

## ИНФОРМАЦИОНО-КОМУНИКАЦИОНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ КАО ПРЕТПОСТАВКА УСПЕШНОГ РАЗВОЈА РУРАЛНОГ ТУРИЗМА У РЕПУБЛИЦИ СРБИЈИ

ПРЕДРАГ М. ВУКОВИЋ

predrag\_v@iep.bg.ac.rs

ВЕСНА Ж. ПОПОВИЋ

vesna\_p@iep.bg.ac.rs

Институт за економику пољопривреде  
Волгина 15, Београд, Србија

**САЖЕТАК:** Убрзани развој информационих и комуникационих технологија (ИКТ) данас је пронашао широку примену у бројним делатностима. Неопходно је сагледати могућности примене и утицаја ИКТ на развој руралног туризма. Имајући у виду да се рурални туризам у Србији налази у иницијалним фазама развоја, очекивања су да би примена ИКТ могла да допринесе повећању туристичког промета, смањењу трошкова промоције, смањењу трошкова пословања, јачању конкурентности руралних туристичких дестинација, итд. У раду је сагледан карактер и динамика досадашњег развоја руралног туризма у Србији и Европи. Анализирана су досадашња искуства у примени ИКТ у туризму. Изршено је испитивање утицаја ИКТ на конкурентност Србије као туристичке дестинације корелационом анализом. Указано је на нужност формирања јединствене базе података смештајних капацитета руралног туризма и значај њиховог повезивања на неки од глобалних дистрибутивних система (ГДС). Очекивања су да би се укључивањем ИКТ у пословање у руралном туризму остварио већи промет, приходи и боља промоција руралних туристичких дестинација и омогућило боље праћење карактера, динамике и интензитета његовог развоја.

Имајући у виду позитиван утицај ИКТ на резултате пословања, очекивања су да би се и конкурентност Србије као туристичке дестинације повећала.

КЉУЧНЕ РЕЧИ: рурални туризам, информационе и комуникационе технологије, дестинација, менаџмент, интернет, база података

JEL: M15, R41, Q12

Технолошки прогрес и туризам се комплементарно развијају дуго година [Buhalis 2008: 609-623; Sheldon 1997; Poon 1993; итд.]. Међутим, док с једне стране расте и развија примена ИКТ у свим сферама људског деловања, дотле с друге стране недостају литература и информације о њеној примени у руралном туризму [Акса et al. 2007: 404–413].

Карактеристика понуде руралних туристичких дестинација је физичка, социјална и културна дистанца од тражње смештене у градским центрима. Проблем размене је отежан и додатно се може искомпликовати уколико недостају адекватне „пословне вештине” како би се рурална туристичка понуда приближила тражњи [Forstner 2004: 500].

Туристички дистрибутивни канали виде се као „мост” између понуде и тражње [Pearce et al. 2013: 50], а улога посредника је управо у изнајлажењу начина да се олакша процес размене [Clerides et al. 2008: 372–392; Medina-Murioz et al. 2003: 135–147; Curtin et al. 1999: 135–147].

Класични облик посредовања између понуде и тражње који је био присутан у туристичком пословању данас је осавремењен применом ИКТ [Buhalis et al. 2005: 7]. Примена ИКТ учинила је да се удаљеност туриста од дестинација данас може сматрати ирелевантном за нормалан ток туристичког пословања. Мала рурална предузећа захваљујући ИКТ могу равноправно да учествују у конкурентској борби на туристичком тржишту с „урбаним” предузећима и у том смислу могу да остваре одређену врсту конкурентске предности [Allen et al. 1993: 30–33].

Како би се поспешео развој руралног туризма, који се налази у иницијалним фазама развоја у Србији, неопходно је користити иновациона знања и средства која стоје на располагању. У том смислу јача улога примене савремених ИКТ. Изостанак примене ИКТ може да доведе до смањења тражње за одмором у руралној туристичкој дестинацији, смањења економских активности, а тиме може негативно да утиче и на развој руралних подручја, односно може да доведе до смањења потенцијалних инвестиција у рурална подручја [Premkumar et al. 1999: 467–484].

## ПРИМЕНА ИКТ У РУРАЛНОМ ТУРИЗМУ

ИТ је заједнички термин који се даје најновијим развојним дешавањима у моду електронских и компјутерских механизма и комуникационих технологија, који се користе за аквизицију, обраду, анализу, чување, проналажење, дисеминацију и примену информација. На макроекономском нивоу, ИТ постају инструмент у развоју и просперитету региона (дестинација), с обзиром на то да одређују њихову конкурентност на гло-

балном тржишту. На микроекономском нивоу, ИТ прожимају све функције стратешког и оперативног управљања и утичу на конкурентност предузећа [Buhalis 1998: 409].

Брзи развој ИКТ олакшава туристима приступ информацијама од значаја за њихово путовање и истовремено побољшава квалитет искуства туристичком дестинацијом [Neuhofer et al. 2012; Buhalis et al. 2008: 609]. Због тога савремено пословно окружење у туризму, али и у другим гранама привреде, мора бити у складу с потенцијалима које пружа примена ИКТ [Van Limburg 2012: 119–132].

Бич (Beech) и сарадници [Beech et al. 2006: 252] наводе ИТ системе и апликације који се користе у туризму:

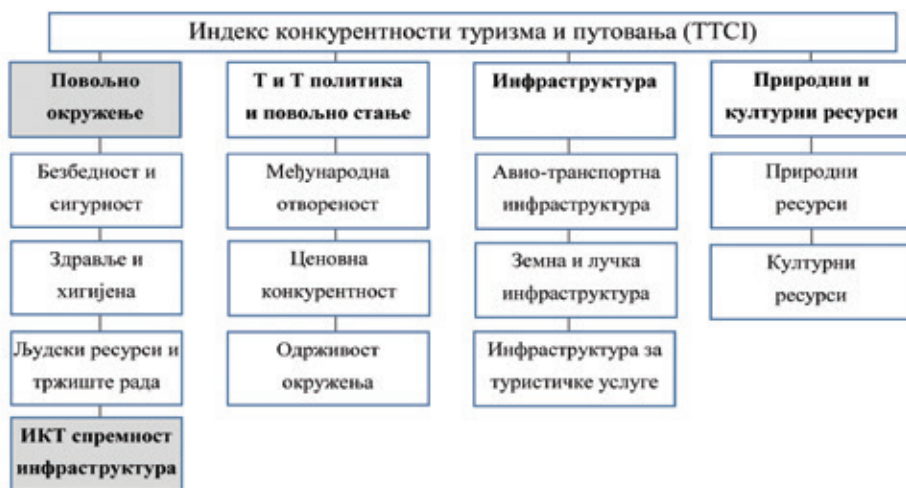
- интернет / интранет / екстранет;
- апликације за управљање набавком резервацијама, рачуноводством и сл.;
- системи за подршку у одлучивању, менаџмент информациони системи;
- базе података;
- компјутерски резервациони системи (КРС);
- глобални дистрибуциони системи (ГДС);
- системи за управљање дестинацијама;
- интерактивна дигитална телевизија;
- „touch-screen” терминали;
- остало.

Они, такође, истичу и функције у туризму и угоститељству које су подржане од стране ИКТ [2006: 253]:

- front office: резервације, пријављивање, плаћање;
- back office: маркетинг, рачуноводство, људски ресурси, услуге потрошачима;
- комуникација са потрошачима и партнерима;
- истраживање маркетинга;
- праћење индикатора продуктивности и профитабилности;
- контрола пословних процеса и особља;
- остало.

## УТИЦАЈ ИКТ НА КОНКУРЕНТНОСТ ТУРИСТИЧКИХ ДЕСТИНАЦИЈА

У извештају Светског економског форума (*World Economic Forum* – WEF) о туристичкој конкурентности земаља као дестинација, који се публикује редовно годишње, као један од индикатора на бази кога се израчунава индекс туристичке конкурентности сваке земље, између осталих, наводи се „ИКТ индикатор” који се налази у „стубу” пословно окружење (Слика 1).



Слика 1. Структура индекса конкурентности туризма и путовања (ТТСИ),  
Свејској економској форуму за 2017. годину

Извор: [TTCI Report 2017 World Economic Forum – The Travel & Tourism Competitiveness Index 2008, стр. xiv]

Увидом у Извештај *Свејској економској форуму* уочава се да ИКТ инфраструктуру (*ICT readiness* – спремност за употребу) конституишу: 1) ИКТ који се користи за „бизнис за бизнис операције” (B2B); 2) коришћење Интернета за „бизнис потрошачке трансакције” (B2C); 3) интернет корисници; 4) фиксна широкопојасна Интернет претплата; 5. претплата на мобилни телефон; 6. претплата на мобилну широкопојасну мрежу; 7. покривеност мобилне мреже; 8. квалитет снабдевања електричном енергијом. Република Србија се према овом индикатору у 2017. години налазила на 57. месту, а ранг у протеклом периоду од 2007. до 2017. за који је ИКТ мерен и публикован с укупним индексом конкурентности туризма и путовања (ТТСИ) у Извештајима Светског економског форуму приказан је у Табели 1.

Табела 1. Ранг и вредност ТТСИ и ИКТ инфраструктура за Србију од 2007. до 2017.

		Године	2007.	2008.	2009.	2011.	2013.	2015.	2017.
		Укупан број мерених земаља	124	130	133	139	140	141	136
Србија	ТТСИ	Ранг	61	78	88	82	89	95	95
		Резултат	4,2	3,8	3,7	3,9	3,8	3,3	3,4
	ИКТ спремност	Ранг	46	57	63	62	49	56	57
		Резултат	3,3	2,8	2,9	3,3	3,9	4,45	4,8

Извор: [WEF, 2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015; 2017]

Како би се утврдила јачина везе између конкурентности Србије као туристичке дестинације и развијености ИКТ инфраструктуре коришћен је SPSS (*Statistical Program Software System*) програмски пакет (Табела 2). Постављене су хипотезе:

$H_0$ : Не постоји корелациона веза између конкурентности Србије као туристичке дестинације (ТТСИ) и ИКТ инфраструктуре (*ICT readiness*).

$H_1$ : Постоји корелациона веза између конкурентности Србије као туристичке дестинације (ТТСИ) и ИКТ инфраструктуре/спремности (*"ICT readiness"*).

Табела 2. ТТСИ и ИКТ спремност стуб корелациона матрица за Србију у периоду од 2007. до 2017.

		TTCI	ICT readiness
TTCI	Pearson Correlation	1	0,434
	Sig. (2-tailed)		0,033
	N	7	7
ICT readiness	Pearson Correlation	0,434	1
	Sig. (2-tailed)	0,033	
	N	7	7

Извор: Истраживање аутора на бази података Светског економског форума

Из Табеле 2 види се да је утврђена вредност Пирсоновог коефицијента корелације 0,434 при нивоу значајности  $\alpha=0,01$ . Закључујемо с поузданошћу од 99% да има доказа да се одбаци нулта хипотеза и да се тврди да постоји позитивна корелација између посматраних варијабли.

## РАЗВИЈЕНОСТ РУРАЛНОГ ТУРИЗМА У ЕВРОПИ И СРБИЈИ

Развој руралног туризма у Европи прати организација *European Federation of Rural Tourism (EuroGites)* коју су формирале 34 професионалне организације из 27 земаља. Према подацима објављеним на званичном сајту ове организације [Eurogites] процењује се да у Европи постоји 500.000 малих и микро-предузетника који се баве руралним туризмом. У понуди се налазе различите врсте пансионских и ванпансионских услуга. Процена организације је да рурални туризам покрива 15% смештајних туристичких капацитета Европе и да се тржиште руралног туризма састоји од око 190.000 смештајних објеката с капацитетом од 1,7 милиона кревета. Треба имати у виду његов растући потенцијал, као и чињеницу да се око 90% свих регистрованих смештајних објеката руралног туризма налази у земљама чланицама ЕУ. Статистичко праћење попуњености капацитета на руралним подручјима показало је да оно варира између 10 и 50% у

зависности од атрактивности дестинације. Учешће фарми које нуде неку врсту смештаја туристима у Аустрији процењено је на 8%, у Немачкој 4%, у Холандији 3%, у Француској 2,8%, у Италији на око 2% итд. Такође, процењује се да смештај на фармама, у приватним сеоским кућама, у малим породичним пансионима и хотелима привлачи директну годишњу туристичку потрошњу од око 12 милијарди евра. Укључујући локално додату вредност и мултипликоване ефекте које туризам има, тај износ достиже око 26 млрд. евра у корист европске сеоске привреде. Ако се овим подацима додају и једнодневни излети, а узевши у обзир и чињеницу да је стварна понуда двоструко већа од званично регистроване, процењује се да укупан утицај руралног туризма у европским руралним подручјима прелази 65 милијарди евра. Број директно и индиректно запослених процењује се на око 500.000 лица. Ови подаци изнети су на *Првом евројском конгресу о руралном туризму* одржаном 2003. године у Ханеу у Шпанији у организацији Eurogites-а. Иначе, ове податке у Србији презентовао је и Центар за одговорни и одрживи развој руралног туризма *CenORT* [CenORT].

Према подацима из маја 2018. године преузетим са сајта *Eurogites*, у понуди руралног туризма Европе у том тренутку налазило се од 5 до 6,5 милиона кревета. Они су лоцирани у више од 400.000 смештајних јединица. За рурални туризам везано је више од 100.000 различитих врста услуга које доносе више од 900.000 директних и индиректних послова, чиме се доноси око 100 милијарди евра прихода руралним подручјима.

У *Масџер илану одрживој развоја руралног туризма у Србији* [2011: 15] који је сачињен у сарадњи 106 локалних туристичких организација Србије, наводи се да рурални туризам у Србији обухвата 2,7 милиона ноћења, што представља збир појединачних ноћења у руралном туризму од 145.354 и броја општих туристичких ноћења употребљивих за рурални туризам од 2.556.128. Рурални туризам обезбеђује више од 32.000 лежаја (регистрованих и нерегистрованих), с тим што се 10.000 лежаја налази искључиво на селу. Процена је да укупан број лежаја годишње донесе више од 5 милијарди динара прихода и 5 милијарди динара директних прихода сектору туризма. Приход од 10 милијарди динара не укључује посетиоце који бораве најмање једну ноћ или остају код пријатеља или рођака и не укључује индиректан допринос локалној економији у погледу прихода и запослења. Приход од 10 милијарди динара представља 16% директног БДП-а од путовања и туризма, како је израчунао Светски савет за путовања и туризам у Србији за 2010. годину, што укупно износи 62,4 милијарде динара [*Масџер илан одрживој развоја руралног туризма у Србији*, 74–75].

На бази података из ових извора закључује се да рурални туризам већ данас представља важан чинилац у развоју туризма у Србије. Међутим, треба имати у виду чињеницу да подаци изнети у поменутом документу (*Масџер илан*) нису комплетни, јер ни једна организација и институција у Србији није задужена за званично праћење динамике, карактера и интензитета развоја руралног туризма. Такође, треба имати у виду да изнети подаци представљају делом резултат спроведеног истраживања на пригодном узорку, а делом су резултат слободне процене аутора овог документа.

Дакле, нису потпуни. За потребе израде поменутог плана (*Мастџер ѿлан...*) било је укључено 106 локалних туристичких организација, али не и све, те према изнетим подацима постоји извесна резерва.

### ТРАДИЦИОНАЛНИ И НОВИ ДИСТРИБУТИВНИ СИСТЕМИ У ТУРИСТИЧКОМ ПОСЛОВАЊУ

Туристи траже информације о дестинацији пре него што се одлуче за путовање, односно пре него што дођу у туристичку дестинацију [Sheldon 1993: 633–649]. Шема информационих канала у туристичкој привреди приказана је у Табели 3.

Табела 3. Информациони канали у туристичкој индустрији

Локација информационих потреба (тражње)	Само информације		Резервације	
	Електронски	Традиционално	Електронски	Традиционално
Пре путовања	- Видеотекст; - CD-ROM; - КРС; - ДИС у НТО.	- Књиге – водичи; - Брошуре.	- Приступ путничким агенцијама преко КРС; - Рачунарски приступ КРС; - ДИС у НТО.	- Телефон; - Пошта; - Факс.
У туристичкој дестинацији	- Јавни приступ информацио- ном терми- налу; - Брошуре; - ТВ канали.	- Књиге-водичи; - ТИК.	- ТИК	-

Извор: [Sheldon 1993: 636].

Напомена: КРС – Компјутерски резервациони систем, ДИС – Дестинацијски информациони систем, ТИК – Туристичка информациона канцеларија.

Haines [1994: 50–63] истиче да ДИС малим носиоцима туристичке понуде омогућава да остану у конкурентској борби с великим туристичким компанијама које имају потпун приступ софистицираној ИТ и састоји се из:

- *База података о производима*: Садржи податке о смештајним капацитетима, саобраћају, атракцијама и објектима јавног карактера;
- *Базе података о пошрошачима*: Садржи детаље о профилу (историја потрошача, капацитет, информације садашњих и потенцијалних путника);
- *Маркетинг средстава*: Свеобухватни критеријуми селекције и могућности сакупљања адреса, могућности релационих база података, сумарне информације за маркетинг планирање;



- *Проналажење информација*: Механизам који омогућава лако проналажење информација релевантних за кориснике;
- *Резервација*: Способност да се информације о профилу потенцијалног клијента чувају и да се резервише читава „скала” различитих туристичких услуга;
- *Дистрибуција*: Способност да се понуди све претходно путем комуникационе технологије.

Како би указала на предности коришћења ИКТ у туристичком половању Светска туристичка организација је 2007. године показала предности на шематски начин. На сликама 2 и 3 приказана је разлика између традиционалних и нових дистрибутивних канала (Интернет) повезивања према виђењу Светске туристичке организације [UNWTO 2007: 73].



Слика 2. Традиционални путни дистрибутивни системи

Извор: [UNWTO 2007: 73]

Традиционални системи садрже мрежне канале:

- директни канали између понуђача и потрошача;
- дестинацијске маркетинг организације (ДМО) које имају улогу да олакшају процес куповине пружањем информација о туристичким производима у различитим промотивним средствима;
- туристички посредници (туристички агенти, туроператори);
- наменске технологије као што су глобални дистрибутивни систем (ГДС) (*Amadeus, Galileo, Sabre*, итд.) и централни резервациони систем (ЦРС).

Светска туристичка организација под дистрибутивним системима у настајању подразумева све оне системе који користе интернет техно-



логије с којима је унапређено пословање, јер је омогућено да потрошачи путем Интернета имају приступ широком спектру информација о различитим туристичким дестинацијама, односно туристичким производима и да на основу расположивих информација, као и одговарајућих „алата“ које нуде савремене ИКТ, креирају своје путовање и боравак у дестинацији на начин који им највише одговара [UNWTO 2007: 73].



Слика 3. Нови дистрибутивни системи

Извор: [UNWTO 2007: 73]

## НЕОПХОДНОСТ ФОРМИРАЊА БАЗЕ ПОДАТАКА РЕЦЕПТИВНИХ КАПАЦИТЕТА РУРАЛНОГ ТУРИЗМА

Пракса у појединим земљама показала је утицај ИТ на одређене категорије пословања (на пример, мали бизнис и предузетништво), затим утицај на развој појединих региона (на пример, руралних или урбаних), као и утицај на развој локалних економија који је од виталног значаја [Premkumar 1999: 467–484].

Акца и сар. [2007: 406–407] истичу да ИКТ становницима руралних подручја омогућава:

- рекламирање руралних туристичких производа;
- коришћење е-трговине;
- трансфер знања из урбаних у рурална подручја и обрнуто;
- апликације у званичну државну процедуру – на пример, апликације за средства из различитих државних фондова, као што су средства предвиђена за стимулацију развоја руралног туризма и сл.;
- примену Географског информационог система (ГИС) у туристичком менаџменту с природним и антропогеним ресурсима, итд.

Пословање путем ИКТ неминовно доводи до нестајања класичних туристичких посредника. Оправдано је очекивати да се у туристичком пословању у будућности појави експанзија нових електронских посредника. Тренутно се у Србији у туристичком пословању посредници користе апликацијама глобалних дистрибутивних система (ГДС) *Amadeus* и *Galileo* који последњих година бележе раст [Pavlović et al. 2008: 148–156].

Ипак, и поред убрзаног развоја ИКТ још увек не постоји централни сервер на светском нивоу за потребе руралног туризма, с базама података које обједињавају податке прикупљене са свих сервера, што имплицира да се у будућности може очекивати формирање једне глобалне базе података која ће бити у могућности да прикупи, интегрише, процесуира и тржишту понуди добро организоване податке из ове области [Тодоровић и др. 2009: 110].

Од 2006. године компанија *Pegasus Solutions Inc.* [Pegasus] која је глобални лидер у напредним технологијама и услугама за хотеле и туристичке дистрибутере и представља највећи светски сервис репрезентовања хотела, с највећим централним резервационим системом, највећим системом за процесирање електронске резервације путем интернета и глобалним дистрибутивним системом (*Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre*) као и највећим системом за процесирање агенцијских провизија у свету, послује у Србији преко компаније *Congrexpo d.o.o.* [Congrexpo]. Мисија компаније је да максимизира приходе и профитабилност хотела и посредника у туризму широм света, обезбеђујући коришћење најнапредније и најинновативније технологије у туристичкој индустрији [еКарџа]. На овај начин угоститељски објекат постаје приступачан у више од 650.000 туристичких агенција широм света и расположив је за резервисање у било којем делу света. На овај систем прикључен је одређени број хотела у Србији (*Србија, Union, Aleksandar Place, N, Gymnass* итд.). Овиме је омогућено да смештајни објекти буду на располагању туристима, односно туристичким агенцијама из читавог света [еКарџа]. У Централни резервациони систем Србија укључен је и *on-line* систем *Booking Serbia* [Booking Serbia] преко кога је предвиђена и резервација смештајних јединица руралног туризма (сеоска домаћинства, салаши, виле, пансиони, итд.). На овај начин омогућено је да се и мале смештајне јединице прикључе на један глобални дистрибутивни систем.

Међутим, оно што се јавља као проблем је што у систем нису укључени сви смештајни објекти руралног туризма Србије, односно што листа није ажурирана. Између понуде која се налази на *on-line* систему *Booking Serbia* и базе података која за сада има највећу смештајну понуду руралног туризма у Србији презентовану на Интернет страници *Сеоски туризам Србије* [Seoski turizam Srbije; Seoski turizam u Srbiji] тренутно не постоји веза. Очекивања су да би се у догледној будућности оваква веза (*link*) могла успоставити и потенцијалним туристима, односно туристичким агенцијама би се на овај начин могла понудити комплетна смештајна понуда руралних туристичких дестинација. Алтернатива је да би се могао направити посебан Интернет сајт с понудом смештајних капацитета

руралног туризма, преко кога би се вршиле све услуге које иначе овакви информациони системи омогућавају.

Националну асоцијацију *Сеоски туризам Србије* основало је девет удружења 2002. године и данас (2018) удружење броји више од 500 чланова. Током 2004. године Интернет клуб је поставио презентацију [www.selo.co.yu](http://www.selo.co.yu) која је пројектована као база података укупне сеоске туристичке смештајне понуде. У 2005. години у реализацију пројекта *Промоција сеоског туризма у Србији*, укључене су све општине и туристичке организације општина и градова које имају понуду руралног туризма. Током година интернет сајт је бележио континуиран раст броја посетилаца, а у 2006. години преко 200 сеоских домаћинстава која се налазе у бази података овог сајта добило је 90% гостију управо посредством сајта. Захваљујући резултатима рада Интернет сајта, Национална асоцијација *Сеоски туризам Србије* је члан и активни представник Србије у *Евројској федерацији руралног туризма* (EUROGITES), а као покровитељи рада интернет сајта јављају се Министарство трговине, туризма и телекомуникација, Министарство пољопривреде и заштите животне средине, Делегација Европске уније у Републици Србији, UNWTO, EUROGITES, као и Амбасада САД [Seoski turizam Srbije – Selo.rs].

Овове треба додати чињеницу да Туристичка организација Србије (ТОС) тренутно (2018) ради на изради јединствене базе свих регистрованих смештајних капацитета руралног туризма. Према информацијама из ТОС-а, база ће бити представљена на новој Интернет страници која се налази у припреми. Такође, тренутну базу смештајних капацитета ТОС је публиковала у *Каталогу сеоских туристичких домаћинстава* из 2017. године.

## ЗАКЉУЧАК

Тренд диверзификације туристичких производа који је карактеристичан како за међународно, тако и за домаће туристичко тржиште, погодује развоју руралног туризма у Србији. Добре ресурсне основе које Србија поседује иду у прилог овој тврдњи.

Рурална подручја чине 84% територије Србије и на овим подручјима живи према резултатима Пописа из 2011. године око 44% укупног броја становника. Такође, Србију карактеришу: велики географски диверзитет територије (од Панонске низије на северу, преко брдско-планинског подручја карактеристичног за средишње подручје, до изразито планинског подручја карактеристичног за југ, југоисток и југозапад Србије), мултиетничност (у Србији живи око 30 народа и народности), добра еколошка очуваност природног амбијента (пет националних паркова, велики број заштићених подручја природе), богата гастрономска пунуда с дугом традицијом, као и богато антропогено наслеђе. Све бројне ресурсне могућности погодују креирању и развоју великог броја различитих руралних туристичких производа. Међутим, као један од одлучујућих ограничавајућих фактора у развоју види се просторна удаљеност туристичке понуде до

тражње. Како би се „јаз” премостио, јача улога савемених ИКТ у улози туристичких посредника у туристичком пословању. Трендови у туристичком пословању упућују да се традиционални начин посредовања данас све више замењује применом савемених ИКТ.

ИКТ су почеле убрзано да се развијају након Другог светског рата, а тренд је убрзан од осамдесетих година 20. века. Данас су ИКТ нашле примену у свим сферама пословања, па и у туристичком. Ово се првенствено односи на масовне видове туризма (туризам на морској обали и одмори у планинским „ски” ристортима). Међутим, примена ИКТ осетно заостаје у руралном туризму како у Србији, тако и у свету. Разлози су:

- рурални туризам у већини земаља, као и у Србији, почео је да се развија од седмдесетих година 20. века и није се још у пуној мери развио и прилагодио тржишним трендовима;
- низак ниво информатичке писмености локалних интересних група (стејкхолдера) у руралним подручјима;
- недовољна друштвено-економска развијеност руралних подручја;
- незаинтересованост локалне привреде и самоуправе за инвестирање у развој руралног туризма, итд.

Примена савемених ИКТ захтева подизање нивоа ИТ писмености локалног становништва, које у Србији није на задовољавајућем нивоу. У ове програме едукације морају бити укључени све интересне групе из јавног и приватног сектора (министарство, локалне туристичке организације, регионалне приврене коморе, локална самоуправа, удружења предузетника итд.). Организација едукативних активности требало би да буде организована према хоризонталном принципу (*top and down* систему) од Министарства туризма, Министарства пољопривреде, Туристичке организације Србије, регионалних привредних комора, локалне самоуправе, све до власника сеоских туристичких домаћинстава.

У Србији већ дужи низ година послује ГДС систем *Amadeus* с добрим резултатима, а последњих година присутан је и систем *Galileo* који бележи раст. Они су своје пословање до сада углавном везали за авио-индустрију и хотелске услуге, а то се мора мењати.

У свету још увек не постоји јединствена база података руралне туристичке понуде, твз. понуда руралних туристичких производа. Организације које се баве руралним туризмом на међународном и регионалном нивоу (као на пример, EUROGITES и сл.) на својим Интернет страницама упућују на национална удружења и асоцијације руралног туризма. Јединствена база података руралне туристичке понуде не постоји ни у Србији. Постојеће листе смештајних капацитета су некомплетне и не ажурирају се редовно.

Уколико би се једна оваква база повезала на неки од ГДС, понуда руралних туристичких производа учинила би се доступним не само домаћим, већ и иностраним туристима. Резултати би били: већи туристички промет, већи приходи од туризма, већи број туристичких ноћења, итд. Ово

би се позитивно одrazilо на развој руралних туристичких дестинација и на повећање њихове конкурентности. Туристи су данас у великој мери упућени на употребу ИКТ. На овај начин би ИКТ допринео развоју руралног туризма и уједно помогао да се превазиђе проблем руралног развоја, који је евидентно присутан (депопулација, миграција становништва у урбане градске центре, смањење макроекономских података итд.).

## ЗАХВАЛНИЦА

Рад је део истраживања на пројекту ИИИ 46006 – „Одржива пољопривреда и рурални развој у функцији остваривања стратешких циљева Републике Србије у оквиру Дунавског региона”, који финансира Министарство просвете и науке Републике Србије.

## ЦИТИРАНИ ИЗВОРИ И ЛИТЕРАТУРА

- Мастер план одрживог развоја руралног туризма у Србији (2011). UNDP, Министарство трговине, туризма и телекомуникација Републике Србије.
- Тодоровић, Марина и Снежана Штетих (2009). *Рурални туризам*. Београд: Географски факултет.
- Ака, Hasan; Murat Sayili and Kemal Esengun (2007). Challenge of rural people to reduce digital divide in the globalized world: theory and practice, *Government Information Quarterly*, XXIV (2): 404–413.
- Allen, John C.; Bruce B. Johnson, Larry F. Leistritz (1993). Rural Economic Development Using Information Technology: Some Directions for Practitioners, *Economic Development Review*, XI (4): 30–33.
- Beech, John and Simon Chadwick (2006). *The Business of Tourism Management*. Essex: Prentice Hall/Financial Times.
- Buhalis, Dimitrios (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry, *Tourism Management*, XIX (5): 409–421.
- Buhalis, Dimitrios and Rob Law (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of e-tourism research. *Tourism Management*, XXIX (4): 609–623.
- Buhalis, Dimitrios and Peter O’Conor (2005). ICT Revolutionizing Tourism. *Tourism Recreation Research*, XXX (3): 7–16.
- Clerides, Sofronis; Paris Nearchou and Panos Pashardes (2008). Intermediaries as quality assessors: Tour Operators in the travel industry. *International Journal of Industrial Organization*, XXVI (1): 372–392.
- Curtin, Susanna and Graham Busby (1999). Sustainable Destination Development: the Tour Operator Perspective. *International Journal of Tourism Research*, 1: 135–147.
- Forstner, Kathrin (2004). Community Ventures and Access to Markets: The Role of Intermediaries in Marketing Rural Tourism Products. *Development Policy Review* XXII (5): 497–514.
- Haines, Philip (1994). Destination Marketing System. In: W. Schertler, B. Schmid, A.M. Tjoa, and H. Werthner (eds.): *Information and Communications Technologies in Tourism*. Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria, Wien: Springer-Verlag, 50–63.

- Medina-Murioz, Rita D.; Diego R. Medina-Murioz and Juan M. Garcia-Falcon (2003). Understanding European tour operators' control on accommodation companies: an empirical evidence. *Tourism Management*, XXIV (2): 135–147.
- Pavlović, Danijel and Vesna Spasić (2008). The Effects of the Application of Modern Information Technology in the Operations of Small Travel Agencies. *Turizam i hotelijerstvo*, V (1): 148–156.
- Pearce, Douglas G. and Christian Schott (2013). Tourism Distribution Channels: The Visitors' Perspective. *Journal of Travel Research*, XLIV (August): 50–63.
- Poon, Auliana (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Oxford: CAB International.
- Premkumar, G. and Margaret Roberts (1999). Adoption of New Information Technologies in Rural Small Businesses. *The International Journal of Management Science*, 27: 467–484.
- Sheldon, Pauline J. (1993). Destination Information Systems. *Annals of Tourism Research*, 20: 633–649.
- Sheldon, Pauline (1997). *Tourism Information Technologies*, Oxford: CAB.
- UNWTO (2007). *A Practical Guide to Tourist Destination Management*, Madrid.
- Van Limburg, Bob (2012). Visiting suriname, using dart to analyze a visitor's perspective in a co-creation environment. *Information Technology and Tourism*, XIII (2): 119–132.
- World Economic Forum (WEF). TFCI Report за 2007, 2008, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017.

#### ЕЛЕКТРОНСКИ ИЗВОРИ

- Bookingserbia. „On line” hotelski rezervacioni sistem. Доступно на: <http://www.bookingserbia.com/>. Приступљено: 29. 5. 2018.
- Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma – CenORT. Доступно на: [http://www.cenort.rs/?page\\_id=83](http://www.cenort.rs/?page_id=83). Приступљено: 17. 5. 2018.
- Congrexpo. Доступно на: [http://www.congrexpo.co.rs/?p=about\\_us](http://www.congrexpo.co.rs/?p=about_us). Приступљено: 28. 5. 2018.
- EКАPIЈА. Доступно на: <http://www.ekapija.com/website/sr/page/65799>. Приступљено: 28. 5. 2018.
- EUROGITES. Доступно на: [www.eurogites.org](http://www.eurogites.org). Приступљено: 17. 5. 2018.
- Neuhofer, Barbara and Dimitrios Buhalis (2012). Understanding and Managing Technology – Enhanced Tourist experiences. 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference Proceedings. Доступно на: [https://scholar.google.com/scholar?cluster=7172275844384500021&hl=sr&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?cluster=7172275844384500021&hl=sr&as_sdt=0,5).
- Pegasus. Доступно на: <http://www.pegs.com/>. Приступљено: 28. 5. 2018.
- Seoski turizam Srbije. Доступно на: [www.selo.rs](http://www.selo.rs). Приступљено: 28. 5. 2018.
- Seoski turizam u Srbiji. Доступно на: <http://www.selo.rs/RS/o-udruzenju>. Приступљено: 29. 5. 2018.



IMPLEMENTATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION  
TECHNOLOGIES AS ASSUMPTION FOR SUCCESSFUL DEVELOPMENT  
OF RURAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF SERBIA

by

PREDRAG M. VUKOVIĆ  
predrag\_v@iep.bg.ac.rs

VESNA Ž. POPOVIĆ  
vesna\_p@iep.bg.ac.rs

Institute of Agricultural Economics  
Volgina 15, Belgrade, Serbia

**SUMMARY:** The rapid development of information and communication technologies (ICTs) has a wide application in numerous activities today. It is necessary to look at the possibilities of implementation and impact of ICT on development of rural tourism. Bearing in mind that rural tourism in Serbia is in the initial stages of development, it is expected that the implementation of ICT could contribute to the increase in tourism, reducing the costs of promotion and business, strengthening the competitiveness of rural tourist destinations, etc. The paper examines the character and dynamics of the current development of rural tourism in Serbia and Europe. Previous experiences in the application of ICT in tourism have been analyzed. Examination of the impact of ICT on the competitiveness of Serbia as a tourist destination by correlation analysis has been carried out. The necessity of forming a unique database of accommodation facilities of rural tourism and the importance of linking them to some of the global distribution systems (GDS) have been pointed out. It is expected that the application of ICT in rural tourist business will increase farmers' turnover and their income. Furthermore, it can contribute to better promotion of rural tourist destinations and enable better monitoring of the character, dynamics and intensity of development of rural tourism. Given the positive impact of ICT on the business results, it is expected that the competitiveness of Serbia as a tourist destination will increase.

**KEYWORDS:** rural tourism, ICT, destination, management, Internet, database