

TURIZAM I UGOSTITELJSTVO KAO FAKTORI ODRŽIVOG RAZVOJA RURALNIH PROSTORA SRBIJE

Marina Vesić¹, Nikola Todorović²

Apstrakt: Kao jedan od vidova turizma koji iziskuje najmanje ulaganja, a može doneti najviše koristi lokalnom stanovništvu, manifestacioni turizam ima veliku ulogu u održivosti, posebno ruralnih prostora u Srbiji. Značaj ovog vida turizma prepoznat je i u strateški važnim dokumentima na nacionalnom nivou, poput Strategije razvoja turizma, gde je uvršten među pet prioriteta. Terenska istraživanja sprovedena na uzorku inostranih posetilaca, u pogledu motivacije da prisustvuju jednoj od najznačajnijih manifestacija u Srbiji (Saboru trubača u Guči), ukazuju na veliki značaj koji ovaj vid turizma ima. Posebno značajan u vreme kada negativni demografski procesi ozbiljno dovode u pitanje opstanka seoskih područja. Sa druge strane, evidentiran nedostatak odgovarajuće ponude u strukturi ugostiteljskih objekata za smeštaj i nepopularna cenovna politika, mogu imati negativan uticaj na dalji razvoj. Analiza značaja pomenutih uslužnih delatnosti, na primeru Guče, kroz formulisanje konkretnih smernica za održivost, može poslužiti za prevazilaženje negativnih procesa i u drugim ruralnim prostorima Srbije.

Ključne reči: manifestacioni turizam, ugostiteljstvo i hotelijerstvo, održivi razvoj, ruralni prostori, Guča

TOURISM AND HOSPITALITY AS FACTORS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SERBIAN RURAL AREAS

Abstract: As one of the types of tourism that requires the least investment, and can bring the most benefits to the local population, event tourism has a major role in sustainability, especially in rural areas in Serbia. The importance of this type of tourism is also recognized in strategically important documents at the national level, such as the Tourism Development Strategy, where it is included among the five priorities. Field research conducted on a sample of foreign visitors, in terms of motivation to attend one of the most important events in Serbia (Trumpet Festival in Guča), indicates the great importance of this type of tourism. Especially significant at a time when negative demographic processes are seriously participates in the survival of rural areas. On the other hand, the recorded lack of adequate supply in the structure of hospitality facilities and unpopular pricing policy may have a negative impact on further development. The analysis of the importance of the mentioned service activities, on the example of Guča, through the formulation of specific guidelines for sustainability, can serve to overcome the negative processes in other rural areas of Serbia.

Keywords: event tourism, hospitality and hotel industry, sustainable development, rural areas, Guča

¹ Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/3, Beograd
marina.vesic@gef.bg.ac.rs

² Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Studentski trg 3/3, Beograd
nikola.todorovic@gef.bg.ac.rs

UVOD

Uloga i značaj turizma događaja (manifestacionog turizma) u ukupnom udelu rasta turizma u svetskim okvirima je veoma značajna. Manifestacije imaju potencijal da generišu veliki broj usluga u turizmu, kao i potencijal za sponzorstva, bilo da to rade direktno ili indirektno, odnosno nastupaju kao samostalne ili komplementarne turističke vrednosti. Turistička motivacija je odavno konceptualizovana u literaturi i postignut je značajan napredak u istraživanju razloga (motiva) zbog kojih ljudi putuju, a ključna je za razumevanje turističkog ponašanja (Raj & Vignali, 2010). Prema motivima zbog kojih turisti dolaze u ruralne oblasti definišu se različiti oblici ruralnog turizma, među kojima je izdvojen i manifestacioni (Njegovan, Demirović & Radović, 2015). Segmentacija tržišta muzičkih festivala i razumevanje njihovih karakteristika na osnovu motivacije i glavnih faktora privlačnosti je veoma važan za menadžment koji se bavi organizacijom festivala (Becić, 2021). To zapravo utiče na njihovu konkurentnost, koja dalje odražava snagu i sposobnost menadžera da razumeju i prate potrebe i osiguravaju zadovoljstvo učesnika na festivalima, a sa druge strane omogućuje adekvatan razvoj prostora (destinacija) u kojima se održavaju.

Strategijom razvoja turizma Republike Srbije od 2006. do 2015. godine (2006), posebna pažnja posvećena je strateškom pozicioniranju brenda Republike Srbije kao destinacije interesantne turistima, zasnovane samo na određenom broju proizvoda, koji su već oformljeni, ili ih je u kratkom vremenskom periodu moguće pripremiti za međunarodnu komercijalizaciju. Rangirani su sledećim redosledom: gradski odmori („Citi Breaks“); događaji („Događaji“); kružne ture („Touring“); MICE; rečno krstarenje („Cruising“); specijalni interesi (manji broj). Novom Strategijom razvoja turizma Republike Srbije za period od 2016. do 2025. godine (2016), potvrđen je značaj i uloga manifestacionog turizma kao prioritnog. Odnosno, ukazano je na značaj i ulogu manifestacionog turizma kroz podsticanja ruralnog i regionalnog razvoja i smanjenja depopulacije, kao i stvaranja i održavanja pozitivne slike o Srbiji širom sveta. Prema novoj strategiji, manifestacije i seoski turizam svrstani su u kategorije prioritnih aktivnosti koje se moraju kontinuirano razvijati.

Kako navode autori Terzić, Bjeljac & Ćurčić (2015), Sabor trubača u Guči, predstavlja primer dobre prakse kao jedan od najvećih festivala takve muzike u svetu i jednu od najposećenija manifestacija u Srbiji. Zahvaljujući muzičkom festivalu koji postoji od 1961. godine, Guča je postala poznata u svetskim okvirima, kao mesto gde su još uvek zastupljene, očuvane a putem festivala i prikazane tradicionalne regionalne i nacionalne turističke vrednosti ovog kraja Srbije (narodni višeboj, dragačevska svadba, domaća radinost, čuveni svadbarski kupus – gastronomski specijalitet, grnčarija i suveniri). Činjenica je da manifestacije i festivali koji u svom programu nude i hranu, sve više su cenjeni kao značajan deo tržišta kulturnog turizma i od posebnog su interesa pre svega za ruralna područja (Gagić et al., 2013).

U radu će biti prikazani podaci koji ukazuju na najiskorišćenije vrste ugostiteljskih objekata za smeštaja u Guči tokom trajanja muzičkog festivala od strane inostranih posetilaca, anketiranih u 2015. i 2016. godini. Takođe, biće prikazani podaci koji ukazuju na značaj pojedinih motivatora, kao i stepen zadovoljstva posetilaca celokupnom manifestacijom. Cilj je da se ukaže na nedostatke kako u samoj organizaciji festivala, tako i u Guči, budući da je utvrđen značaj ove manifestacije kao jednog od katalizatora razvoj ruralnih prostora putem turizma.

OSNOVNA GEOGRAFSKA, SOCIO-DEMOGRAFSKA I TURISTIČKA OBELEŽJA GUČE

Geografski položaj Dragačeva (kome pripada naselje Guča) od velikog je značaja za razvoj turizma ovog prostora. On obuhvata brdsko-planinsku oblast u zapadnoj Srbiji i

pripada zapadno-moravskom regionu. Reč je o jedinstvenoj prirodno-geografskoj regiji koja se nalazi između Šumadije i Moravičkog Starog Vlaha, odnosno na obroncima planine Jelice, Ovčara, Golupca i Čemerna, a u slivu reka Jelice i Moravice. Najveći deo teritorije pripada opštini Lučani, dok, nesumnjivo najveći turistički značaj pripada naselju Guča, koje je središte istoimene opštine. Za dragačevski kraj se može reći da ima relativno dobro izgrađenu infrastrukturu jer je asfaltnim putevima povezan sa bližim gravitacionim centrima, što ukazuje na široku kontraktivnu zonu. Guča je od Beograda udaljena 160 km, a Lučani 162 km. Od velikog značaja je blizina Ibarske magistrale koja je severna granica opštine i povezuje ovaj deo Srbije sa Beogradom i srednjom Evropom u jednom pravcu i sa Crnom Gorom i Bosnom i Hercegovinom u drugom pravcu (Ristanović, Jokić & Božanić, 2001; Vesić, 2021). Prema Prostornom planu opštine Lučani (2014), u pogledu prostorno-funkcionalnog strukturisanja turističkog prostora Srbije, opština Lučani umerena je ka turističkom klasteru južnozapadne i središnje Srbije i pripada sekundarnim turističkim prostorima. Pogodnost ovakvog položaja uslovljena je pomenutim međunarodnim drumskim pravcem, kao tranzitnim turističkim pravcem. U pomenutom planu konstatovano je da pozitivan impuls daljem razvoju daje kontinuirano povećano učešće inostranih turista u ukupnom broju posetilaca (što pokazuju i dostupni statistički podaci prikazani u Tabeli 1), gde poseban značaj i ulogu u razvoju turizma i promocije Dragačevskog kraja imaju tradicionalne manifestacije, među kojima je Sabro trubača u Guči najznačajnija.

Tabela 1. Broj turista i noćenja u opštini Lučani, za period od 2015-2019³. godine

Godina	Broj turista		Broj noćenja	
	domaći	inostrani	domaći	inostrani
2015.	3.806	6.235	7.965	18.173
2016.	4.990	6.738	9.988	22.574
2017.	5.336	8.446	12.966	24.818
2018.	7.462	9.970	19.879	29.982
2019.	7.629	7.433	20.418	19.620

Legenda: *Podaci nisu dostupni na nivou naselja Guča, pa su korišćeni na nivou opštine Lučani

Izvor: (P3C: Општине и региони у Републици Србији, 2016–2020)

Kao dobar pokazatelj razvoja inostranog turizma u Guči, odnosno Lučanima primetan je veći broj inostranih turista i njihovih noćenja u odnosu na domaće turiste (izuzev u 2019. godini, kada je zabeležen pad broja inostranih turista za oko 2.500 u odnosu na prethodnu 2018. godinu, kao i pad broja ostvarenih noćenja za oko 10.300 u odnosu na 2018. godinu). Sa navedenim izuzecima, ukupan turistički promet u posmatranom periodu zabeležio je kontinuirani rast.

U pogledu strukture smeštajnih kapaciteta u Guči su uglavnom u ponudi objekti komplementarnog tipa (sobe, apartmani, kuće). Takođe u ponudi kao komplementarni vid smeštaja u Guči postoji i kamp, organizovan na dve lokacije. U Guči postoji samo jedan hotel „Nordik Guča” sa 100 ležaja u ponudi.

³ Posmatran je petogodišnji period, od momenta kada su prvi put vršena terenska istraživanja (2015.) do 2019. godine (godina pre izbijanja pandemije virusa Covid19).

Turizam i ugostiteljstvo kao faktori održivog razvoja ruralnih prostora Srbije

Demografske odlike seoskih naselja u kojima ima domaćinstava angažovanih u turizmu mogu biti bitan pokazatelj u prognozama budućeg stanja turizma. Zbog toga je u takvim prostorima veoma važno favorizovati one vrste turizma koji imaju tendenciju daljeg razvoja i održavanja kontinuiteta u budućem periodu (Ilinčić, 2017). Kao najpogodniji za to, upravo se izdvajaju manifestacioni turizam.

Tabela 2. Uporedni pregled broja stanovnika i domaćinstava u Guči, u periodu 1948–2011. g

Guča (varošica)	Godina	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2002.	2011.
	Broj stanovnika		601	754	932	1.378	1.852	2.026	2.022
Broj domaćinstava		221	259	332	467	584	635	663	602
Guča (selo)	Broj stanovnika	2.032	2.060	1.900	1.800	1.907	1.951	2.010	1.955
	Broj domaćinstava	344	372	434	445	550	562	610	618

Извор: (ПЗС, 2014: Упоредни преглед броја становника 1948, 1953, 1961, 1971, 1981, 1991, 2002 и 2011, подаци по насељима; Упоредни преглед броја домаћинстава 1948-2011. и станова 1971-2011., подаци по насељима, преузето из Весић, 2021:64)

Na osnovu podataka u Tabeli 2., može se uočiti pad broja stanovnika u Guči (varošici) u periodu od 2002. godine, dok u Guči (selu) oscilira, ali je pad zabeležen u 2011. godini (55 stanovnika manje nego u 2002. godini). Što se tiče broja domaćinstava u Guči (varošici) primetan je kontinuirani rast od 1948. do 2002. godine, ali je u 2011. godini došlo do pada od 61 domaćinstava u odnosu na prethodnu popisnu godinu. U Guči (selu) i kod broja domaćinstava primetno je osciliranje u posmatranom periodu, međutim, u poslednjoj popisnoj godini 2011-toj u odnosu na 2002. godinu, došlo je do povećanja broja, za 8 domaćinstava. Ovo bi mogao biti pokazatelj neke pozitivne tendencije, koja se uklapa u stanovište Pavlović, Šabić & Vujadinović (2015), da ruralne sredine u razvijenim evropskim državama sve više postaju mesta pogodna za kvalitet života stanovništva. Može se reći da turizam ima uticaj u tome.

METODOLOGIJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

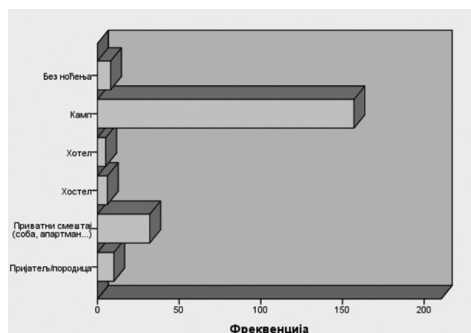
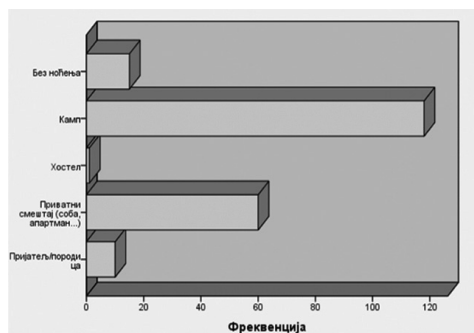
Istraživanje je sprovedeno na osnovu anketnog upitnik, koji se sastojao iz tri dela i bio je namenjen samo inostranim posetiocima i turistima. Prvi deo upitnika sadržao je pitanja o sociodemografskim karakteristikama ispitanika: rezidencijalni status ispitanika, pol, starost i obrazovanje ali i pitanja o dužini boravka, učestalosti posete, korišćenom prevozu, smeštaju, načinu informisanja o festivalu, itd. Drugi deo ankete sastojao se od 31 stavke u vidu motivatora, gde su se ispitanici izjašnjavali na skali Likertovog tipa (1–uopšte mi nije bitno do 5–jako mi je bitno). I treći deo upitnika odnosio se na sveukupno zadovoljstvo posetilaca festivalom (uzimajući u obzir sve faktore i odnos „očekivano–dobijeno“) gde je ispitanicima ostavljena mogućnost da na skali od 1 do 10, zaokruže jedan broj.

Terenskim istraživanjem u 2015. godini, za vreme održavanja manifestacije Sabor trubača u Guči (03.08.-09.08.2015) anketirano je 204 ispitanika, dok je pri istraživanju u 2016. godini (10.08.-14.08.2016), anketirano 218 ispitanika. Prikupljeni podaci iz anketnog upitnika uneseni su i obrađeni u programskom paketu SPSS for Windows, verzija 20.00.

Lokalna samouprava u planiranju i uređenju prostora naselja

Rezultati su prikazani uz upotrebu deskriptivne statistike i grafičkih otkrića. Primarni cilj ovog rada bio je ukazati na nedostatak smeštajnih kapaciteta, te poboljšanje kvaliteta usluga i njihovu cenovnu usklađenost tokom trajanja manifestacije.

U pogledu smeštajnih kapaciteta koje su inostrani turisti koristili tokom boravka, i istraživanje iz 2015-te i 2016-te, pokazuje slične rezultate. Najveći broj ispitanika koristio je kamp tokom obe godine istraživanja (57,8% u 2015. i 72% u 2016.). Razlika u ove dve godine istraživanja je u tome što je u 2015. godini veći broj ispitanika koristio privatni smeštaj (29,5%) u odnosu na istraživanje u 2016. godini (14,7%). Smeštajni kapaciteti vrsta hotela i hostela, bili su najmanje iskorišćeni (svega 0,4% u 2015-toj i 5,1% u 2016-toj). Smeštaj kod porodice/prijatelja koristilo je 4,9% ispitanika u 2015-toj, odnosno 4,6% ispitanika u 2016. godini. U 2015-toj je bio veći broj posetilaca koji nisu ostvarili noćenje (7,4%), odnosno prisustvovali su manifestaciji samo jedan dan. U 2016. godini, 3,7% anketiranih inostranih posetilaca nisu ostvarili nijedno noćenje (Grafikoni 1. i 2.).



Grafikoni 1. i 2. Smeštaj koji su inostrani turisti koristili prilikom boravka na festivalu Sabora trubača u Guči, u 2015. i 2016. godini.

Vezano za suprastrukturnu opremljenost, posebno je bilo interesantno (uzimajući u obzir visok stepen njegove iskorišćenosti) proveriti koliko je kamp kao smeštajna jedinica bitan za inostrane turiste, zbog čega je u anketi formulisan sledeći motivator: „*Postojanje i kvalitet kampa (organizacija, opremljenost, cena)*“. Srednja vrednost odgovora ispitanika (M) prema godinama istraživanja iznosila je: **Sabor trubača u Guči 2015 (M=3.08)**, **Sabor trubača u Guči 2016 (M=3.38)**. Rezultati do kojih se došlo tokom obe godine istraživanja, ukazuju više na neutralan stav i stav ispitanika da im ovaj motivator i nije baš bitan. Imajući u vidu da je najveći broj inostranih ispitanika upravo koristi kamp kao vid smeštaja, stiže se utisak da su ispitanici kod ovog pitanja više ocenjivali trenutno stanje i zadovoljstvo kampom, a ne motivator koji im je bio od značaja u momentu donošenja odluke o putovanju. Dobijene rezultate treba posmatrati u kontekstu činjenice da inostrani posetioци немају више алтернативе за смејтај, управо због тога што Гући недостасу смејтајни капацитети различите врсте и квалитета. У разговору са појединима, прво се то и сазнало, туристи нису користили хотеле и хостеле, јер их такорећи и нема у понуди.

Од значаја за ову тему истраживања су и резултати одговора испитаника по питању мотиватора: „*Вредност добијеног за уложен новач у односу на конкуренцију (друге музичке манифестације)*“. Добијени су следећи резултати: **Sabor trubača u Guči 2015 (M=3.48)**, **Sabor trubača u Guči 2016 (M=3.41)**. Као и код претходног, сматра се да су испитаници више оценјивали своје тренутно задовољство и осећај поводом тога, него што су саму

konstataciju (stavku) posmatrali kao manje bitan motivator pri odluci da prisustvuju festivalu. Ocene ukupnog zadovoljstva festivalom i u **2015. (8,67)** i u **2016. (8,68)** godini ukazuje na gotovo iste (visoke vrednosti), ne odražavaju baš pravu sliku zadovoljstva. Budući da je ocena data u određenom trenutku (možda prvog, možda poslednjeg dana festivala, u zavisnosti od toga kada je ko anketiran) mora se tumačiti sa rezervom.

DISKUSIJA I ZAKLJUČAK

Budući da se vrsta i kvalitet resursne osnove, koja čini ključnu vrednost turističke ponude Srbije, u potpunosti oslanja na kontinentalne resurse, davanje prioriteta manifestacionom turizmu u strateškim dokumentima (kao vidu turizma koji donosi brz profit, uz relativno manja ulaganja), čini se sasvim opravdanim. Manifestacioni turizam doprinosi očuvanju tradicije i autentičnih narodnih obeležja Srbije, prenoseći jasnu poruku socijalizacije među različitim kulturama i nacionalnostima, ujedno stvarajući šansu za sticanje ekonomske dobiti lokalnom stanovništvu, uz minimalna ulaganja (Ilinčić, 2017). Grossi & Mussini (2021) konstatuju da turizam generalno donosi koristi lokalnim zajednicama (npr. nove poslovne mogućnosti, poboljšane komunalne usluge, smeštajnih kapaciteta, dodatni prihod), ali isto tako njegov neravnomeran razvoj, odnosno sezonalnost, može imati negativne društveno-ekonomske posledice zbog koncentracije turista u relativno kratkom periodu. Upravo to se može smatrati svojstvenim baš Guči koja je uglavnom turistički orijentisana na svega nekoliko dana sticanja koristi od turizma, tokom trajanja festivala Sabor trubača u Guči (festival traje pet dana i orgnizuje se uvek u prvoj polovini meseca Avgusta). U svojim istraživanjima Grossi & Mussini (2021) su utvrdili da prevelika koncentracija turista u određenom kratkom vremenu u turističkim mestima dovodi do prekomerne upotrebe resursa (npr. voda, struja) i infrastrukture (npr. gustina saobraćaja). Pored toga, infrastruktura i objekti su često preopterećeni u špicu sezone, nedovoljno su iskorišćeni van sezone, što obeshrabruje dalja ulaganja u sektoru turizam. Takođe, pritisak na lokalnu zajednicu je i ogroman priliv turista za samo nekoliko dana, što može da stvori osećaj otuđenosti, nezadovoljstva, ali i koristoljubja među lokalnim stanovnicima. Ovakvi rezultati se uklapaju i u naša istraživanja. Situacija na terenu je pokazala da lokalno stanovništvo Guče, tokom trajanja festivala često pribegava uvećanju cena osnovnih (smeštaja, hrane i pića u restoranima, kafanama, ali i prehrambenih proizvoda u trgovinskim radnjama) i dodatnih usluga (proizvoda domaće radinosti), što može biti faktor odvratanja posetiocima i turistima i stvoriti negativan imidž kako festivala tako i same destinacije.

Jasno je da prednosti korišćenja svih raspoloživih usluga jednog festivala za lokalne zajednice mogu biti velike, posebno kada je reč o prelivanju inostrane potrošnje. Lokalni prodavci, zanatlije, trgovci, hotelijeri i gostioničari za vreme trajanja festivala uglavnom su potpuno angažovani i zaista mogu da naprave veliki deo svog godišnjeg prihoda tokom i samo jednog vikenda ili par dana trajanja festivala (Vesić, 2020). Međutim, upravo je prednost manifestacioni turizam u tome što utiče na rešavanje problema sezonalnosti, jer se manifestacije mogu održavati tokom čitave godine. Pored Sabora trubača u Guči, Dragačevski kraj je bogat brojnim kulturnim, etnografskim, kao i prirodnim vrednostima, koje se putem manifestacionog turizma mogu uspešno valorizovati, obezbeđujući ravnomernu distribuciju turista tokom čitave godine i rešavajući probleme pritiska tokom kratkog vremenskog perioda.

U cilju prevazilaženja problema neadekvatne materijalne baze razvoja turizma, pre svega suprastrukture, jedna od najbitnijih smernica daljeg razvoja i nadogradnje materijalne baze ugostiteljske ponude u Guči, jeste preporuka za izgradnju manjih porodičnih hotela, ekološki orijentisanih i skladno uklopljenih u ruralnu sredinu. Nasuprot velikim

internacionalnim hotelskim lancima, koji takođe doživljavaju transformaciju prilagođenu autentičnosti destinacije, imamo i pojavu malih porodičnih smeštajnih kapaciteta (hotela) koji omogućavaju organizaciju boravka i odmora po sopstvenom izboru, kao i udovoljavanje sve izraženijim potrebama savremenih turista za kontaktom sa prirodom i lokalnom kulturom i sredinom. Dalje smernice za poboljšanje uslova razvoja manifestacionog turizma, a indirektno i samih turističkih mesta ruralnih prostora u kojima se održavaju, odnose se na korišćenje komparativnih prednosti, odnosno svih raspoloživih resursa, uz ponudu koja podrazumeva i objedinjene pakete osnovnih usluga (smeštaja i ishrane) po pristupačnijim cenama, uz neke dodatne besplatne usluge od strane domaćina ili poklone u vidu autentičnih proizvoda domaće radinosti, suvenira i slično. Najpre, unapred uskladiti cene proizvoda i usluga sa realnim tržišnim kretanjima i ne menjati njihovu vrednost tokom trajanja manifestacije. Raditi na boljoj organizaciji i plasmanu domaćih proizvoda uz pristupačne i konkurentne cene, kako bi se postigao bolji plasman. Subvencijom državnih i lokalnih vlasti uticati na povoljne podsticaje, posebno mladima da se bave turizmom i ugostiteljstvom, kako bi i demografski procesi bili što povoljniji i uticali na opstanak ruralnih prostora Srbije.

LITERATURA I IZVORI PODATAKA

Gagić, S., Tešanović, D., Ivkov-Džigurski, A., Pivac, T. & Jovičić, A. (2013). Motives and attitudes of food and drink festival visitors: A case study of Serbia. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 11 (1), pp 1055–1059.

Grossi, L. & Mussini, M. (2021). Seasonality in tourist flows: Decomposing and testing changes in seasonal concentration. *Tourism Management*, Volume 84, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104289>.

Ilinčić, M. (2017). Manifestational Tourism in the Function of the Central Serbia Rural Areas' Development-An Example of Such a Manifestation „Guča Trumpet Festival“. *Zbornik radova -University of Belgrade, Faculty of Geography*, Vol. LXV, No. 1, pp 25–39.

Njegovan, Z., Demirović, D. & Radović, G. (2015). Upravljanje održivim razvojem ruralnog turizma u Vojvodini. *Škola biznisa*, 1, str. 68–79.

Павловић, М., Шабић, Д. и Вујадиновић, С. (2015). Теоријске основе истраживања руралног простора. У Павловић, М., Шабић, Д. и Вујадиновић, С. (ур.): Развојни потенцијали и ограничења ревитализације руралног простора Централне Србије, (стр. 11–27). Београд: Универзитет у Београду - Географски факултет.

Просторни план општине Лучани. (2014). АРХИПЛАН Д.О.О. за планирање, пројектовање и консалтинг Аранђеловац, доступно на <https://fliphtml5.com/upva/cshc/basic>, приступано 20.04.2022.

Raj, R. & Vignali, C. (2010). Creating local experiences of cultural tourism through sustainable festivals. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 1 (1), pp 51–67.

Републички завод за статистику. (2016–2020). Општине и региони у Републици Србији, Туристи и ноћења туриста, по туристичким местима, 2015., 2016., 2017., 2018. и 2019., приступано 22.12.2020.

Ristanović, B., Jokić, I. & Božanić, T. (2001). Nacionalne turističke vrednosti dragačevskog kraja u procesu globalnih trendova u turizmu. *Časopis Turizam*, 5, str. 91–92.

Стратегија развоја туризма Републике Србије од 2006. до 2015. године, (2006). Хорват Консалтинг, Загреб, Економски факултет, Београд, Министарство трговине и туризма Републике Србије, Београд. Службени гласник РС, бр. 91/2006.

Turizam i ugostiteljstvo kao faktori održivog razvoja ruralnih prostora Srbije

Стратегија развоја туризма Републике Србије за период 2016–2025. године. (2016). Влада Републике Србије, Београд: Министарство трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије.

Terzić, A., Bjeljac, Ž. & Ćurčić, N. (2015). Common Histories, Constructed Identities: Intangible Cultural Heritage and the Rebranding of Serbia. *International Journal of Intangible Heritage*, 10, pp 102–120.

Vesić, M. (2020). Uticaj manifestacionog turizma na ugostiteljski sektor i socio-kulturni razvoj lokalnih zajednica. Osmi naučno-stručni skup sa međunarodnim učešćem: „Lokalna samouprava u planiranju i uređenju prostora i naselja”, *Zbornik radova*. Asocijacija prostornih planera Srbije, Univerzitet u Beogradu – Geografski fakultet, Beograd, str. 209–215.

Весић, М. (2021). Манифестациони мотиви у функцији развоја иностраног туризма у Србији. Докторска дисертација. Београд: Универзитет у Београду – Географски факултет.