

Original scientific paper

UDC 338.48-44(1-22)(497.11)  
<https://doi.org/10.2298/GSGD2201087V>

Received: March 01, 2022

Corrected: April 20, 2022

Accepted: May 07, 2022

**Marina Vesić<sup>1\*</sup>, Marijana Savić<sup>\*\*</sup>, Sanja Pavlović<sup>\*</sup>, Jelena Bolović<sup>\*\*\*</sup>**

*\* University of Belgrade, Faculty of Geography, Belgrade, Serbia*

*\*\* Emirates Airline, Emirates Group Headquarters, Dubai, UAE*

*\*\*\* Tourism Organisation Požega, Požega, Serbia*

## **SUSTAINABILITY-FOCUSED RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN WESTERN SERBIA**

**Abstract:** Rural tourism is seen as one of the aspects of sustainable economic growth and socio-cultural development of rural Serbia. During the Covid-19 pandemic, international tourist traffic declined, and tourism and hospitality as service activities suffered serious economic consequences. The aim of this paper is to examine the impact of pandemics on rural areas of Western Serbia, bearing in mind that the natural environment and rural areas have gained in importance as safer to live in. The research was conducted through an electronic questionnaire, by surveying the providers of catering services in this part of Serbia. The obtained results indicate a decline in the number of tourists (domestic and foreign) during the pandemic, but mostly positive attitudes of service providers regarding the prospects and sustainability of their business in the coming period. The data obtained in this research can be useful to local governments and tourism representatives in finding the best solutions to provide support to the bearers of the tourist offer of rural areas.

**Key words:** rural area, hospitality and tourism, sustainable development, tourism region of Western Serbia, Covid-19

---

<sup>1</sup> marina.vesic@gef.bg.ac.rs (corresponding author)

## Introduction

The concept of rural tourism implies participation in tourist movements in rural areas, their spiritual enrichment, purposeful attitude towards natural and anthropogenic tourist values. The dynamic way of life causes a person to have a desire for rest, recreation and enjoyment in nature. However, in addition to the advantages provided by rural and sustainable tourism, there are many disadvantages related to the economic effects and indirect costs of tourism (Tasić, 2018).

Tourism specifically is affected with external factors and changes, like political events, natural catastrophes and epidemics, which mainly causes an unexpected drop in tourist demand in the areas where it occurs. At the very beginning of 2020, the Covid-19 pandemic has affected the whole world with an impact on all aspects of the global economy and social life. The biggest negative impact was felt in the sectors with a service activity, along with transport, tourism and catering, as the most dependent on human mobility (Yang et al., 2020; Li et al., 2021). Accordingly, the World Tourism Organization (UNWTO) stated that Covid-19 will cause great damage to global tourism business in 2020, predicting a reduction in international tourist arrivals by 60-80% (Hu et al., 2021) and a reduction of 300 to 450 billion US dollars in revenues from international tourism (Karabulut et al., 2020). Already in the first half of that year, in the period from January to June, a decrease in the total number of international tourist arrivals by 65% was registered (Liu et al., 2021). The pandemic has negatively affected all forms of tourism and many different sectors, causing them to be closed for months in almost all the countries of the world (Gössling et al., 2020). Although various efforts have been made since June 2020 to reopen the service industry, most sectors continued to struggle for survival and the UNWTO then recognized the tourism industry as well as the hospitality industry as one of the ones that suffered the most (Hall et al., 2020; Collins-Kreiner & Ram, 2021). According to the annual report of the World Travel and Tourism Council (WTTC, 2021), the travel and tourism sector suffered a loss of nearly \$ 4.5 trillion to reach \$ 4.7 trillion in 2020, with its contribution to GDP falling by as much as 49.1% compared to 2019 (a share that declined to 5.5% in 2020 due to persistent mobility constraints). In 2020, 62 million jobs were lost, which is a decrease of 18.5%. Consumption of domestic visitors decreased by 45%, while international consumption decreased by an unprecedented 69.4% (WTTC, 2021). In Serbia, according to WTTC reports (2021), the total contribution of GDP decreased by 4.9% in 2020 compared to 2019, the number of jobs in tourism also decreased by 19.3%. Consumption of domestic tourists increased by 4% in 2020 compared to 2019 (from 31 to 35%), while foreign decreased from 69% in 2019 to 65% in 2020.

Sustainability is a term and concept that is used to obtain the balance and create responsibility for economic activity and development (Hakovirta & Denuwara, 2020). As traveling is considered as a necessity that contributes to the promotion of the general well-being of the human body (both physical and mental), the impossibility of its realization during a pandemic has become an important issue. Particularly important topics for researchers in tourism since the outbreak of pandemic are the feeling of the fear and indecision that developed in people that affected tremendously their decisions to undertake tourist trips, meaning domestic and international tourist movements. Empirical results of research conducted by Li et al. (2021) reveals that tourist destination preferences changed significantly in mid-2020, hence after the first unlocks and rigorous measures taken by

most countries to prevent the spread of the virus. In particular, it was concluded that tourists avoid traveling to the destinations with a higher number of Covid-19 patients than their places of origin and prefer to choose destinations closer to their home destinations, especially local attractions and natural surroundings. The authors (Vaishar & Štaštná, 2020; Mwesiumo et al., 2022) believe that the catastrophic decline in tourism mainly refers to urban destinations focused on the tourism side, and that rural destinations create an alternative to tourism trends. In some rural destinations in the Czech Republic, an increase in the number of tourists was registered during the pandemic.

In order to determine whether there is a similar global trend in tourism during the government pandemic in Serbia, research questions have been formulated. Do tourists prefer natural, non-urban environments, smaller accommodation facilities and make minimal contact with service providers (hosts), locals and other visitors? Also, during the Covid-19 pandemic in 2020, did the number of domestic tourists increase in the rural areas of the Western Serbia tourist region, compared to the previous year?

Accordingly, the main goal of this study is to examine whether during 2020, rural areas in the tourist region of Western Serbia are recognized as safe places for tourist stays. The satisfaction of service providers in tourism and hospitality with the achieved volume of tourist traffic and the perspectives of their survival and engagement in these activities were investigated.

## **Material and methods**

The main instrument for the research in this paper is a survey questionnaire that was sent electronically (via e-mail) to the addresses of hospitality facilities in rural areas of the tourist region of Western Serbia. The questionnaire is composed of three parts: the first with a set of questions related to the socio-demographic characteristics of the respondents; the second, which contained a set of questions related to the tourists, and the third, which related to issues related to the perspectives and services offered by service providers, rated through the Likert scale (1-5).

The primary goal of this paper was to investigate the impact of the pandemic on the development of rural tourism in Western Serbia and to examine the opinion of hospitality-customer service providers on the sustainability of their business. The analysis of data collected by the survey was performed with the help of a statistical package for data processing (SPSS 20.00).

## **Results**

The number of participants – service providers in rural tourism, that took place in this survey is 42. The largest percentage of responses to the survey were given by households from Požega (26.2%), Čajetina (23.8%) and Kosjerić (14.3%), while the remaining 35.7% are households from the municipalities: Arilje, Ivanjica, Bajina Bašta, Užice, Prijepolje, Lučani and Nova Varoš (Table 1).

*Table 1. Number of participants in the survey by municipalities in the Tourist region of Western Serbia*

<b>Municipality</b>	<b>Number of survey participants</b>
Požega	11
Čajetina	10
Kosjerić	6
Ivanjica	4
Arilje	4
Bajina Bašta	2
Užice	2
Lučani	1
Prijepolje	1
Nova Varoš	1

According to the type of accommodation facilities, the largest number among the respondents were rural tourist households 18 (42.9% in the total sample), apartments 9 (21.4%), 4 ethno houses and villas (9.5% each), 3 rooms (7.1%), and 1 ethno village, boarding house, national house, log cabins (participation of 2.4% in the total sample). The largest number of accommodation facilities has a categorization of 2\* and 3\* (share of 33% in the total sample). The highest categorization of 4\* had 9 facilities (21.4% in the total sample), the lowest 1\* only 1 facility, and uncategorized facilities that participated in the survey were 4 (Figure 1).

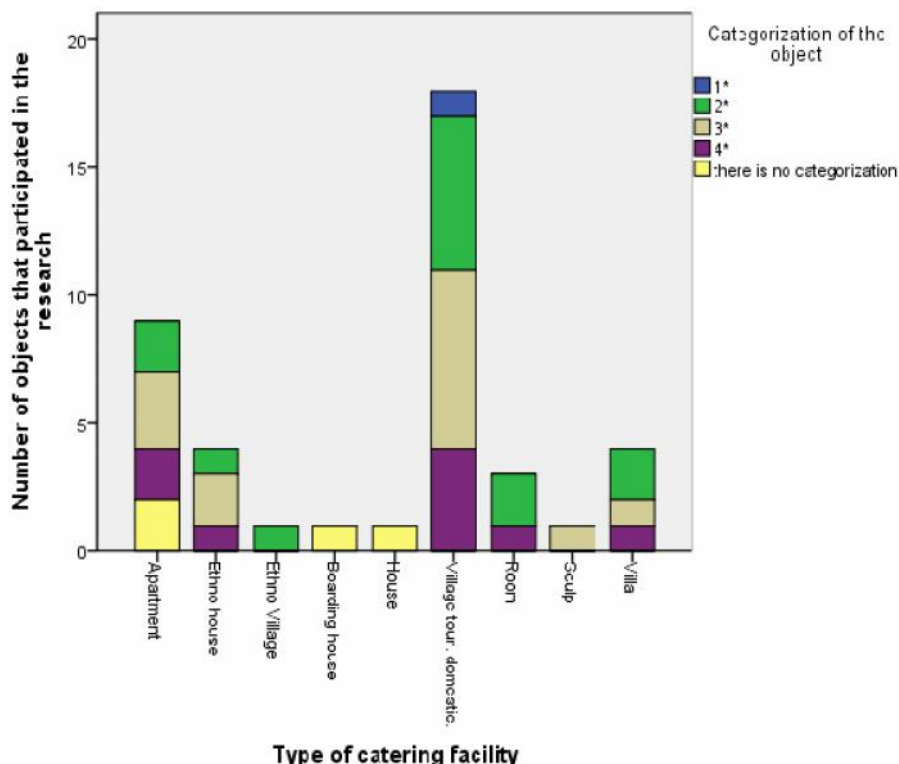


Fig. 1. Share of catering facilities included in the survey by type of catering facility and their categorization

In the overall sample, percentage wise the largest number of facilities are the ones that have up to 15 beds in their offer (83.3%), between 15 and 30 beds are 14.2% and only one accommodation facility has 64 beds on offer (2.5%). For the largest number of respondents (76.2%), the total number of members involved in the provision of services in tourism ranges from 2 to 4. More than half of the respondents (57.1%) are engaged in the provision of food services together with the provision of accommodation services. About 17% of respondents answered that they do it only at the request of tourists, while other respondents (26%) provide only accommodation services.

Percentage of the respondents that are engaged in tourism as their only activity is 40.5%, while other respondents stated that in addition to tourism, they are mainly engaged in agriculture, although there were also those who are actively employed in other activities. Furthermore, the survey offered a specific question whether they are engaged in agriculture, in order to gain insight into how much the local population participates and earns from their own agricultural production through the placement through tourism and catering. More than half of the respondents answered that they are also working in agriculture (59.5%). However, more than half of these respondents stated that although they are engaged in agriculture, they do not offer their products to tourists - 34.4%. In order to find out which are the products of local origin that are offered to

tourists, we asked the respondents who gave an affirmative answer, to list them. The most numerous answers were: fresh vegetables (potatoes, beans, cucumbers, tomatoes, onions, peppers) and fruits (raspberries, cherries, apples, pears, apricots, plums, etc.), home-made products made those fruits (sweets, jam, homemade juices, brandies, fruit liqueurs, wine), honey. Then fresh milk and dairy products (cheese, cream), cornbread known as proya, meat (dried meat prosciutto, bacon, dried ribs), homemade eggs, etc. One of the respondents stated that he is growing his own vegetables in the greenhouses, specifically intended for the usage of the guests of his catering facility. Some respondents offer and sell to the tourists their flour that they make in the old, traditional way, because they own an authentic watermill. In order to see the financial importance of domestic agricultural products offered to tourists in their total earnings, the question was asked how much of their income comes from the sale of domestic products to the tourists. For the majority of respondents (66.7%), it is at the low level and it's less than 10%, while 33.3% of respondents answered that it ranges between 10-50%. No single answer was given that the share was higher than 50%.

The third part of the questionnaire includes a set of questions related to the services they provide, activities within the homecraft and the assessment of tourist's interest during the Covid-19. The answers were given only by those respondents who offer some of it as part of the tourist offer and accommodation facility. As many as 69.7% of respondents agreed that tourists were interested in buying domestic food products from the hosts. However, when asked were the tourists interested in participation in agricultural work, slightly less than half of the respondents (41.2%) disagreed with the statement, as well as with the statement that tourists were interested in educational workshops or lectures by the hosts (48.4%). According to the majority of respondents, tourists were generally not interested in the making of folk handicrafts of this area (weaving, crocheting, embroidery or similar) by 55.2%, as well as in making various ceramic objects (79.2%). Based on these data, it can be seen that apart from products and services related only to food and domestic agricultural products as part of it, tourists were not willing to get involved in other activities related to domestic crafts and learning the local culture of this area. Before the pandemic, this used to be an important motive for tourist movements inherent in the popular form of tourism – creative tourism, which implies a high degree of personal engagement and social contact, especially when it comes to international travel and thus a mixture of different cultures (host and guest).

The majority of respondents (69.4%) stated that, during 2020, tourists also used the food service, which is justified by the fact that these are facilities where the space for food service is limited by a smaller capacity, meaning a different concept in the organization of it, compared to let's say hotels. During the Covid-19 pandemic, customers are changing their expectations even when it comes to hotel services, emphasizing the requirements related to social distance and hygiene. Research conducted by Hu et al. (2021) showed that hotel guests expectations shift from hedonistic to utilitarian during the pandemic, and that hotels can successfully change their product and service offerings to adjust to fluctuations in consumer expectations. Tourists' expectations regarding food, location and urban environment lost importance during the pandemic, and increased for safety and hygiene, when it comes to hotels. According to Chang et al. (2020) the hospitality sector must pay special attention to the social distance during pandemics, both within the accommodation sector and within the food sector. The emphasis is on three spaces that are common, i.e. accessible and intended for use by a larger number of guests, and they are:

lobby for check-in and check-out of guests (reception), dining area (restaurant hall) and social rooms for rest and entertainment, as well as recreation areas.

The current health-epidemiological crisis can cause fundamental modifications in many segments of tourism, and one of them is the rental of apartments and houses in all types of tourist destinations, where both hosts and guests generally refrain from excessive personal contact (Dolnicar & Zare, 2020). Tourists need to assess whether the desired destinations can identify and manage epidemiological risks in order to decide to travel at all and feel safer (Mertzanis & Papastathopoulos, 2021). The data from this research show that service providers are aware of the current health risk and behave responsibly in their business (with the claim that they have the possibility of full implementation of epidemiological measures, as many as 90.5% of respondents agreed). Contrary to the opinion of Dolnicar & Zare (2020), less than a third of the respondents (21.5%) expressed concern about tourism, i.e., fear that one of the guests could infect them with Covid.

In accordance with the available world literature that deals with the development of tourism during pandemic (Vaishar & Štastná, 2020; Li et al., 2021; Lopes et al., 2021; Mwesiumo et al., 2022) are as well the results of this study where almost all respondents (96.3%) pointed out that in 2020 tourists came to visit and use their services in rural natural areas, because they felt safer there from the virus. During the provision of the services, the respondents noticed that the health safety of the guests was very important during their stay in their restaurant, as well as that the guests were more interested to spend their time in the nature (opinion of 88.2% of respondents) and to have minimal contact with hosts as well as with other guests (54.8% of respondents). According to the majority of respondents (64.2%), tourists had minimal contact with the rest of the local population, which was not the case before.

Available statistical data in Table 2, indicate that the number of tourists in the municipalities of the tourist region of Western Serbia in 2020 was 1.7 times less than in 2019. The number of domestic tourists decreased by 1.4 times, and foreign 3.8 times. According to the results of the survey, in the period before the start of the pandemic, until 2020, half of the respondents (50%) stated that both domestic and foreign tourists were equally represented.

Table 2. Total number of tourists and overnight stays in the tourist region of Western Serbia, in 2019 and 2020, and by selected municipalities (according to the largest number of participants in the survey)

Year / Municipality	Tourist arrivals			Tourist overnight stays		
	Total	Domestic	Foreign	Total	Domestic	Foreign
<b>2019</b>	<b>409,514</b>	<b>305,625</b>	<b>103,889</b>	<b>1,339,863</b>	<b>1,113,439</b>	<b>226,424</b>
Požega	13,171	7,703	5,468	24,876	17,442	7,434
Čajetina	238,829	169,508	69,321	783,715	624,221	159,494
Kosjerić	1,294	926	368	3,804	2,309	1,495
Arilje	1,354	990	364	2,244	1,6	644
Ivanjica	2,091	18,514	2,396	93,206	85,122	8,084
<b>2020</b>	<b>246,301</b>	<b>218,797</b>	<b>27,504</b>	<b>890,577</b>	<b>813,688</b>	<b>76,889</b>
Požega	6,682	5,806	876	14,551	12,921	1,63
Čajetina	157,637	135,925	21,712	575,708	511,043	64,665
Kosjerić	750	705	45	1,667	1,551	116
Arilje	876	805	71	1,788	1,701	87
Ivanjica	11,051	10,446	605	48,501	46,595	1,906

Source: Republic Statistical Office, Užice Department (first results)

It was expected that the number of foreign tourists would be reduced several times and in some municipalities maybe completely absent, but based on the WTTC report (2021) on increasing domestic tourism trends and growth of domestic consumption in 2020, there was an indication that within the tourist region of Western Serbia and its rural areas, the number of domestic tourists will increase significantly. However, the data in Table 2 show that in none of the presented municipalities of the Tourist Region of Western Serbia did the number of domestic tourists increase during 2020.

The survey questionnaire also contained a set of questions, which relates to the business prospects of service providers during the pandemic, where the results are indicating mostly positive perception of the future. Satisfaction with the business results, before the Covid-19 pandemic, was expressed by 61.9% of respondents, while satisfaction with tourism income in 2020 (during the pandemic) was expressed by 31.7% of respondents, but the same number of respondents had a neutral opinion, while slightly over one third of the respondents were not satisfied with the financial income. The results of the survey indicate that the financial reason for engaging in tourism is primary in 50% of respondents. However, some of these and a number of other respondents fully agreed with the statement that they are working in tourism because they enjoy it (83.3%). One third of respondents (33.4%) stated that engaging in tourism is part of their family tradition. Although more than half of the respondents (52.4%) agreed with the statement that the pandemic led to a serious reduction in the number of guests in their hospitality unit, and that they faced difficulties while working following insufficient financial resources, only 26.2% of them considered temporarily closing their hospitality unit. Among all respondents, 16.7% considered to stop being involved in tourism completely, 14.3% were undecided, while the remaining 69% did not intend to do so. Expectations that the number of tourists will increase in 2021 compared to 2020 were expressed by half of respondents.



## Discussion

It is a fact that Covid-19 has paralyzed tourism on the global level and provided an opportunity for tourism and hospitality service providers to pause, reorient, and re-think their approach and involvement in this sector of economy (Lew et al., 2020). Sustainable recovery from Covid-19 pandemic requires identifying locally-adapted solutions for redefining tourism based on local rights, interests and benefits (Higgins-Desbiolles, 2020; Rastegar et al., 2021). Qiu et al., (2020) found that residents of tourist destinations perceive the risk of doing business during a pandemic in such a way that they are first ready to give up financial gains immediately, without permanent interruption of tourism.

The important reason for the lack of rural tourism development, in most rural areas in Serbia, is undefined strategic development directions and the lack of financial investment (Radović et al., 2018).

The existing literature provides several suggestions for achieving sustainability in rural destinations. Among the proposed approaches is the implementation of integrated rural tourism. It is a bottom-up approach that emphasizes the involvement of local actors as key to achieving sustainability. The aim is to facilitate the implementation of the principle of sustainability in order to enable optimal use of resources, while at the same time protecting and improving them. Also, Mwesiumo et al. (2022) indicate that in order to achieve rural sustainability, it must include additional elements such as environmental sustainability and community orientation, focusing on endogenous (internal) development and integrated planning (planning within the constraints of existing and proposed tourist facilities and infrastructure).

The authors Wut et al. (2021) discussed and proposed crisis management models during the Covid-19 pandemic, which relate to several areas, including the crisis management education and training model in hospitality and tourism. However, Karabulut et al. (2020) note that the effect of Covid-19 is difficult to predict, because the world has not yet experienced such a global pandemic. Recognising the importance of rural tourism, UNWTO designated 2020 as the year of tourism and rural development (Mwesiumo et al., 2022).

This paper only dealt with the research of the attitudes, meaning opinions of tourism service providers in rural areas of the tourist region of Western Serbia. In the upcoming period, it would be important to include and examine the behaviour of tourists during the undertaking of tourist movements during and after the Covid-19 pandemic, as well as the factors that influence the behaviour and determination for a visit to a particular rural destination. Although the "Covid-19 Tourism Index" model has been developed (Yang et al., 2020) as an analytical tool for monitoring the effects of tourism during the pandemic, to provide important information related to the potential recovery of travel and tourism globally, regionally and nationally, few studies actually applied it. Consequently, it would be useful to apply it and to obtain such data on the territory of the Republic of Serbia, which would eventually also contribute to the international tourism statistics.

## Conclusion

This study explored the prospects for the development of sustainability-oriented rural tourism during the Covid-19 pandemic in Western Serbia. The conclusion indicates that the impact of the Covid-19 virus pandemic has had consequences for the development of tourism and catering in the rural areas of the Western Serbia tourist region. Service providers are facing significant losses, in the form of a reduction in the number of tourists and income. However, through the set of questions about the prospects for the further development of tourism and better business conditions in the coming period, service providers are generally optimistic.

The research clearly indicated that the first measure to be taken to strengthen the tourism and hospitality sector in the rural area of the tourist region of Western Serbia, in order for many hospitality-service providers to continue and maintain business in this activity, should be financial help from the government. Furthermore, development and realization of earmarked funds – incentives for the development of entrepreneurship (small and medium enterprises). Then, since the pandemic leaves in addition to economic and negative social consequences, it would be good in the coming period to provide adequate professional assistance to service providers in the form of training aimed at strengthening and overcoming constraints in business and quality service delivery. Also, the obligation to adhere to the necessary health measures – the obligation to vaccinate service providers, as well as the visitors–tourists, would be of great importance for the further course of tourist movements.

© 2022 Serbian Geographical Society, Belgrade, Serbia.

**Acknowledgements:** This paper is the result of research financed by the Ministry of Education, Science and Technological development of the Republic of Serbia.

**Conflicts of Interest:** The authors declare no conflict of interest.

**Publisher's Note:** Serbian Geographical Society stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Serbia.

## References

- Chang, C. L., McAleer, M. & Ramos, V. (2020). A Charter for Sustainable Tourism after COVID-19. *Sustainability*, 12(9), 3671.
- Collins-Kreiner, N. & Ram, Y. (2021). National tourism strategies during the Covid-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 89, 103076.
- Dolnicar, S. & Zare, S. (2020). COVID19 and Airbnb: Disrupting the disruptor. *Annals of Tourism Research*, 83, 102961.
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism, and global change: A rapid assessment of Covid-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Hakovirta, M. & Denuwara, N. (2020). How COVID-19 Redefines the Concept of Sustainability. *Sustainability*, 12(9), 3727.
- Hall, C. M., Scott, D. & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations, and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623.
- Hu, F., Teichert, T., Deng, Sh., Liu, Y. & Zhou, G. (2021). Dealing with pandemics: An investigation of the effects of COVID-19 on customers' evaluations of hospitality services. *Tourism Management*, 85, 104320.
- Karabulut, G., Bilgin, H. M., Demir, E. & Cansin Doker, A. (2020). How pandemics affect tourism: International evidence. *Annals of Tourism Research*, 84, 102991.
- Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P. & Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020. *Tourism Geographies*, 22(3), 455-466.
- Li, X., Gong, J., Gao, B. & Yuan, P. (2021). Impacts of Covid-19 on tourists' destination preferences: Evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 90, 103258.
- Liu, A., Vici, L., Ramos, V., Giannoni, S. & Blake, A. (2021). Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team. *Annals of Tourism Research*, 88, 103182.
- Lopes, H. da S., Remoaldo, P. C., Ribeiro, V. & Martín-Vide, J. (2021). Effects of the COVID-19 pandemic on tourist risk perceptions — the case study of Porto. *Sustainability*, 13(11), 6399.
- Mertzianis, Ch., & Papastathopoulos, A. (2021). Epidemiological susceptibility risk and tourist flows around the world. *Annals of Tourism Research*, 86, 103095.
- Mwesummo, D., Halfdanarson, J. & Shlopak, M. (2022). Navigating the early stages of a large sustainability-oriented rural tourism development project: Lessons from Træna, Norway. *Tourism Management*, 89, 104456.
- Qiu, R. T. R., Park, J., Li, S. & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994.
- Radović, G., Košić, K. & Demirović, D. (2018). Financing as a key factor of the strategy of sustainable rural tourism development in the Republic of Serbia. *Economics of Agriculture*, 65(1), 413-426.
- Rastegar, R., Higgins-Desbiolles, F., & Ruhanen, L. (2021). COVID-19 and a justice framework to guide tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 91, 103161.
- Tasić, J. (2018). Budućí trendovi i pravci razvoja ruralnog turizma u Srbiji i u svetu. *Oditor*, 4(3), 7-19.
- Vaishar, A. & Štátná, M. (2020). Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia Preliminary considerations. *Current Issues in Tourism*, 25(2), 187-191.
- World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2021). Economic Impact Reports. Available at: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>, accessed: 23.06.2021.
- Wut, M. T., Xu, B. J., & Wong, Sh. (2021). Crisis management research (1985-2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. *Tourism Management*, 85, 104307.

- Yang, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, 83, 102913.
- Yang, Y., Altschuler, B., Liang, Z., & Li, X. (2020a). Monitoring the global COVID-19 impact on tourism: The COVID19tourism index. *Annals of Tourism Research*, 90, 103120.
- \*\*\*(2019, 2020). Republic Statistical Office, Užice Department (first results).

Оригинални научни рад

UDC 338.48-44(1-22)(497.11)  
<https://doi.org/10.2298/GSGD2201087V>

Примљено: 01. марта 2022.

Исправљено: 20. априла 2022.

Прихваћено: 07. маја 2022.

**Марина Весић<sup>1\*</sup>, Маријана Савић<sup>\*\*</sup>, Сања Павловић<sup>\*</sup>, Јелена Боловић<sup>\*\*\*</sup>**

<sup>\*</sup> *Универзитет у Београду, Географски факултет, Београд, Србија*

<sup>\*\*</sup> *Емирјетс Авиокомпанија, Дубаи, УАЕ*

<sup>\*\*\*</sup> *Туристичка организација Пожега, Пожега, Србија*

## **РАЗВОЈ РУРАЛНОГ ТУРИЗМА ЗАПАДНЕ СРБИЈЕ ОРИЈЕНТИСАН НА ОДРЖИВОСТ**

**Апстракт:** Рурални туризам се посматра као један од аспеката одрживог економског раста и социо-културног развоја руралног простора Србије. Током трајања пандемије Covida-19, дошло је до пада међународног туристичког промета, а туризам и угоститељство као услужне делатности, претрпеле су озбиљне економске последице. Циљ овог рада је испитати какав је утицај имала пандемије на руралне просторе Западне Србије, имајући у виду да су природно окружење и рурални простори добили на значају, као безбеднији за боравак. Истраживање је извршено путем електронског упитника, анкетирањем пружалаца угоститељских услуга овог краја Србије. Добијени резултати указују на пад броја туриста (домаћих и страних) током трајања пандемије, али на углавном позитивне ставове пружалаца услуга у погледу перспектива и одрживости њиховог пословања у наредном периоду. Подаци добијени у овом истраживању могу бити од користи органима локалне самоуправе и туристичким представницима у изналажењу најбољих решења за пружање подршке носицима туристичке понуде руралних простора.

**Кључне речи:** рурални простори, угоститељство и туризам, одрживи развој, Туристичка регија Западне Србије, Covid-19

---

<sup>1</sup> marina.vesic@gef.bg.ac.rs (аутор за кореспонденцију)

## Увод

Појам руралног туризма подразумева учешће у туристичким кретањима у руралним просторима, њихово духовно богаћење, сврсисходни однос према природним и антропогеним туристичким вредностима. Динамичан начин живота изазива код човека жељу за одмором, рекреацијом и ужитком у природи. Међутим и поред предности које пружају рурални и одрживи туризам, постоје и многи недостаци који се односе на економске ефекте и индиректне трошкове туризма (Тасић, 2018).

Туризам је посебно подложен низу спољашњих промена и потреса, као што су политички догађаји, природне катастрофе и епидемије, који углавном узрокују неочекивани пад туристичке потражње у подручјима у којима се десе. Почетком 2020. године, пандемија Covid-19 захватила је читав свет са утицајем на све аспекте глобалне економије и друштвеног живота. Највећи негативан утицај претрпеле су услужне делатности (Yang et al., 2020; Li et al., 2021). Сходно томе, Светска туристичка организација (UNWTO) је навела да ће Covid-19 нанети велике штете глобалном туристичком пословању 2020. године, предвиђајући смањење долазака међународних туриста за 60–80% (Hu et al., 2021) и смањење од 300 до 450 милијарди америчких долара у приходима од међународног туризма (Karabulut et al., 2020). Већ у првој половини те године, у периоду од јануара до јуна, регистрован је пад укупног броја међународних долазака туриста за 65% (Liu et al., 2021). Пандемија је негативно утицала на све видове туризма и на многе различите секторе узрокујући да они месецима буду затворени у готово свим државама света (Gössling et al., 2020). Иако су од јуна 2020. године предузети различити напори да се услужна индустрија поново отвори, већина сектора је наставио да се бори за опстанак и UNWTO је тада препознао индустрију туризма и угоститељства као једне од најтеже погођених (Hall et al. 2020; Collins-Kreiner & Ram, 2021). Према годишњем извештају Светског путничког и туристичког савета (WTTC, 2021), сектор путовања и туризма претрпео је губитак од скоро 4,5 милијарди америчких долара, при чему је допринос BDP-у опао за чак 49,1% у поређењу са 2019. годином (удео који се смањило на 5,5% у 2020. години због сталних ограничења мобилности). У 2020. години изгубљено је 62 милиона радних места, што представља пад од 18,5%. Потрошња домаћих посетилаца смањила се за 45%, док се међународна потрошња смањила за невиђених 69,4% (WTTC, 2021). У Србији, према извештајима WTTC (2021), укупан допринос BDP-а опао је за 4,9% у 2020. у односу на 2019. годину, а број радних места у туризму такође је опао за 19,3%. Потрошња домаћих туриста повећала се за 4% у 2020. у односу на 2019. годину (са 31 на 35%), док је инострана опала са 69% у 2019., на 65% у 2020. години.

Одрживост је појам и концепт који се користи за успостављање равнотеже и стварање одговорности за економске активности и развој (Nakovirta & Deniwara, 2020). Како се туристичка путовања сматрају потребом која доприноси унапређењу општег благостања људског организма (и физичког и менталног), немогућност њихове реализације током трајања пандемије, постало је важно питање. Осећај страха и неодлучност људи да предузимају туристичка путовања, односно домаћа и међународна туристичка кретања, посебно су значајна тема за истраживање у туризму. Емпиријски резултати истраживања које су спровели Li et al. (2021) откривају да су се преференције одредишта туриста значајно промениле средином 2020. године, односно након првих откључавања и ригорозних мера које је већина држава спроводила у циљу спречавања ширења вируса. Конкретно, закључило се да туристи

избегавају путовања на одредишта са потврђеним већим бројем оболелих од Covida-19 у односу на њихова места порекла и радије бирају дестинације у близини куће, посебно локалне атракције и природно окружење. Аутори (Vaishar & Šfastná, 2020; Mwesumio et al., 2022) сматрају да се катастрофални пад туризма углавном односи на урбане дестинације усредсређене на страни туризам, а да руралне дестинације стварају алтернативу туристичких кретања. У појединим руралним дестинацијама у Чешкој регистрован је пораст броја туриста током трајања пандемије.

Како би се утврдило да ли сличан глобални тренд у туризму током трајања пандемије влада и у Србији, формулисана су истраживачка питања. Да ли туристи радије бирају природно, неурбанизовано окружење, смештајне објекте мањег капацитета и остварују минимални контакт са пружаоцима услуга (домаћинима), локалним становништвом и другим посетиоцима? Такође, да ли је током трајања пандемије Covida-19, у 2020. години, дошло до пораста броја домаћих туриста у руралним просторима туристичке регије Западна Србија, у односу на претходну годину?

Сходно поменутом, основни циљ у овом раду је испитати да ли су током 2020. године руралне средине у туристичкој регији Западна Србија препознате као сигурна места за туристички боравак. Истраживано је задовољство пружаоца услуга у туризму и угоститељству оствареним обимом туристичког промета и перспективе њиховог опстанка и бављења овим делатностима.

## **Материјал и методе**

Главни инструмент за истраживање у овом раду је анкетни упитник који је послат електронски (путем mail-a) на адресе угоститељских објеката у руралним срединама туристичке регије Западна Србија. Упитник је састављен из три дела: првог са сетом питања која се односе на социо-демографске карактеристике испитаника; другог који је садржао постављена питања која се односе на туристе и трећег који се односи на питања везана за перспективе и услуге које нуде пружаоци услуга, оцењено кроз Ликертову скалу (1-5).

Примарни циљ овог рада био је истражити утицај пандемије на развој руралног туризма у Западној Србији и испитати мишљење пружалаца угоститељских услуга о одрживости њиховог пословања. Анализа података прикупљених анкетом изведена је уз помоћ статистичког пакета за обраду података (SPSS 20.00).

## **Резултати**

У анкетном истраживању учествовало је 42 испитаника – пружалаца услуга у руралном туризму. Највећи процентуални удео одговора на анкету дала су домаћинства из Пожеге (26,2%), Чајетине (23,8%) и Косјерића (14,3%), док преосталих 35,7% чине домаћинства из општине: Ариље, Ивањица, Бајина Башта, Ужице, Пријепоље, Лучани и Нова Варош (Табела 1).

Табела 1. Број учесника у анкети према општинама у Туристичкој регији Западна Србија

Општина	Бр. учесника у анкети	Општина	Бр. учесника у анкети
Пожега	11	Бајина Башта	2
Чајетина	10	Ужице	2
Косјерић	6	Лучани	1
Ивањица	4	Пријепоље	1
Ариље	4	Нова Варош	1

Према врсти угоститељских објеката највећи број међу анкетираним су чинила сеоска туристичка домаћинства – 18 (42,9% у укупном узорку), апартмани – 9 (21,4%), по 4 етно куће и виле (по 9,5%), 3 собе (7,1%), и по 1 – етно село, коначиште, национална кућа, вајати (учешће од по 2,4% у укупном узорку). Највећи број угоститељских објеката има категоризацију од 2\* и 3\* (учешће по 33,3%). Највишу категоризацију од 4\* имало је 9 објеката (21,4% у укупном узорку), најнижу 1\* – само 1 објекат, а некатегоризованих објеката који су учествовали у истраживању било је 4 (Графикон 1).

*Граф. 1. Удео угоститељских објеката укључених у истраживање према врсти угоститељског објекта и њиховој категоризацији (стр. 91)*

У укупном узорку, процентуално је највећи број угоститељских објеката који у својој понуди имају до 15 лежаја (83,3%), између 15 и 30 лежаја има 14,2% и само један угоститељски објекат има 64 лежаја у понуди (2,5%). Код највећег броја испитаника (76,2%) укупан број чланова укључених у пружање услуга у туризму креће се од 2 до 4. Пружањем услуга исхране заједно са пружањем услуга смештаја се бави више од половине испитаника (57,1%), око 17% испитаника је одговорило да то чине само на захтев туриста, док остали испитаници (26%) пружају само услугу смештаја.

Туризмом као једином делатношћу бави се 40,5% испитаника, док су остали испитаници навели да се уз туризам углавном баве и пољопривредом, мада је било и оних који су активно запослени у другим делатностима. Надовезујући се на ово, у анкети је било понуђено и конкретно питање да ли се баве пољопривредом, како би се стекао увид у то колико локално становништво учествује и приходује од сопствене пољопривредне производње пласманом кроз туризам и угоститељство. Више од половине испитаника дало је одговор да се бави и пољопривредом (59,5%). Међутим, више од половине тих испитаника је навело да иако се баве пољопривредом не нуде своје производе туристима – 34,4%. Како бисмо сазнали који су то производи локалног порекла који се нуде туристима, замолили смо испитанике који су дали потврдан одговор, да их и наведу. Најбројнији одговори односили су се на: свеже поврће (кромпир, пасуљ, краставци, парадајз, лук, паприка) и воће (малине, вишње, трешње, јабуке, крушке, кајсије, шљиве и др.), производи домаће радиности направљени од њих (слатко, џем, домаћи сокови, ракије и ликери од воћа, вино), мед. Затим свеже млеко и млечне производе (сир, кајмак), проју, месо (сушено месо – пршут, сланину, сува ребарца), домаћа јаја и сл. Један од испитаника је навео да се бави производњом поврћа у пластеницима, наменским за госте свог угоститељског објекта. Поједини испитаници туристима нуде и продају брашно које добијају на стари, традиционалан начин, јер у свом власништву поседују аутентичну воденицу поточару. У намери да се сагледа економски значај који у укупној заради имају домаћи пољопривредни производи који се нуде туристима, постављено је питање колики део укупне зараде долази од продаје домаћих производа туристима. За већину испитаника (66,7%) он је на ниском нивоу и мањи је од 10%, док је 33,3% испитаника одговорило да се креће од 10 до 50%. Одговора да је удео већи од 50%, није било.



У трећем делу упитника, уврштен је и сет питања која се односе на услуге које пружају, активности у оквиру домаће радиности и процену заинтересованости туриста за њих у 2020. години, за време трајања пандемије Covida-19. Одговоре су дали само они испитаници који у склопу туристичке понуде и угоститељског објекта нуде нешто од тога.

Да су туристи били заинтересовани за куповину домаћих прехрамбених производа од домаћина сагласило се 69,7% испитаника. Међутим, на питања да су туристи били заинтересовани за учешће у пољопривредним радовима нешто мање од половине испитаника (41,2%) се није сложила са тврдњом, као ни са тврдњом да су туристи били заинтересовани за едукативне радионице или предавања од стране домаћина (48,4%). За учешће у изради народних рукотворина овог простора (ткање, хеклање, вез или слично) према мишљењу већине испитаника, туристи углавном нису били заинтересовани (55,2%), као ни за израду различитих керамичких предмета (79,2%). На основу ових података, види се да осим производа и услуга које се везују само за исхрану и домаће пољопривредне производе као део тога, туристи нису били ради да се укључе у остале активности везане за домаћу радиност и учење локалне културе овог простора. Пре пандемије, то је раније представљало битан мотив туристичких кретања, својствен популарном виду туризма – креативном туризму, који подразумева висок степен личног ангажовања и социјалног контакта, посебно када је реч о међународним путовањима и на тај начин мешавини различитих култура (домаћина и госта).

Већина испитаника (69,4%) је навела да су, током 2020. године, туристи користили и услуге исхране, што се управо правда чињеницом да је реч о угоститељским објектима где је свакако простор за услуживање хране ограничен мањим капацитетом, начином услуживања, тј. другачијим концептом у организацији, у односу на рецимо хотеле. Путници током пандемије Covida-19 мењају своја очекивања чак и када је реч о хотелским услугама, наглашавајући захтеве везане за социјалну дистанцу и хигијену. Истраживање које су спровели Nu et al. (2021) је показало да се очекивања гостију хотела померају са хедонистичких на утилитарне током трајања пандемије, као и да хотели могу успешно да промене своју понуду производа и услуга како би се прилагодили флукуацијама у очекивањима потрошача. Очекивања туриста у вези са храном, локацијом и урбаним окружењем изгубила су значај током пандемије, а порасла за безбедност и хигијену, када су у питању хотели. Према Chang et al. (2020) угоститељски сектор током трајања пандемије мора посебно водити рачуна о социјалној дистанци, како у оквиру сектора за смештај, тако и у оквиру сектора за исхрану. Акцент је на три простора која су заједничка, односно доступна и намењена употреби већег броја гостију, а то су: предворје за пријаву и одјаву гостију (рецепција), простор за исхрану (ресторан сала) и друштвене просторије за одмор и забаву, као и простори за рекреацију.

Текућа здравствено-епидемиолошка криза може да изазове темељне модификације у многим сегментима туризма, а један од њих је најам станова и кућа у свим типовима туристичких дестинација, где се и домаћини и гости углавном суздржавају од претераног личног контакта (Dolnicar & Zare, 2020). Туристи треба да процене да ли жељене дестинације могу да идентификују и управљају епидемиолошким ризицима како би се уопште одлучили на путовање и осећали безбедније (Mertzanis & Papastathopoulos, 2021). Да су пружаоци услуга свесни тренутног здравственог ризика и да се одговорно понашају у свом пословању говоре подаци из овог истраживања (са тврдњом да имају могућност потпуног спровођења епидемиолошких

мера, сложило се чак 90,5% испитаника). Супротно мишљењу Dolnicar & Zare (2020), забринутост да се баве туризмом, односно страх да неко од гостију може да их зарази Ковидом, изразило је мање од трећине испитаника (21,5%).

У складу са доступном светском литературом која третира проблематику развоја туризма у условима пандемије (Vaishar & Štátná, 2020; Li et al., 2021; Lopes et al., 2021; Mwesiumo et al., 2022) су и резултати овог истраживања где су готово сви испитаници (96,3%) истакли да су у 2020. години туристи код њих долазили, односно бирали руралне – природне просторе, јер су се ту осећали безбедније од вируса. Испитаници су током пружања услуга приметили да је гостима здравствена безбедност била веома битна током боравка у њиховом угоститељском објекту, као и да су гости углавном били више заинтересовани за сам боравак у природи (мишљење 88,2% испитаника) и остварен минималан контакт са њима (домаћинима) и другим гостима (54,8% испитаника). Према мишљењу већине испитаника (64,2%), туристи су минималан контакт остварили и са осталим локалним становништвом, што раније није био случај.

Доступни статистички подаци указују да је број туриста у општинама туристичке регије Западна Србија у 2020. години био 1,7 пута мањи у односу на 2019. годину. Број домаћих туриста је смањен за 1,4 пута, а страних 3,8 пута (Табела 2). Према резултатима анкетног истраживања, у периоду пре почетка пандемије, до 2020. године, половина испитаника (50%) је навела да су подједнако били заступљени и домаћи и страни туристи.

Таб. 2. Укупан број туриста и ноћења туристичке регије Западна Србија, у 2019. и 2020. години, и по одабраним општинама (према највећем броју учесника у анкети)

Година / Општина	Туристички доласци			Ноћења туриста		
	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи	Страни
<b>2019</b>	<b>409.514</b>	<b>305.625</b>	<b>103.889</b>	<b>1.339.863</b>	<b>1.113.439</b>	<b>226.424</b>
Пожега	13.171	7.703	5.468	24.876	17.442	7.434
Чејетина	238.829	169.508	69.321	783.715	624.221	159.494
Косјерић	1.294	926	368	3.804	2.309	1.495
Ариље	1.354	990	364	2.244	1,6	644
Ивањица	2.091	18.514	2.396	93.206	85.122	8.084
<b>2020</b>	<b>246.301</b>	<b>218.797</b>	<b>27.504</b>	<b>890.577</b>	<b>813.688</b>	<b>76.889</b>
Пожега	6.682	5.806	876	14.551	12.921	1.63
Чајетина	157.637	135.925	21.712	575.708	511.043	64.665
Косјерић	750	705	45	1.667	1.551	116
Ариље	876	805	71	1.788	1.701	87
Ивањица	11.051	10.446	605	48.501	46.595	1.906

Source: Republic Statistical Office, Užice Department (first results)

Очекивано је било да ће број страних туриста бити вишеструко смањен, у појединим општинама туристичке регије вероватно и потпуно изостати, али је на основу извештаја WTTC-а (2021) о повећању обима домаћих туристичких кретања и раста домаће потрошње током 2020. године, постојала индиција да ће у оквиру туристичке регије Западна Србија и њених руралних простора број домаћих туриста бити знатно повећан. Међутим, подаци у Табели 2 показују да ни у једној од приказаних општина Туристичке регије Западна Србија није дошло до пораста броја домаћих туриста током 2020. године.

Анкетни упитник је на крају садржао и сет питања, која се односе на перспективе пословања пружалаца услуга током трајања пандемије, а чији резултати указују на углавном позитивна размишљања. Задовољство резултата пословања, пре пандемије Covida-19, изразило је 61,9% испитаника, док је задовољство приходом од туризма у 2020. години (током трајања пандемије) исказало 31,7% испитаника, али је исто толико испитаника имало неутралан став док, мало преко једне трећине испитаника није било задовољно оствареним приходом. Резултати анкете указују да је економски разлог бављења туризмом примаран код 50% испитаника. Међутим, један део ових и одређен број осталих испитаника се у потпуности сложио са тврдњом да се туризмом баве зато што уживају у томе (83,3%). Да је бављење туризмом породична традиција изјаснило се 33,4% испитаника. Иако се више од половине испитаника (52,4%) сложило са тврдњом да је пандемија довела до озбиљног смањења броја гостију у њиховом угоститељском објекту, али да су због отежаног начина рада и недовољно финансијских средстава размишљали о томе да привремено затворе свој угоститељски објекат, сложило се свега 26,2% испитаника. Да у потпуности престану да се баве туризмом размишљало је 16,7%, неодлучно је било 14,3%, док преосталих 69% испитаника није имало такву намеру. Очекивања да ће се број туриста повећати у 2021. у односу на 2020. годину изразила је половина испитаника.

## Дискусија

Чињеница је да је Covid-19 парализовао глобални туризам и пружио прилику за паузирање, преоријентацију и преиспитивање пружалаца услуга за бављење туризмом и угоститељством (Lew et al., 2020). Одрживи опоравак од Covid-19 захтева идентификовање локално прилагођених решења за редефинисање туризма на основу локалних права, интереса и користи (Higgins-Desbiolles, 2020; Rastegar et al., 2021). Аутори Qiu et al., (2020) су установили да становници туристичких дестинација перципирају ризик пословања током пандемије на тај начин да су најпре спремни да се тренутно одрекну финансијске добити, без трајног прекида бављења туризмом.

Важан разлог неразвијености руралног туризма, у већини руралних средина у Србији, су недефинисани стратешки правци развоја и недостатак финансијских улагања (Radović et al., 2018).

Постојећа литература пружа неколико предлога за постизање одрживости у руралним дестинацијама. Међу предложеним приступима је имплементација интегрисаног руралног туризма. То је приступ одоздо према горе који наглашава укључивање локалних актера као кључних у постизању одрживости. Циљ је да се олакша имплементација принципа одрживости како би се омогућило оптимално коришћење ресурса, док се истовремено штите и унапређују. Такође, Mwesiumo et al. (2022) указују да би се постигла рурална одрживост, она мора да укључује додатне елементе као што су одрживост животне средине и оријентација на заједницу, фокусирање на ендегени (унутрашњи) развој и интегрисано планирање (планирање у оквиру ограничења постојећих и предложених туристичких објеката и инфраструктуре).

Аутори Wut et al. (2021) су разматрали и предложили моделе управљања кризом током пандемије Covid-19, који се односе на неколико области, између осталог и на модел едукације и обуке управљања кризом у угоститељству и туризму. Ипак, Karabulut et al. (2020) напомињу да је ефекат Covida-19 тешко предвидети, јер свет до сада није

искусио такву глобалну пандемију. Препознајући значај руралног туризма, UNWTO је 2020-ту, прогласила годином туризма и руралног развоја (Mwesiumo et al., 2022).

Овај рад се бавио истраживањима ставова, односно мишљења само пружалаца туристичких услуга у руралним срединама туристичке регије Западна Србија. У наредном периоду требало би укључити и испитати понашања туриста током предузимања туристичких кретања током и након пандемије Covid-19, као и фактора који утичу на понашање и опредељују посету одређеној руралној дестинацији. Иако је развијен модел „Covid-19 индекс туризма“ (Yang et al., 2020a), као аналитички алат за праћење ефеката туризма током пандемије, да пружа важне информације повезане са потенцијалним опоравком путовања и туризма на глобалном, регионалном и државном нивоу, мали број студија га је применио. Сходно томе, корисно би било применити га и добити такве податке на нивоу Србије, чиме би се дао допринос и међународној статистици туризма.

## **Закључак**

Ова студија је истраживала перспективе развоја руралног туризма оријентисаног на одрживост током трајања пандемије Covid-19 у Западној Србији. Закључак до ког се дошло указује да је утицај пандемије вируса Covid-19 оставио последице по развој туризма и угоститељства руралних области туристичке регије Западна Србија. Пружаоци услуга суочавају се са немалим губицима, у виду смањења броја туриста и прихода. Међутим, кроз сет питања о перспективама даљег развоја туризма и бољим условима пословања у наредном периоду, увидело се да пружаоци услуга углавном имају оптимистичан став.

Истраживање је јасно указало да је као прва од неопходних мера јачања туристичког и угоститељског сектора руралних простора туристичке регије Западна Србија, најбитнија финансијска помоћ државе како би, бројни међу њима, наставили и одржали пословање у овој делатности и у будуће. Израда одређених акционих планова деловања током и опоравка након пандемије, оснивање наменских фондова – подстицаји развоју предузећа (малих и средњих предузећа). Затим, будући да пандемија оставља поред економских и негативне социјалне последице, добро би било у наредном периоду обезбедити адекватну стручну помоћ пружаоцима услуга у виду тренинга усмерених ка јачању и превазилажењу ограничења у пословању и квалитетном пружању услуга. Такође и обавеза придржавања неопходних здравствених мера – обавеза вакцинације пружалаца услуга, као и самих посетилаца–туриста, имала би велики значај за даљи ток туристичких кретања.

© 2022 Serbian Geographical Society, Belgrade, Serbia.

Захвалница: Овај рад је резултат истраживања финансираног од стране Министарства образовања, науке и Технолошког развоја Републике Србије.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Serbia

**Литература** (погледати у енглеској верзији текста)