredstava u svrhu definisanu u ovom akcionom planu
„Agro baza - AgroGeo.me, baza koja je proistekla iz realizacije IPA projekta „Performing the Integrated Environmental Management Plan at local level in the Shkodra Lake Ecosyste-EMA Plan" koji je Opština Tivat od NVO „Green Home" preuzela na besplatno korišćenje u toku ove godine. Baza sadrži podatke poljoprivrednika, sa vrstom proizvodnje, lokacijom, količinom proizvoda i Google mapom. U toku je rad na inoviranju ove baze koja će sadržati i baner „online pijace" sa podacima poljoprivrednog proizvođača. Aktiviranje Agro-baze je planirano u toku 2015. godine u saradnji sa Biotehničkim fakultetom. Baza će biti dostupna na sajtu Opštine Tivat, na sajtu Turističke organizacije Tivat i na sajtu Komunalnog preduzeća (koji gazduje pijačnim lokacijama)“	* Baza je bila aktivna samo jednu godinu. Biotehnički institut trebao je inovirati bazu u skladu sa primjedbama korisnika. Nakon čega će Opština da preuzme održavanje i upravljanje bazom
„Baština-pokretač razvoja“	✓
Održivi razvoj turizma posebnih interesa „Sud Sit“	✓

**Strateški plan razvoja opštine Kotor 2013. – 2017. godine**

U okviru Prioriteta 2 – Razvoj ekonomskih aktivnosti, kao Mjera 4 ističe se Razvoj ruralnog turizma. U okviru ove mjere ističu se sljedeće aktivnosti:

- Izrada plana očuvanja i valorizacije ruralnih područja u turističkim programima;
- Izrada podsticajnih programa za razvoj ruralnog turizma, planinarenja, planinskih šetnji i vožnji bicikla, paraglajdinga, ekstremnih sportova i organizovanje seoskih manifestacija, oleoturističkog i agroturističkog karaktera;
- Izrada mape mjesta od posebnog značaja za odmor i rekreaciju: katalozi, brošure, mape za ljubitelje seoske prirode i maslina.

Pregled planiranih i realizovanih projekata koji se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Rok:	Status (u toku */ završen ✓/ nije završen x):
Izrada Strategije razvoja poljoprivrede	2014.	X Opština Kotor nema usvojenu Strategiju razvoja poljoprivrede, niti ima započetih aktivnosti na izradi iste.
Izrada studije o vrsti, obimu i rasprostranjenosti smještajnih kapaciteta (hoteli, privatni smještaj, kampovi...) u zaštićenoj zoni	2013. - 2015.	X Projekat nije završen, do sada je urađen samo koncept studije o razvoju smještajnih kapaciteta za mlade - hostela.
Izrada projekta pristupa i posjete lokalitetima koji do sada nijesu bili turistički valorizovani	2013. - 2015.	* Od strane TO Kotor, zajedno sa Sekretarijatom za zaštitu prirodne i kulturne baštine pokrenuta je inicijativa za izradom projekta pristupa i valorizacije praistorijskih crteža u Lipcima. Ud Uprave za zaštitu kulturnih dobara traženi konzervatorski uslovi. Iz razloga nedefinisanih vlasničkih odnosa nije bilo moguće dobiti urbanističko tehničke pa ni konzervatorske uslove. Za sada ovaj lokalitet nije adekvatno valorizovan.
Izrada koncepta novih kulturnih sadržaja i programa u turističke svrhe	2013. - 2015.	* Ovaj projekat je u toku, ove sezone će se u Kotoru održati prvi festival mediteranske muzike i festival folklor.
Izrada Strategije razvoja turizma opštine Kotor	2016.	X Da bi se pristupilo izradi Strategije razvoja turizma neophodno je prethodno izraditi kvalitetan Strateški plan opštine Kotor na koji će se naslanjati Strategija razvoja turizma.
Izrada studije očuvanja i valorizacije ruralnih područja u turističkim programima	2013. - 2015.	X I ova tema će takođe biti razrađena kroz budući strateški plan opštine Kotor i strategiju razvoja turizma.
Stvaranje podsticajnih programa za razvoj ruralnog turizma, planinarenja, planinskih šetnji i vožnji bicikla, ekstremnih sportova, organizovanje seoskih manifestacija, oleoturističkog i agroturističkog karaktera i slično	2013.- 2017.	* TO Kotor i Opština Kotor su u avgustu 2017. godine organizovali manifestaciju „Svi na Crkvice" sa ciljem da se makar na kratko vrijeme oživi ovaj prelijepi dio kotorske opštine i da se animiraju građani, a i turisti da posjete ovaj dio kotorskog zaleđa. Ideja je da ova manifestacija postane tradicionalna.
Izrada mape mjesta od posebnog značaja za odmor i rekreaciju: katalozi, brošure, mape za ljubitelje seoske prirode i maslina	2013. - 2017.	X Priprema promotivnog materijala je u toku. Do sada je TO Kotor izdala mapu pješačkih staza na Vrmcu, a u

		narednom periodu u planu je izrada mape pješačkih staza kotorskog zaleđa.
Evidentiranje, dokumentovanje, valorizacija i prezentacija kulturne i prirodne baštine	2013. - 2017.	

#### Strateški plan razvoja opštine Budva 2013. – 2018.godine

Osnovna privredna grana Budve biće i dalje održivi turizam (ruralni - porodični, eko, sportsko-rekreativni, zabavni, visoki, naučni, kongresni, nautički...), koji obuhvata obrazovanje i obuku, razvoj i organizaciju turizma, turističke agencije, preduzeća, manje ugostiteljske objekte, te podrazumijeva pravilno usklađen, postupno kreiran turistički razvoj baziran na (tradicionalnim) vrijednostima ovog područja.

Opština Budva se u prethodnom periodu suočavala sa bitnim ograničenjima u okviru turističke ponude, a sektori koje posebno prepoznaju kao one na čijem poboljšanju moraju raditi su saobraćajna i komunalna infrastruktura, poboljšanje postojeće ponude i prilagođavanje iste savremenim zahtjevima tražnje i strukturnim promjenama u njoj.

Riječ je, prije svega, o naporima i aktivnostima usmjerenim ka unapređenju postojećih vidova odmarališno-rekreativnog, sportsko-rekreativnog, nautičkog, poslovno-kongresnog, etnološkog i ruralnog turizma, sa značajnim povećanjem trajanja turističke sezone. Pored ovog osnovnog strateškog dokumenta, postoji potreba za izradom strateških dokumenata poput: Strategije razvoja turizma opštine, Strategije ruralnog razvoja opštine, kao i Plana upravljanja prirodnim dobrima. Osim toga, postoji potreba za izradom jedinstvenog informacionog sistema opštine (zasnovanog na GIS-u i drugim srodnim tehnologijama), kao „živog“, otvorenog sistema, koji bi integrisao sve prostorno-planske podatke.

U okviru SWOT analize, kao neke od slabosti u oblasti ekonomskog razvoja navode se: nepotpunost strateškog pristupa u razvoju turizma i nedovoljna iskorišćenost zaleđa za razvoj poljoprivrede i turizma. U istom ovom okviru, neke od slabosti koje su prepoznate u oblasti saobraćajne i javne infrastrukture su: nedovoljna izraženost saobraćajne i vodovodne infrastrukture u ruralnom i planinskom području i nedovoljna saobraćajna izgrađenost i povezanost u ruralnom i planinskom području. Sa druge strane, jedna od mogućnosti koja je prepoznata u okviru ekonomskog razvoja je obogaćivanje i promocija raznovrsne turističke ponude, posebno u pogledu nautičkog, kulturnog, izletničkog i eko turizma kao i povezivanje ruralnog i morskog turizma. Ruralni turizam nije u dovoljnoj mjeri razvijen, iako postoje dobri uslovi u selima na obali i brdsko-planinskom zaleđu. Eko turizam ima izuzetne potencijale kroz organizovanje brojnih izleta u kombinaciji sa kvalitetnim smještajem.

#### Strateški plan razvoja opštine Ulcinj 2015. – 2020. godine

Oko 32 kilometra jadranske obale predstavljaju najvažniji ekonomski i privredni resurs ove opštine. Turizam je najznačajnija privredna grana. U Ulcinju su pored plažnog još zastupljeni: sportski, zdravstveni, ruralni i lovni turizam. Ostale vrste turizma, kao što su kulturni, ekološki i agro-turizam, iako imaju odličnu perspektivu, i dalje su manje razvijene i zastupljene. Ovo za posljedicu ima ograničavanje sezone na samo tri mjeseca (od juna do avgusta). Opština Ulcinj ima turistički potencijal koji nije dovoljno valorizovan. Nedostatak fokusiranog usmjerenja, odnosno strateškog okvira definisanih i prioriternih oblasti u kojima bi se djelovalo, dovodi do usporenog razvoja turizma, uz limitirano korišćenje postojećih resursa, što rezultira ad hoc razvojem i sprovođenjem projekata koji ne daju maksimalni uticaj. U cilju definisanja strateških smjernica i prioriteta za razvoj turizma, opština Ulcinj namjerava da pristupi pripremama za izradu Smjernica (Strategije) održivog razvoja turizma opštine Ulcinj do 2020. (uključujući plan aktivnosti sa mjerama diversifikacije i unapređenja turističke ponude). Strategija će biti pripremljena kroz široku participaciju i uključivanje svih zainteresovanih strana, kako bi se obezbijedio konsenzus odnosno podrška u kasnijim periodima sprovođenja. Strategija održivog razvoja turizma mora se bazirati na ovim ključnim resursima i pravcima razvoja turizma: masterplan za razvoj Velike plaže i Ade Bojane, Ekološki turizam na Valdanosu i Solani kao i ruralni turizam na Šaskom Jezeru.

**STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE**

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

<b>Projekat:</b>	<b>Rok:</b>	<b>Status (u toku */ završen ✓/nije završen x):</b>
Izrada Smjernica (Strategije) održivog razvoja turizma opštine Ulcinj do 2020. (uključujući plan aktivnosti sa mjerama diversifikacije i unapređenja turističke ponude)	12 mjeseci	X Urađen je samo strateški plan opštine, projekat nije završen.
Registracija i kategorizacija smještajnih kapaciteta u opštini Ulcinj	12 mjeseci	* Sekretarijat za ekonomiju, u skladu sa Zakonom o turizmu i ugostiteljstvu, bavi se kategorizacijom smještajnih kapaciteta.
Realizacija pilot projekta – Uređenja privatnog smještaja, nukleusa po naseljima	36 mjeseci	X Zbog nedostatka finansijskih sredstva.
Stvaranje uslova za razvoj i promociju razvoja ruralnog turizma – model difuznih hotela – pilot projekat	36 mjeseci	* Privatni investitori još nijesu počeli investicije. Postoje urbanistički planovi za izgradnju hotelskih kompleksa za ruralni turizam.
Izgradnja turističkog centra za izlete, zabavu, rekreaciju i posmatranje prirode u Valdanosu	18 mjeseci	✓ Napravljen vidikovac u Valdanosu i u Stegvasu. Ovo je finansirala NTO, a projekat je trajao oko 3 godine.
Valorizacija i razvoj kulturno- istorijskog i vjerskog turizma	Najmanje 48 mjeseci - kontinuirani proces	* U toku je projekat od strane Ministarstva kulture i JP Centar za Kulturu Ulcinj za Valorizaciju Svaca.
Razvoj plovnog, nautičkog i izletničkog turizma	Najmanje 36 mjeseci	✓ Postoje linije za izletnički turizam (obilazak rijeke Bojane, velika Plaža - Mala Plaža). Plovne linije održavaju privatni preduzetnici.
Razvoj novih vrsta turizma kroz iskorišćavanje turističkih potencijala u opštini Ulcinj	Najmanje 36 mjeseci	* Razvoj kulturnog turizma stari grad Svač, promovisanje Starog Grada kroz istoriju Servantesa.
Stvaranje i promocija turističkog Brenda opštine Ulcinj	Najmanje 24 mjeseci	* Očekuje se rebrendiranje turističkih potencijala Crne Gore na osnovu čega će biti pokrenuta inicijativa za Brendiranje Ulcinja kao turističke destinacije.
Unapređenje virtualnog marketinga	Šest mjeseci, konstantni proces	x
Zaštita geografskog porijekla proizvoda i brendiranje	Kontinuiran proces	x Tokom tekuće godine će biti pokrenuta inicijativa za brendiranje geografskog porijekla autohtonih poljoprivrednih proizvoda kao što su: mandarina, smokve, lubenica i sl.
Stvaranje uslova za izgradnju Centra za otkup i plasman poljoprivrednih proizvoda	Trajno	* Privatni proizvođači iz Štoja imaju sopstveni otkup za mandarine. U toku je investiranje kompanije Voli u Svač za izgradnju otkupnih Centara za poljoprivredne proizvođače.
Otvaranje Biznis Centra u Opštini Ulcinj	4 godine	X Određena je lokacija po generalnom planu.

STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA CRNE GORE SA AKCIONIM PLANOM DO 2023. GODINE

Izgradnja infrastrukture za biznis zonu i promocija i definisanje paketa podsticajnih mjera	5 godina	X Samo je predviđeno planom, nije ništa rađeno po pitanju infrastrukture.
Razvoj Klastera i promovisanje značaja klasterskog udruživanja	4 godine	X Tokom sljedeće godine opština Ulcinj će pokrenuti projekat udruživanja klastera u maslinarstvu.
Izrada programa kreditne podrške razvoju turizma, poljoprivrede i preduzetništva	Trajno	√ Potpisani su memorandumima sa Investiciono razvojnim fondom Crne Gore.
Izgradnja bazena Brajša	24 mjeseca	Urađen projekat ali nisu završni imovinsko pravni odnosi.
Projekat 43: Izgradnja i rekonstrukcija gradskih i prigradskih saobraćajnica	Redovne aktivnosti	Svake godine se radi rekonstrukcija gradskih ulica I znakova u gradu
Projekat 44: Edukacija i podizanje nivoa ekološke svijesti u opštini	12-60 mjeseci	2018. realizovan projekat NVO Uba i opštine Ulcinj za edukaciju i podizanje nivoa ekološke svijesti u opštini.
Projekat 55: Osnivanje Kancelarije za saradnju sa civilnim sektorom u opštini Ulcinj	12-24 mjeseca	Otvorena je kancelarija za IPA projekte, a u sekretarijatu za društvene djelatnosti je predviđeno ko radi sa civilnim sektorom u opštini.
Formiranje Tima za evidenciju i analiziranje stanja u privatnim domaćinstvima, koje će biti nadležno i za aktivnosti edukacije i raspodjele brošura o naplati boravišne takse, načinu registracije smještaja i kaznama za neprijavlivanje gostiju. - Akcioni plan za pripremu turističkih sezona, 2013. godine	mart 2013.	Djelimično završen Lokalna turistička organizacija svake godine štampa brošure u cilju edukacije i raspodjele brošura o naplati boravišne takse, načinu registracije smještaja i kaznama za neprijavlivanje gostiju. Brošure su svakome dostupne na info punktovima lokalne turističke organizacije.

**CENTRALNI REGION**

**Strateški plan razvoja glavnog grada – Podgorice 2012. – 2017. godine**

Strateškim planom je prepoznat potencijal za razvoj ruralnog turizma kroz razvoj eko-turizma koji se može realizovati u planinskim djelovima Podgorice (Veruša, Radovče, Lukavica, Prokletije). Povezivanje sela i katuna sa proizvodnjom organske, tradicionalne hrane, kao i sa proizvodnjom narodnih rukotvorina u jedinstvenu ugostiteljsku ponudu. U tom smislu su prepoznati sljedeći potencijali/lokacije koje treba valorizovati:

- Veruša – potencijal za razvoj planinskog turizma, zimskih sportova i cjelogodišnjih aktivnosti;
- Područje Žijovo i Korita obuhvatiti ponudom u pogledu planinskog turizma, uz obavezan razvoj putne infrastrukture;
- Kučka sela, sa svojim katunima, predstavljaju značajan potencijal za razvoj ruralnog turizma i etno sela;
- Radovče – planinsko rekreaciono područje na kome je moguće napraviti manje skijalište, trim stazu i druge sadržaje za rekreaciju;
- Lukavica – katunsko područje koje ima potencijal za lovni turizam; (str.55)
- Selo Opasanica – agro-ekološka i agro-turistička osnova za razvoj ruralnog turizma;
- Kanjon Cijevne – mogućnosti za razvoj eko turizma (kao potencijalni spomenik prirode).

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Rok:	Status (u toku */ završen ✓/ nije završen x) / Obrazloženje
Popularizacija, promocija i prezentacija organskih proizvoda	2014.	TO Podgorice pružila je logističku podršku izložbeno-sajamskom događaju koji se tiče promocije organske proizvodnje i lokalnih proizvoda, koji se organizovao u Glavnom gradu pod pokroviteljstvom Ministarstva poljoprivrede.
Promocija „Vinskih cesti“	2013.- 2016.	TOP u saradnji sa Sekretarijatom za preduzetništvo aktivno učestvovala u marketinškim aktivnostima na promociji i distribuciji kataloga „Vinske ceste“ koji je uključio ponudu vinskih proizvođača Podgoričkog regiona.
Organizovanje salona vina „Monte Vino“	2017.	Nema informacija
Program „Agro Is“	2017.	Nema informacija
Uzgoj i zaštita divljači (povezivanje sa turizmom)	2012.- 2013.	Nema informacija
Izgradnja Lovачkog doma na Barutani sa pratećim sadržajima i lovnim objektima	2017.	Nema informacija
Unošenje divljači u lovišta za potrebe lovnog turizma	2017.	Nema informacija
Turistička valorizacija Kučkih katuna	2014.	Nema informacija
Izgradnja hotela i motela za djecu na Veruši i namjenskog hotela visokog standarda sa specijalizovanim programom za zdrav život (organska hrana i sportsko rekreativne aktivnosti)	2017.	Nema informacija
Podsticaj izgradnje i promocija privatnog smještaja	2014.	TO Podgorice u koordinaciji sa Sekretarijatom za preduzetništvo, formirala bazu izdavaoca privatnog smještaja na području Glavnog grada, izradila promo materijal i instalirala link za privatni smještaj na web portalu TOP-a.
Stimulisanje razvoja alternativnih vrsta turizma	2014.	Promocija staza za pješčenje/hiking u zaleđu Glavnog grada.

Izrada studije izvodljivosti za uređivanje naselja Sinjac uz obalu Malog Blata, Vranjine i Pohuma	2015.	Nema informacija
Organizovanje festivala, manifestacija i takmičenja	2017.	TOP je organizovao i podržao brojne događaje i manifestacije sa akcentom na promociju kulturnih i tradicionalnih vrijednosti Glavnog grada u cilju afirmacije Podgorice kao turističke destinacije.

#### Strateški plan razvoja opštine Nikšić 2014. – 2019. godine

Razvoj ruralnog turizma je jedan od glavnih ciljeva u razvoju poljoprivrede Nikšića, kao i diversifikacija djelatnosti na selu (podsticanje tradicionalne kućne radinosti, zanata). Ruralni turizam, boravak na selu, aktivno učešće u životu seoskog domaćinstva, upražnjavanje aktivnosti u prirodi, učešće u narodnim igrama i degustacija lokalnih proizvoda velika su šansa za razvoj opštine Nikšić. Prelijepa sela, domaći proizvodi i gostoljublje važni su preduslovi za ovu ponudu. S druge strane potencijal za razvoj ovog vida turizma ogleda se kroz povezivanje poljoprivrede sa turizmom i plasman tradicionalnih proizvoda skoro isključivo kroz turizam čime se značajno upotpunjuje turistička ponuda.

Pregled planiranih i realizovanih projekata koje se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Rok:	Status (u toku */ završen ✓ / nije završen x) / Obrazloženje
Rekonstrukcija regionalnog puta Petrovići – Vračenovići – granica BiH	12 mjeseci	U toku - radovi se privode kraju
Izgradnja i rekonstrukcija puta Krnja Jela-Bare Bojovića-Kapetanovo Jezero	24 mjeseca	Nije završen
Izvođenje radova na izradi sistema tehničke zaštite objekata vodosnabdijevanja	12 mjeseci	Završeno
Izrada baze podataka poljoprivrednih resursa koristeći GIS	155 dana	Djelimično - obučeni radnici
Diverzifikacija ekonomskih aktivnosti u ruralnim područjima Nikšića	140 dana	Kontinuirano - edukacija ruralni turizam - studentske posjete
Podrška promociji domaćih proizvoda	210 dana	Kontinuirano - promotivno prodajne lokalne i regionalne manifestacije
Izgradnja vještačkih akumulacija vode kao podrška selima u bezvodnim krajevima opštine Nikšić.	135 dana	Kontinuirano
Strategija razvoja turizma opštine Nikšić	16 mjeseci	Nije završeno
Promocija turističkih potencijala opštine Nikšić		Redovne aktivnosti kroz projekat, izrađena info brošura, turistička signalizacija, prisustvo sajmovima
Razvoj i unapređenje posebnih turističkih proizvoda		Kontinuirano - festivali
Valorizacija turističkih potencijala opštine Nikšić		U toku
Povezivanje turističkog sektora sa ostalim sektorima lokalne privrede		Kontinuirano - razvoj ruralnog turizma, kulturnog i sportskog
Jačanje kapaciteta za korišćenje dostupnih fondova Evropske Unije i drugih međunarodnih fondova i institucija		Kontinuirano
BIRDWATCHING (posmatranje ptica)	18 mjeseci	Nema informacija
Stalna edukacija opštinskih timova za pisanje i upravljanje projektima EU i projektima drugih međunarodnih fondova ili institucija	2 i po godine	Kontinuirano



**Strateški plan razvoja Prijestonice Cetinje 2012. – 2016. godine**

Prepoznatljiv turistički potencijal Prijestonice je bogato historijsko nasleđe, koje se pored Cetinja može vidjeti na Njegušima i Rijeci Crnojevića. Takođe, pored izvanrednih prirodnih ljepota, akvatorijum Skadarskog jezera je bogat kulturno-istorijskim spomenicima, od kojih znatan broj potiče iz srednjeg vijeka. Međutim, turistički potencijali Prijestonice do sada nijesu dovoljno iskorišćeni. Smještajni kapaciteti nijesu zadovoljavajući za dinamičniji razvoj turizma, a ponuda nije dovoljno razgranata s obzirom na turističke resurse koji postoje. Stoga, potrebno je stvarati raznovrsniju turističku ponudu kroz brži razvoj i povezivanje svih segmenata u turistički proizvod, odnosno razvijati ruralni, agro, planinski, kulturni, hodočasni, sportski kao i druge vidove turizma. Takođe, u cilju privlačenja većeg broja gostiju, posebno onih veće platežne moći, potrebno je produžiti turističku sezonu i kreirati kvalitetniju ponudu.

U okviru SWOT analize, jedna od šansi koje su prepoznate u okviru oblasti ekonomskog razvoja su novi trendovi u turizmu (vjerski, ruralni, eko-turizam, kulturni).

Pregled planiranih i realizovanih projekata koji se tiču razvoja ruralnog turizma:

Projekat:	Opis projekta
Rekonstrukcija lokalnih i nekategorisanih puteva: 1. Magistrala Cetinje-Podgorica – Dobrsko selo (2,5km) 2. Han Mašanovića-Građani (11,5km) 3. Lastva čevska-Markovina (9,5km) i 4. Kuk-Krstac (4,5km).	Rekonstrukcija četiri lokalna puta na teritoriji Prijestonice podrazumijeva modernizaciju djelova putnih pravaca, čime bi se dobila brža i efikasnija povezanost sa mjesnim zajednicama, postrojenjima za vodosnabdijevanje i susjednim opštinama. Realizacijom ovog projekta Prijestonica Cetinje će unaprijediti komunalnu infrastrukturu, povećati protočnost lokalnog, turističkog i tranzitnog saobraćaja, kao i značajno unaprijediti uslove za razvoj poljoprivredne proizvodnje, ruralnog turizma i povratak građana na seoska domaćinstva.
Revitalizacija jednog od 14 mlinova u selu Poseljani (turistička valorizacija)	Projektom je obuhvaćena rekonstrukcija jednog od mlinova i njegovo opremanje, što bi potencijalnim posjetiocima nudilo mogućnost da se upoznaju sa autentičnim narodnim neimarstvom i načinima privređivanja, a istovremeno, uključivanjem lokalnih zajednica, povećalo mogućnost plasiranja autohtonih proizvoda. Dobar primjer iz regiona je revitalizacija vodenica u mjestu Brzeće na Kopaoniku, gdje posjetioci, osim upoznavanja sa starim načinom mljevenja žita mogu i kupiti brašno.

**Strateški plan razvoja opštine Danilovgrad 2012. – 2018. godine**

Razvoj turizma dobija posebno na značaju u posljednjim godinama, u pogledu zastupljenih privrednih grana. Oblici turizma koji postaju posebno značajni su: vjerski, planinski, tranzitni, izletnički, sportski, ruralni.

Opština Danilovgrad je prepoznala svoje resurse i kapacitete u oblasti planinskog i ruralnog turizma (kao i svoju tranzitnu poziciju, blizinu mora i planina i izgrađene vjekovne svetišne objekte) ali još uvijek nisu uspjeli da valorizuju navedeni potencijal. Stoga su izradili Strategiju razvoja turizma do 2020. godine, u cilju definisanja i stvaranja preduslova i osmišljavanja turističke ponude i njenog interaktivnog uticaja na razvoj drugih djelatnosti, povećanje zaposlenosti i socio-ekonomskog položaja građana opštine. Pri svemu tome računa se na pomoć NTO, MORT, te saradnju sa opštinskim turističkim organizacijama i turističkim agencijama iz okruženja.

Razvoj turizma u opštini Danilovgrad je u povoju. Postoje uslovi za razvoj, prije svega kulturnog, a zatim planinskog, ruralnog, izletničkog, sportskog i tranzitnog turizma. Manastir Ostrog, manastir Ždrebaonik, Glava Zete, Studeno, Ponikvica, Vukotica i sl. su najvažnije turističke destinacije u opštini. Tu spadaju i najvažnija arheološka nalazišta, Spuška tvrđava, Gradina i druge važne turističke destinacije. Izgradnja turističke infrastrukture (put Ostrog – Ždrebaonik i drugih puteva, izgradnja etno sela, hotela, biciklističkih staza, prostora za kampovanje i sl. su od izuzetnog značaja za razvoj ove djelatnosti. Rješavanje jezera na Ponikvici je takođe izuzetno značajno. Posebna pažnja posvetiće se eko-katunima, rekonstrukciji Doma na Studenom, izgradnji lovačkih šumarskih kućica. Razvoj ove djelatnosti se mora cjelovito programski sagledati čemu se već pristupilo kroz izradu posebne strategije.

U okviru strateških prioriteta ističu se sljedeći aspekti u vezi sa razvojem ruralnog turizma:

- Stimulacije za preradu poljoprivrednih proizvoda;
- Definisane prostora za kampovanje (G. Zete, Tunjevo, Studeno, Ponikvica, Vukotica);
- Revitalizacija katuna Ponikvica i Vukotica;
- Izgradnja lovačkih kućica, hranilišta, pojilišta, čeka i osmatračnica, (str.81);
- Izgradnja saobraćajne i turističke signalizacije;
- Razvoj ljudskih resursa u oblastima poljoprivrede i ruralnih područja, organske poljoprivredne proizvodnje, turizma;
- Unapređenje katuna Sinjajevina i Lukavica;
- Izgradnja puteva, vodovoda i solarnih sistema;
- Izgradnja etno sela i proizvodnja eko hrane;
- Sakupljanje i plantažni uzgoj ljekovitog bilja i šumskih plodova;
- Revitalizacija kompleksa „Glava Zete“;
- Pulsirajuća žičara „Glava Zete-Ostrog“

Ruralni turizam sa različitim nivoom usluga, programa podtipova (agroturizam, etnoturizam, i sl.) treba da prati razvoj sela, a u ovom kontekstu, posebno planinsko – katunski ljetnji turizam može imati šansu.

Program podsticaja ruralnog područja i katuna i stimulacije za preradu poljoprivrednih proizvoda obuhvata:

- Projekat za preradu voska i proizvodnju satnih osnova;
- Izradu studije o mogućnostima proizvodnje eko hrane po vrsti i obimu;
- Promociju i edukaciju o organskoj proizvodnji;
- Standardizaciju i sertifikaciju organske poljoprivredne proizvodnje;
- Formiranje Udruženja proizvođača organske poljoprivredne proizvodnje;
- Registraciju privatnog smještaja i podsticaje za izgradnju smještajnih kapaciteta;
- Izgradnju alternativnih izvora energije (solarni sistemi) na katunima i ruralnom području;
- Detaljni urbanistički plan naselja „Eko city“.

### **Strategija razvoja turizma u opštini Danilovgrad do 2020. godine**

Kao jedan od prioriteta daljeg razvoja turizma u opštini Danilovgrad, sa aspekta održivog razvoja, ističe se: razvoj turizma na ruralnom području opštine, sa posebnim osvrtom na raznovrsnu ponudu turistima u domaćoj radinosti, što ujedno omogućava razvoj seoskih naselja i razvoj turizma (agro-turizam, eko-turizam, etno sela i kampovi). Nosioци turističke ponude, za dalji razvoj, prema preporukama iz razvojnih strategija, na lokalnom i nacionalnom nivou treba da svoju strategiju ponude usmjere na:

Podizanje nivoa, raznovrsnosti i kvaliteta ponude i proizvoda zavisno od različitih zahtjeva ciljnih grupa. Naša ponuda je (za sada) mala, ali osim postojeće, treba inovirati i specijalizovati ponude koje se odnose na mogućnosti naših destinacija, to su: kulturni i vjerski turizam, usluge vezane za prirodu i zabavu na seoskom, ruralnom, izletničkom i planinskom prostoru, ispunjavanje zahtjeva UNWTO, tzv. „3E“ (zabava, uzbudjenje, iskustvo).

Umjesto klasične turističke ponude (prevoz, smještaj, hrana), treba ponuditi specifičnosti, koje osim osnovnog sadržaja nude mir, odmor, čist ambijent, neuobičajena iskustva i doživljaje, iznenađenja, zadovoljstvo, zabavu, posebnost ambijenta i slično.

Kako bi se postigli ciljevi i mjere Strategije, potrebna je diverzifikacija smještajnih kapaciteta i unapređenje rekreativnih aktivnosti za odmor (porodične ponude na seoskom i planinskom prostoru) uz njihovo kombinovanje i unapređenje.

Razvojni prioriteti (koji se tiču ruralnog turizma) su:

- Izgradnja novih smještajnih kapaciteta i obezbjeđivanje uslova za popunu postojećih i njihovu modernizaciju ili dogradnju (izgradnju manjih porodičnih pansiona, lovačkih i šumarskih kuća, uređenje katuna, planinarskih domova, kampova, i sl.);
- Rekonstrukcija, modernizacija i izgradnja infrastrukture (saobraćajne i komunalne), sa ciljem da se područje razvija i iskoriste raspoloživi resursi, prije svega u proizvodnji eko-hrane (zdravstveno bezbjedne i sertifikovane hrane), koja bi se direktno nudila turistima. Na ovaj način se obezbjeđuje poboljšanje standarda građana i stvaraju se uslovi za aktiviranje seoskih domaćinstava i povratak mladih na selo („izvoz na pragu“);
- Ključna osobina turističke ponude, osim duhovne baštine, bazira se na prirodnim ljepotama (turizam zasnovan na prirodi) i aktivnostima u prirodi, prije svega u ruralnim sredinama, planinskim izletištima i planinskim katunima, ili kombinacijom svih ovih vrijednosti;
- Ruralni turizam, u svemu tome, ima ili će imati značajan udio, kroz različite nivoe usluga i programa kao što su: agro-turizam, etno-turizam, eko-turizam, lovni i sportsko rekreativni turizam, izletnički i zdravstveni turizam, kulturni turizam.

Ruralni turizam temelji se na aktiviranju i motivisanju seoskih domaćinstava za ulaganje u razvoj turizma na seoskom području (agro-turizam, etno turizam). Turistička ponuda ove vrste (naročito inostranim turistima) može biti veoma privlačna, najčešće kao integralni dio ukupne turističke ponude ruralnog, predplaninskog, katunskog i planinskog prostora. Održivost ove vrste ponude je vezana za turiste-ljubitelje prirode, uz očuvanje prirodnih potencijala i čovjekove okoline.

U okviru razvojnih zona, oblasti koje se ističu kao prioritete zone u prostoru za razvoj turizma (a koje se posebno tiču ruralnog turizma) u opštini Danilovgrad su: Kompleks objekata na Glavi Zete (turistički, rekreativni, proizvodni); Naselje Orja Luka (prostor za različite turističke i proizvodne programe, kampovanje i etno selo); Ruralna naselja, niži brdsko-planinski pojas (razvoj poljoprivrede i agro-industrije, ruralnog i eko-turizma, eko-poljoprivreda i eko turizam); Naselja u pojasu Bjelopavličke ravnice (poljoprivreda i agroindustrija, visoko-standardni smještajni kapaciteti, brendovi, i sl.); Viši brdsko-planinski pojas Vukotica, Studeno (turizam u vikend naseljima, planinskim kućicama i katunima, domovima, šumarskim kućama, lovačkim kućama, kampovima); Pojas visokih planina koji čine: Ponikvica, Prekornica, Sinjavina, Lukavica, Štitovo (turizam na katunima, eko-turizam i eko-poljoprivreda).

U okviru Operativnog cilja 1: Obezbeđivanje potrebne infrastrukture u pravcu postizanja Strateškog cilja „kvalitet umjesto kvantiteta“, navedena je Mjera 1.3: Uticaj na povećanje kvaliteta ponude i standarda u postojećim ugostiteljskim i smještajnim kapacitetima i razvoj visoko-kvalitetnih smještajnih kapaciteta, kao Prioritet 1.3.3. naveden je – Podrška privatnom sektoru i domaćinstvima na ruralnom području u smislu organizovanja obuke i treninga u pravcu analize tržišta i privlačenja turista.

U okviru Operativnog cilja 5: Uključivanje lokalnog stanovništva u turističku privredu „Interni marketing“, a u sklopu mjere 5.3 – Povezivanje sektora turizma sa drugim sektorima lokalne privrede, navodi se da proizvodnja eko-hrane (eko-poljoprivreda) za potrošnju u hotelima i lokalnim restoranima može da dovede do intenzivnije poljoprivredne proizvodnje i povećanja prihoda u ovoj oblasti, a da ovaj potencijal postoji u kombinaciji poljoprivrede i turizma, naročito u na ruralnom području.

**Prilog 4:** Pregled karakteristika ruralnih turističkih aranžmana nekih od organizatora putovanja

PAKET ARANŽMAN/ PROIZVOD	AKTIVNOSTI	DODATNE USLUGE	LOKACIJA	SMJEŠTAJ	TRAJANJE
Multi-activity villa holiday	hajking, kajaking, degustacija vina, plivanje, obilazak pećina, posmatranje ptica, gastronomske ture, časovi kuvanja	Turistima su u sklopu ture obezbijeđene usluge prevoza, smještaja, i svi obroci su uključeni u paket aranžman. Pored toga, obezbijeđene su usluge kvalifikovanog vodiča 24/7, a ta osoba je zadužena za preuzimanje turista na lokaciji po njihovom izboru, a kasnije i vožnju nazad do aerodroma.	Skadarsko jezero	Turisti borave u Villa Miela koja je u privatnom vlasništvu vlasnika agencije Undiscovered Montenegro	8 dana
Multi-activity holiday in the north of Montenegro	hajking, mountain bajking, rafting kanjonom rijeke Tare, zip-line	Turistima su u sklopu ture obezbijeđene usluge prevoza, smještaja, i svi obroci su uključeni u paket aranžman. Pored toga, obezbijeđene su usluge kvalifikovanog vodiča 24/7, a ta osoba je zadužena za preuzimanje turista na lokaciji po njihovom izboru, a kasnije i vožnju nazad do aerodroma.	Ture se organizuju na sjeveru Crne Gore, i to na sljedećim lokacijama: Vrh Ogorela glava, Biogradsko jezero/Bendovac, kanjon Nevidio, kanjon rijeke Tare, Durmitor/vrh Prutaš	Turisti mogu da izaberu da li će da odsjedaju u tradicionalnim etno selima ili u seoskim domaćinstvima. Takođe, turistima se nudi mogućnost biranja luksuznog paketa usluga. Sljedeći smještajni kapaciteti su uključeni u ponudu: Apartmani Mirović, Nevidio eko selo, Apartmani Zvono. Luksuzne opcije u pogledu smještaja uključuju: Four Points Sheraton u Kolašinu, Hotel Žabljak na Žabljaku i Apartmani Zvono u Plužinama.	Postoji mogućnost biranja jednog od dva programa: 1. tura u trajanju od 3 do 4 noći; 2. tura u trajanju od sedmicu dana.
Best of Montenegro Active Holiday	Prvih 7 noći se provode na Skadarskom jezeru, a aktivnosti u toku tih dana obuhvataju hajking do prirodnih izvora, pećina i ribarskih sela, plivanje u	Turistima su u sklopu ture obezbijeđene usluge prevoza, smještaja, i svi obroci su uključeni u paket aranžman. Pored toga,	Rijeka Crnojevića, Žabljak Crnojevića, Virpazar, Murići,	Villa Miela, Apartmani Mirović, Etno selo	10/11 dana do 14 dana,

	predjelima sa vodopadima, kajaking i degustacije vina. Drugi dio ture obuhvata 3-7 noći na sjeveru Crne Gore, pri čemu turisti mogu izabrati trajanje ovog dijela odmora (3, 4 ili 7 noći), a takođe mogu napraviti izbor i u pogledu smještaja, pri čemu im se nudi mogućnost boravka u tradicionalnim etno selima i kućerima na katunima, kao i mogućnost noćenja u luksuznim hotelima.	obezbijeđene su usluge kvalifikovanog vodiča 24/7, a ta osoba je zadužena za preuzimanje turista na lokaciji po njihovom izboru, a kasnije i vožnju nazad do aerodroma.	Kotor, Kolašin, Bjelasica/Ogorela glava, Biogradsko jezero, Biogradska gora/vidikovac Bendovac, kanjon Nevidio, Dragišnica (hajking od Dobrog dola, pored rijeke Komarnice do Boljske grede), vrh Prutaš, kanjon rijeke Tare	Nevidio, Apartmani Zvono	po izboru turista
Montenegro/Bosnia holiday (novo u ponudi od 2018. godine)	4 dana aktivnosti - dvije pješačke ture u Bosni (Lukomir i Diva Grabovica), jedna pješačka tura u Crnoj Gori (NP Durmitor) i rafting rijekom Tarom. Osim navedena 4 dana aktivnosti, program obuhvata i 3 dana obilaska Mostara i Sarajeva, starog grada Počitelj i Vrelo Bune.	Turistima su u sklopu ture obezbijeđene usluge prevoza, smještaja, i svi obroci su uključeni u paket aranžman. Pored toga, obezbijeđene su usluge kvalifikovanog vodiča 24/7, a ta osoba je zadužena za preuzimanje turista na lokaciji po njihovom izboru, a kasnije i vožnju nazad do aerodroma.	Mostar, Vrelo Bune, Počitelj, Diva Grabovica, Sarajevo, šetnja od Umoljana do Lukomira, rafting rijekom Tarom, hajking do vrha Prutaš.	Pansion Kandilj, Pansion Umoljani, Apartmani Zvono	8 dana
Rivers, lakes and canyons of the North	kajaking, vožnja privatnim brodom u trajanju od 4 sata, hajking, obilazak seoskih domaćinstava, obilazak panoramskih predjela, rafting.	rent-a-car usluge u trajanju od 8 dana su uključene u cijenu, transfer od i do aerodroma, lični i sertifikovani vodič, pomoć i podrška na terenu 24/7 - sva komunikacija sa turistima se odvija na engleskom jeziku, osiguranje za ekskurzije.	Skadarsko jezero, Manastir Morača, Prokletije, Plav, Durmitor, Pivsko jezero, Bogumili, kanjon rijeke Komarnice, rafting na rijeci Tari	seoska domaćinstva u predjelu Skadarskog jezera (3 zvjezdice), smještaj u oblasti Komova, smještaj u planinskoj kolibi u Prokletijama, seosko domaćinstvo u Plužinama	8 dana
Luxury Escape in Montenegro	obilazak lokacija od istorijskog, kulturnog i vjerskog značaja, ručak/večera na poljoprivrednim gazdinstvima koja se bave organskom proizvodnjom/domaćinstvima, hajking, kratko krstarenje.	rent-a-car usluge u trajanju od 8 dana su uključene u cijenu, transfer od i do aerodroma, lični i sertifikovani vodič, pomoć i podrška na terenu 24/7 - sva	Herceg Novi, Manastir Ostrog, Bokokotorski zaliv Cetinje, Skadarsko jezero, Manastir Beška, ostrvo	gostionica u Herceg Novom, hotel ili apart hotel u Kotoru (Stari grad), luksuzni smještaj u domaćinstvu na	8 dana

		komunikacija sa turistima se odvija na engleskom jeziku, osiguranje za ekskurzije.	Grmožur, crnogorski Nijagarini vodopadi	Skadarskom jezeru, hotel u Kolašinu ili Podgorici	
Deluxe Honeymoon in Montenegro	hajking, obilazak kulturnih i istorijskih spomenika, obilazak vinarija, obilazak vodopada, mušičarenje, planinarenje, džip safari.	transfer od i do aerodroma, lični i sertifikovani vodič, pomoć i podrška na terenu 24/7 - sva komunikacija sa turistima se odvija na engleskom jeziku, osiguranje za ekskurzije.	Herceg Novi, Manastir Savina, Bokokotorski zaliv, Perast, Kotor, Gospa od Škrpjela, Vrmac, Skadarsko jezero, ostrvo Grmožur, Kuči, Manastir Morača, Prokletije, Bjelasica, Biogradska Gora/Crna Glava	gostionica u Herceg Novom, hotel ili apart hotel u Kotoru (Stari grad), domaćinstvo u blizini Skadarskog jezera, hotel u Podgorici ili Kolašinu, bed & breakfast drvena koliba u blizini Andrijevice,	12 dana
Montenegro Discovery/Boating/Hiking/Winin & Dining	hajking, obilazak jezera brodom, autom ili pješke, obilazak vinarije,	rent-a-car usluge u trajanju od 5 dana su uključene u cijenu, transfer od i do aerodroma, lični i sertifikovani vodič, pomoć i podrška na terenu 24/7 - sva komunikacija sa turistima se odvija na engleskom jeziku, osiguranje za ekskurzije.	Virpazar, Skadarsko jezero		5 dana
A Canyon Adventure	kanjoning, pješačka tura, hajking,	transfer od i do aerodroma, lični i sertifikovani vodič za kanjoning, sertifikovani vodič za planinarenje, sigurnosna oprema za kanjoning, pomoć i podrška na terenu 24/7 - sva komunikacija sa turistima se odvija na engleskom jeziku, osiguranje za ekskurzije.	Kanjon Nevidio, Kanjon rijeke Mrtvice, Kanjon rijeke Cijevne	Drvena koliba na planini, apart hotel u Podgorici (4 zvjezdice), domaćinstvo u blizini Skadarskog jezera.	5 dana
The Balkan Lynx Expedition	obilazak terena i postavljanje foto zamki kako bi uočili Balkanskog risa	međunarodni tim eksperata za floru i faunu obilazi teren sa turistima u potrazi za Balkanskim risom, cjelokupan materijal i uređaji koji su potrebno za studiju (foto zamke, GPS uređaji), ulaznice za NP, osiguranje	NP Prokletije, Hajla	katun u NP Prokletije, hotel u Podgorici.	10 dana

The most unique exciting and beautiful hikes in one unique expedition	hajking, planinarenje, posmatranje divljih životinja	vođa ekspedicije tokom cijelog putovanja, transferi od i do aerodroma, planinski vodič, obavezno osiguranje, ulaznice za nacionalni park.	Komovi, NP Biogradska Gora, kanjon Cijevne, Karanfil-skriveni dragulj NP Prokletije, Hridsko jezero, katun Vezirova brada, Kučki kom	tradicionalne kuće u planini.	9 dana
Call on the Forgotten Towns	pješačka tura, ručak u ribarskom selu, obilazak kulturnih i istorijskih spomenika i predjela	transfer do i od polazne tačke.	Žabljak Crnojevića, Vranjina, Ostrvo Lesendro, Godinje, Murići, Ostros, Prečista Krajinska		1 dan
Discover Diveristy of Ulcinj	obilazak grada, plivanje, ručak, pješačka tura	smještaj u hotelu/privatnom smještaju na zahtjev gosta, transfer do i od polazne tačke.	Valdanos, poluostrvo Mendra, Ulcinj-Stari grad		1 dan
Cijevna canyon and ancient breath of Medun	hajking, ručak, obilazak mjesta od istorijskog značaja	transfer do i od polazne tačke.	selo Deljaj, Kučka korita, restoran Stara kuća, stara tvrđava Medun, Memorijalni muzej-Marko Miljanov		1 dan
Fairy lake behind the mountains	planinarenje/hajking	transfer do i od polazne tačke	selo Guzevalje, vrh Treskavac, Bukumirsko jezero		1 dan
Religious heritage of Podgorica	obilazak manastira, pećina, pješačka tura		Manastir Dajbabe, Gorica, Crkva Hristovog Jevanđelja		1 dan
Conquer an ancient fortress and a meal beneath Niagara	pješačka tura, obilazak kulturno-istorijskih spomenika		Žabljak Crnojevića, Medun, kanjon Cijevne		

Traditional honey making in Old Royal Capital	obilazak Cetinja i kulturno-istorijskih spomenika u gradu		Cetinje		1 dan
Gaze into the eyes of Mountains	hajking, džip safari				1 dan
Sailing in the calmer waters	krstarenje jezerom, plivanje, obilazak Skadarskog jezera, obilazak srednjovjekovnih manastira, ribarskih sela		Skadarsko jezero, Grmožur, Virpazar		1 dan
Highlands on horseback	jahanje konja		ranč - za početnike Bukumirsko jezero - za turiste koji imaju iskustva sa jahanjem konja		1 dan
Can you keep a secret?	obilazak vinarije				1 dan
Hut to Hut Nordic Backcountry Ski Touring	treking, skijanje	obučeni vodič za skijanje na planini, procjena sposobnosti tokom prvog dana skijanja, staze i rute prilagođene vještinama pojedinaca, slanje pomoći po pozivu, transferi od i do aerodroma	Sinjajevina, Bjelasica, Komovi - mogućnost izbora	planinske kolibe	5-6 dana
Bushcraft Mountain Adventure	vožnja kvadovima (off-road), snalaženje u prirodi (različite metode paljenja vatre, pronalaženje i upotreba kresiva, navigacija), pravljenje različitih vrsta skloništa, potraga za vodom i filtriranje vode, traženje i prepoznavanje jestivih divljih biljaka i pravljenje improvizovanih zamki, kampovanje, roštilj	privremeno sklonište, improvizovani tuš u kampu, cjelodnevni roštilj u crnogorskom stilu (uključuje i vegetarijansku opciju), transfer od i do aerodroma	Komovi	kamp	5 dana
Fly Fishing Adventure	mušičarenje	obezbijeđena je kompletna oprema za pecanje, obezbijeđeno je vozilo Mitsubishi Pajero ili sličan džip sa navigacijom i osiguranje (uključen je jedan pun rezervoar goriva), roštilj	rijeka Lim, Plavsko jezero	seoske kolibe	3 dana



Tara Canyon Rafting Experience Near the Big Bridge	rafting (14 km)	prevoz do polazne i od završne tačke, obezbijeđena sva potrebna oprema, nacionalna hrana posle raftinga (5 eura/€ po osobi), plivanje i fotografisanje u Tari	rijeka Tara	N/A	1 dan
Međuriječki potok - Canyoning near the Coast	hajking do kanjona, kanjoning	obučeni vodiči, orijentacija, obuka i pomoć za sve turiste, prevoz do početne tačke, energetska hrana u toku kanjoninga, liability procedura	Međuriječki kanjon	N/A	1 dan
Family canyoning at Stari Bar	kanjoning	obučeni vodiči, orijentacija, obuka i pomoć za sve turiste, prevoz do početne tačke, energetska hrana u toku kanjoninga, liability procedura	Stari Bar	mogućnost noćenja u seoskim domaćinstvima u priobalnom predjelu	1 dan
Kayak Fest on Tara River	učestvovanje na kajak festivalu	mogućnost hajkinga - crnogorski najviši vrhovi; i mogućnost boravka na organskoj farmi	Tara	mogućnost noćenja u seoskom domaćinstvu – poljoprivrednom gazdinstvu koje se bavi organskom proizvodnjom	22. - 25. septembar

## Prilog 5: Metodologija terenskih istraživanja

U svrhu postizanja ciljeva definisanih projektnim zadatkom, analiza strateških dokumenata, analiza institucionalnog i pravnog okvira, zatim analiza globalnih trendova kao i analiza ponude i tražnje u oblasti ruralnog turizma u Crnoj Gori i metodologija izrade Strategije razvoja ruralnog turizma sa akcionim planom do 2020. u Crnoj Gori obuhvatale su sledeće dvije aktivnosti:

Kvalitativnu analizu,

Kvantitativna analizu

### KVALITATIVNA ANALIZA

Kvalitativno istraživanje je višemetodski pristup koji počiva na tumačenju subjektivnih pojava (Denzin i Lincoln, 1994). Takođe, kvalitativno istraživanje predstavlja bilo koje istraživanje koje nije posredovano statističkom analizom ili bilo kojim drugim načinom kvantifikacije (Strauss i Corbin, 1990).

Kvalitativna analiza ruralnog turizma u Crnoj Gori se zasnivala na:

- Desk analizi i
- Sprovođenju dubinskih intervjuja među tri grupe (relevantnih) ispitanika:

#### DESK analiza

Desk istraživanje ili sekundarno istraživanje je proces prikupljanja dostupnih informacija iz javnog domena, a zatim korišćenje prikupljenih podataka za potrebe analize. Desk istraživanje takođe predstavlja proces sinteze, razvrstavanja, sažetka i analize postojećih zvaničnih podataka prikupljenih iz navedenih izvora. Dobijeni podaci mogu biti spoljni (eksterni) ili unutrašnji (interni). (R. Nikolid – 2011). Desk analiza je obezbijedila kvalitativnu analizu podataka, kroz prikupljanje postojećih podataka i poređenje podataka iz različitih izvora.

#### Dubinski intervjui

Za dobijanje informacija o tražnji i ponudi u ruralnom turizmu u Crnoj Gori korišćena je istraživačka metoda dubinskih intervjuja. Dubinski intervju<sup>2</sup> predstavlja metod koji uključuje razgovor između moderatora i sagovornika (ispitanika). Ova tehnika pripada setu kvalitativnih istraživanja i najčešće se ne koristi kao jedini metod, nego se kombinuje sa drugim istraživačkim metodama. Kao što i sam naziv kaže, dubinski intervju (eng. in-depth interview) kao metod se koristi u onim istraživanjima koja trebaju da omoguće dublji uvid u određeni problem koji se ispituje, jer je ispitaniku omogućeno da detaljnije izrazi svoje mišljenje bez uticaja od strane grupe.

---

2 Kombinovana definicija preuzeta iz Zbornika Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, godina 3, 2005. godine, Mr. sc. Mirko Palić.

Dubinski intervjui imaju za cilj da ukažu na dosadašnje aktivnosti u ovoj oblasti, kao i da ispituju mogućnost buduće primjene ovog koncepta u Crnoj Gori. S tim u vezi, za potrebe izrade strategije ruralnog turizma u Crnoj Gori sprovedeno je:

- 30 dubinskih intervjua sa relevantnim predstavnicima nosioca ponude u ruralnom turizmu;
- 5 dubinskih intervjua sa relevantnim predstavnicima turističkih agencija; i
- 9 dubinskih intervjua sa predstavnicima relevantnih institucija i organizacija.

Za potrebe sprovođenja dubinskih intervjua pripremljene su i prezentovane uvodne informacije o svakom od definisanih pitanja kao i smjernice koje su služile moderatoru kako bi intervju bio fokusiran i jasno usmjeren ka realizaciji cilja istraživanja.

#### KVANTITATIVNO ISTRAŽIVANJE

Kvantitativno istraživanje je istraživanje koje se sprovodi u društvenim naukama, oslanjajući se na teoriju vjerovatnoće i statistiku, gdje se rezultati dobijeni na uzorku ispitanika primjenjuju na cjelokupnu populaciju. Cilj istraživanja može biti opis stanja ili ustanovljavanje uzročno-posljedičnih odnosa između pojedinih komponenti. U ovu grupu istraživanja spadaju eksperimenti, kao i terenske, telefonske i poštanske ankete.

Metodologija terenskog istraživanja se zasnivala na unaprijed definisanoj metodologiji, na reprezentativnom uzorku i definisanom upitniku, pri čemu je u procesu prikupljanja podataka korišćena metoda direktnog intervjua (face-to-face), među 543 ispitanika-turista starijih od 18 godina u ruralnim područjima Crne Gore u tri regiona (sjever, centar i jug). Istraživanje je sprovedeno na osnovu prethodno definisanog upitnika. Upitnik je sadržao 24 pitanja podijeljenih u 2 sekcije: 'Posjeta Crnoj Gori' i 'Socio-demografska pitanja'.

Za potrebe istraživanja pripremljen je dvoetafni stratifikovani prosti slučajni uzorak na bazi podataka Zavoda za statistiku Crne Gore-(MONSTAT) o ostvarenom turističkom prometu u 2017. godini. Stratifikacija uzorka je uključivala alokaciju uzorka prema regionu, a zatim prema opštinama. Stratifikacijom uzorka na nivou opština, a sa ciljem postizanja reprezentativnosti uzorka na nivou opština, odabrano je 16 opština u tri crnogorske regije. Prilikom stratifikacije uzorka na nivou opština, a u skladu sa ciljevima projekta vodilo se računa da budu ravnomjerno zastupljene opštine shodno broju stanovnika, kao i one u kojima je, kroz analizu ponude, prepoznat potencijal za razvoj ruralnog turizma.

Uzorak

REGION	OPŠTINA	N	%
Jug	Tivat	10	1,8%
	Bar	73	13,4%
	Herceg Novi	10	1,8%
	Total	93	17,1%
Centar	Nikšić	11	2,0%
	Cetinje	60	11,0%
	Total	71	13,1%
Sjever	Andrijevića	20	3,7%
	Pljevlja	67	12,3%
	Plužine	41	7,6%
	Rožaje	6	1,1%
	Šavnik	5	0,9%
	Žabljak	60	11,0%
	Berane	21	3,9%
	Bijelo Polje	40	7,4%
	Plav	40	7,4%
	Kolašin	59	10,9%
	Mojkovac	20	3,7%
	Total	379	69,8%
UKUPAN UZORAK		543	100%

Za potrebe realizacije terenskog istraživanja angažovan je tim anketara koji su prikupljali podatke u ciljnim opštinama. Takođe, održana je obuka anketara, pri čemu su upoznati sa metodologijom istraživanja. Nakon završetka terenskog rada i kontrole prikupljenih podataka, projektni tim je sproveo unos podataka, dok je obrada realizovana u SPSS statističkom programu.