

UDK: 005.342:338.48(497.11)
338.486.4:005.412

PREDUZETNIŠTVO U TURIZMU NA PRIMERU ETNO SELA LATKOVAC U SRBIJI¹

Vladimir Simić,
Beogradska poslovna škola, Beograd, Republika Srbija
Simicv2000@yahoo.com

Rezime: Turizam je postao generator ekonomskog razvoja u mnogim zemljama sveta. Srbija postaje sve traženija destinacija na turističkoj mapi Evrope. Cilj ovog rada je da na primeru dobre poslovne prakse – “Etno sela Latkovac”, pokaže da preduzetništvo u turizmu Srbije treba da se bazira na konceptu ekonomskog, sociološkog i društvenog održivog razvoja uz ostvarivanja pune satisfakcije korisnika usluga-turista. Predmet rada su originalni i raznovrsni sadržaji ponude kao primer kreativnog preduzetništva koji je doprineo ubrzanijem lokalnom razvoju sela. Metod rada-studija slučaja „Etno selo Latkovac“.

Ključne reči: preduzetništvo, turizam, konkurentnost, satisfakcija korisnika usluga, inovativnost.

1. UVOD

Turizam je skoro jedina privredna grana, koju na globalom nivou nije zahvatila svetska ekonomska kriza. Zahvaljujući svom multiplikovanom efektu, on utiče na razvoj ostalih privrednih grana, pospešuje zaposlenost i regionalno uravnoteženje razvoja regiona. Pokretanje preduzetničkog biznisa u turizmu podrazumeva poslovanje i u oblasti razvoja ruralnog turizma (pružanje usluga smeštaja, hrane i pića u privatnim domaćinstvima), proizvodnju organske hrane, aktiviranje starih zanata radi proizvodnje suvenira i kreiranje interaktivnih turističkih proizvoda. Ovaj rad se bavi pitanjima od značaja za razvoj preduzetništva u sektoru turizma. Odgovara na pitanje kako i na koji način je moguće pokrenuti preduzetnički porodični biznis baziran na privatnoj imovini uz ostvarivanje principa održivosti na duži rok. Glavni argument koji ide u prilog ovoj činjenici je uspešnost poslovanja koju etno selo „Latkovac“ ostvaruje već deset godina, pozicioniranost na domaćem turističkom tržištu i inovativnost u ponudi, koja je čini atraktivnom i konkurentnom. Rad je sastavljen iz tri celine. U prvoj je dat prikaz preduzetništva

¹ *Stručni rad, primljen u redakciju 12.09.2015, prihvaćen za objavljivanje 23.11.2015*

utemeljen u teoriji Gartnera i Kantilona. U drugom delu je objašnjeno preduzetništvo u oblasti turizma, a u trećem delu rada je prikazano teorijsko utemeljenje preduzetništva u turizmu na studiji slučaja "Etno sela Latkovac" u Srbiji.

2. Pojam i značaj preduzetništva

Razvoj svetskog tržišta i tržišne ekonomije, zahteva uvođenje novih poslova, zanimanja, oblika preduzeća i privređivanja. Pokušaj definisanja preduzetništva nastao je još u 16. i 17. veku, kada se pod pojmom preduzetnik podrazumevao vlasnik ili menadžer nekog velikog biznisa. Kasnije se izdiferenciralo više različitih definicija od kojih je najviše prihvaćena definicija Gartnera (Gartner, 1988), prema kojoj je preduzetništvo proces kreiranja organizacija u okviru koga nove organizacije počinju da egzistiraju.² Irski ekonomista Ričard Kantilon (Richard Cantillon) pod pojmom preduzetnik podrazumeva osobu koja pokazuje spremnost da uđe u poslovni rizik uprkos neizvesnim vremenskim prilikama i drugim promenljivim poslovnim okolnostima.³ Utemeljivač moderne teorije preduzetništva Jozef Šumpeter (Joseph A. Schumpeter) u 20 veku postavlja preduzetnika u samo jezgro ekonomskog razvoja. Prema njegovoj teoriji, preduzetnik je nosilac poduhvata promena, razvitka, inovacija i resursa. Za njega preduzetnik nije osoba koja organizuje proces proizvodnje i poslovanja u uslovima uhodane tehnologije, organizacije i upravljanja, nego pokretač i primenjivač inovacijskih postignuća.⁴ Proizilazi da je preduzetnik vođa, koji svojim poslovnim idejama podstiče inovacije u poslu kojim se bavi, a koje su usmerene na uvođenje novih proizvoda, poboljšanje kvaliteta proizvoda ili usluga, iznalaženje novih tržišta i oblika upravljanja i resursa koje ulaze u proizvodni proces. Preduzetnici traže i gledaju na promene kao na neophodnost. Oni prebacuju resurse iz sektora niske u sektor visoke produktivnosti i dohotka. Osim toga, preduzetnici po pravilu donose inovacije, koja kao specifični instrument preduzetništva, kreira resurs.⁵ Preduzetnici utvrđuju rizik, minimiziraju ga i kao uspešni inovatori koncentrišu se na mogućnosti daljeg razvoja.

² Radović Marković M.: Preduzetništvo-Proces i praksa, Beograd., str 10., 2007.

³ Hébert R. F., Link A. N.: History of Entrepreneurship, Routledge, Taylor & Francis Group, New York, str. 28., 2009.

⁴ Dragin D.: Preduzetništvo u kulturi: studija slučaja muzičkog festivala, Kultura br. 130, Beograd, str.353.,2011., Preuzeto sa: VIKEPEDIA, Grupa za kreativnu ekonomiju <http://kreativnaekonomija.net>

⁵ Draker P.: Inovacije i preduzetništvo, praksa i principi, PS „Grmeč“, Beograd, str 41-45., str.1996.

Značaj preduzetništva se sagledava kroz njegovu kreativnu funkciju u stvaranju nove vrednosti od strane pojedinca ili grupe koji se bave preduzetničkim biznisom. Njih karakteriše posebna vrsta ponašanja, koje uključuje:⁶

- preuzimanje inicijative
- preuzimanje poslovnog rizika
- poslovnu kreativnost
- organizovanje i inoviranje poslovne aktivnosti u svim njegovim segmentima gde je to potrebno

Novi preduzetnici su najčešće mladi ljudi, podstaknuti inovativnim idejama i dostignućima treće tehnološke revolucije. Primeri u praksi pokazuju da su oni upravo i začeli potpuno nove industrijske grane. Nova mala preduzeća u oblasti računarske tehnologije (*Apple Computers* – Steve Jobs, *Microsoft* – Bill Gates, *DEC* – Ken Olsen) novim personalnim računarima potisnula su IBM koji je bio primoran da se poveže sa drugim dinamičnim preduzećima u istoj industrijskoj grani. Ekspresna dostava pošiljki (*FedEx* – Fred Smith, *American International Container* – Remedio Dias Oliver) omogućila je nove kanale distribucije i time uspeh niza novih preduzeća, ali je istovremeno prisilila tradicionalne poštanske sisteme da traže slična, konkurentna rešenja.⁷ Ted Tarner (Ted Turner - *CNN*) i Ričard Brenson (Richard Branson - *Virgin*) doneli su revolucionarne promene u masmedije i u muzičko zabavno područje. Braća i sestre Beneton (*Benetton*) i Ray Kroc (*Mc Donald's*) i drugi koji su razvili franšizing su tako revolucionisali svetsku maloprodajnu trgovinu. Ovo su samo neki primeri malih preduzetnika koji su zahvaljujući svojoj kreativnosti i inovativnosti, vremenom izrasli u velika preduzeća, multinacionalne korporacije, koje su trajno obeležile fenomen globalizacije i konkurentnosti.

3. Preduzetništvo i oblast turizma

Turizam je privredna grana koja zahvaljujući svojim specifičnostima omogućava razvoj drugih privrednih grana (saobraćaj, poljoprivreda, trgovina i usluge). U većini svetskih zemalja, jedinu ovu granu privrede nije pogodila svetska ekonomska kriza, od koje se još od 2009. godine oporavljaju granske industrije i nacionalne ekonomije. Multiplikativni efekti turizma prodradumevaju prihode koje od turizma na lokalnom i nacionalnom nivou ostvaruju saobraćajne delatnosti, trgovačke i uslužne

⁶ Radović Marković M : *Preduzetništvo-Proces i praksa*, Beograd, str 17., 2007.

⁷ Penezić N.: *Preduzetništvo-savremeni pristup*, Akademska knjiga, Novi Sad, str.29., 2008.

delatnosti, poljoprivreda i proizvodnja hrane i napitaka, građevinarstvo i zanatstvo. Turistički proizvod uključuje osnovne usluge, smeštaja, transporta i ugostiteljstva. Za kvalitetno pružanje turističkih usluga važnu ulogu imaju i infrastruktura, kulturne institucije, manifestacije i niz komplementarnih turističkih sadržaja usmerenih na obogađivanje iskustva i doživljaja turista, u skladu sa njihovim potrebama i zahtevima. U cilju povećanja konkurentnosti, preduzeća u turizmu moraju da sagledaju promene u okruženju, inoviraju svoje poslovanje, primene novu tehnologiju i što je najvažnije prate preferencije korisnika usluga-turista koje su uglavnom okrenute interaktivnim sadržajima, upoznavanju načina života lokalnog stanovništva, boravku u prirodi i edukaciji kroz zabavu.

Istraživanja pokazuju da je u tranzicionim privredama najbezbolniji način za smanjenje nezaposlenosti i siromaštva nastalog gašenjem i prodajom velikih preduzeća, otvaranje malih i srednjih preduzeća i otpočinjanje malog biznisa, odnosno pokretanje preduzetništva. S druge strane, evropski strateški dokument razvoja zemalja Jugoistočne Evrope kreiranog prema Strategiji EU 2020. godine naglašava razvoj prehrambene industrije, napitaka, agrobiznisa i turizma kao strateških grana privrednog razvoja za koje će se ubuduće izdvajati novčani fondovi namenjeni unapređenju pomenutih privrednih grana. Mala i srednja preduzeća u turizmu u značajnoj meri doprinose ekonomskom rastu, povećanju zaposlenosti lokalnog stanovništva, razvoju turističkih destinacija i sl. Koristeći lokalne mreže kontakata i informacija, u ponudi su integrisane usluge usklađene sa zahtevima klijenata uz jedinstveno individualno iskustvo (kombinacija zdravstvenih i uslužnih ili sportskih usluga sa adekvatnom ishranom i smeštajem ili kombinovana ponuda organske hrane sa interaktivnim odmorom u prirodi itd). Tako se razvojem preduzetništva, otvaranjem malih i srednjih preduzeća u turizmu podstiče razvoj novih poslova i proizvoda na lokalnom i regionalnom nivou, samozapošljavanje, smanjenje siromaštva, rodna ravnopravnost i ekonomski rast. Razvoj preduzetništva u turizmu je prilika za poboljšanje privrednog rasta i razvoja u Srbiji. Osim evropskih dokumenata, preduzetništvo u turizmu je i institucionalno podržano, subvencionisanim sredstvom i kreditima države i resornih ministarstava za turizam i poljoprivredu, a u cilju poboljšanja kvaliteta turističkih proizvoda i povećanja konkurentnosti. Istraživanja u mnogim zemljama pokazuju da u turističkom sektoru dominiraju mikro i mala preduzeća, i da većinu njih poseduje i vodi jedna osoba ili porodica.⁸ Slično je i u našoj zemlji. Iz tog razloga je u radu naveden primer dobre prakse – “Etno selo Latkovac”, gde je na bazi kreativne ideje menadžera – preduzetnice, pokrenut porodični biznis, baziran na oko 30% sopstvenih sredstava

⁸ Radosavljević G. & Borisavljević K., Inovacije kao faktor razvoja preduzetništva u turizmu, <http://nde.ekof.bg.ac.rs/vesti/2011/palic/Radosavljevic%20Borisavljevic.doc.>, str.17.

(imanje, stare građevine i novčana sredstava) i oko 70% tuđih sredstava (od kojih nešto manje od polovine državnih bespovratnih sredstava i donacija). Održivi razvoj turizma podrazumeva ekonomske, društvene i sociološke koristi pre svega lokalne zajednice, a onda i šire, što se najbolje sagledava kroz preduzetnički biznis malih i srednjih preduzeća. Prvi znaci refleksije preduzetništva i preduzetničkih veština, preko modela razvoja „odozdo na gore“ se najlakše primenjuju na ruralne, etno i agro - turističke mikro - ekonomije na nivou lokalne zajednice. Efekat podsticanja razvoja bogaćenja i povećanja zaposlenosti se može izmeriti na opipljiv i transparentan način.

Prepreke za poboljšanje poslovnih performansi preduzeća u turizmu su: inflacija, troškovi radne snage, kamatne stope, slab priliv gotovine, produktivnost rada, nedostatak kvalifikovanih radnika, pravna regulativa i sl. Upravo sa ovim preprekama se sreće većina malih preduzeća u turizmu Srbije.

4. Primer dobre prakse - etno selo Latkovac u Srbiji

“Etno selo Latkovac” je registrovano kao preduzetnička radnja u privatnom obliku svojine. Selo je jedan od retkih primera dobre prakse iz oblasti turizma, gde je na porodičnom imanju, osmišljen i pokrenut projekat koji je postao prepoznatljiv turistički proizvod na domaćem turističkom tržištu, a po svojim atraktivnim sadržajima i događajima i u našem užem regionu. U cilju doprinosa ovom radu, Sanja Knežević, menadžer projekta dostavila je odgovore na upitnik za intervju i upoznala nas sa motivima započinjanja preduzetničkog biznisa u turizmu na osnovu sopstvenih i pribavljenih novčanih sredstava i toku svog poslovanja u periodu od 2007 do 2014. godine. Zaseok u kome je smešten kulturno - turistički centar “Etno sela Latkovac” star je preko 200 godina. Na ovom mestu je pre dva veka bio centar tadašnjeg župskog sreza, dok se u najstarijoj kući u selu nalazila sudnica. U renoviranoj prostoriji koja je nekada bila dnevni zatvor otvoren je restoran. Polovinom 19. veka čukun deda preduzetnice Sanje Knežević je za ovaj zaseok dao veliki imetak u sadašnjem centru Aleksandrovcu i tako dobio ovaj posed sa objektima veoma specifične arhitekture koja je prava retkost u srpskim selima. Žitelji ovog sela su oduvek bili poznati i cenjeni vinogradari, zanatlije i umetnici. Preduzetnica je 2005. godine osmislila da selu koje je pripadalo njenim precima i gde se rođen njen otac, vrati duh pradedovske zemlje koji je vremenom počeo da bleđi i nestaje. U 2006. godini otpočeta je rekonstrukcija i adaptacija napuštenog zaseoka “Etno sela Latkovac”. Selo je počelo sa radom 8. jula 2007. godine i ubrzo postalo prijatna oaza za turiste. Danas „Slatkovac“ kako se popularno naziva „Etno selo Latkovac“,

Vladimir Simić

čine četiri kuće, u kojima su: ambar, biblioteka, etno dućan, štala, letnja pozornica i restoran. Restoran etno sela je zatvorenog tipa, namenjen samo gostima ovog sela. Na meniju su najpoznatiji i najukusniji specijaliteti srpske tradicionalne kuhinje. Latkovac je smešten u Centralnoj Srbiji, na tri kilometra od Župskog Aleksandrovca, oko 30 km od Kruševca, 100 km od Niša i 220 km od Beograda. Model "Etno sela Latkovac" je primer kako se od napuštenog i potpuno ruiniranog zaseoka može napraviti centar kulture i turizma koji turiste upoznaje sa običajima, materijalnom i nematerijalnom kulturnom baštinom, istorijom i tradicijom Srbije različito od konkurenata. Istovremeno, ovo je način promovisanja opštine, okruga i zemlje u celini. Glavni konkurenti Etno sela Latkovac su sela u zapadnoj Srbiji koja se bave seoskim turizmom. Ono što ponudu "Etno sela Latkovac" čini konkurentnijom je raznovrsna i kvalitetna ponuda bazirana na velikom broju aktivnosti (koncertima, festivalima, predstavama, interaktivnim radionicama), i komplementarni turistički sadržaji: obilasci okolnih muzeja, manastira, planina i degustacije vina kod vrhunskih vinara - Vitezova vina, po kome je Aleksandrovačka župa nadaleko poznata. Od rekreativno zabavnih aktivnosti gostima se nudi boravak u prirodi uz mogućnost za šetnju obeleženim pešačkim stazama, sportsko rekreativne aktivnosti, lov, branje šumskih plodova i lekovitog bilja. Od interaktivnih sadržaja, kao glavnu komponentu turističke ponude kreirane na bazi tražnje, "Etno selo Latkovac" svojim gostima nudi mogućnost učenja nekog od starih srpskih zanata, učešće u umetničkim radionicama (slikarstvo, grnčarija, kaligrafija itd), ili edukativnim kampovima na temu ekologije i etnologije, obavljanje svakodnevnih seoskih poslova i sl. Latkovac je mesto koje likovni umetnici doživljavaju kao odgovarajući ambijent za organizovanje umetničkih kolonija. Umetnici traže inspiraciju, a kako je svaki detalj etno sela umetnička senzacija, ovo mesto više puta godišnje privlači likovne umetnike iz čitavog sveta.

U cilju uspešnog poslovanja i povezivanja sa svim zainteresovanim stranama na lokalnom i nacionalnom nivou, vladinim i nevladinim sektorom, Etno selo Latkovac, svake godine obogaćuje svoju turističku ponudu. Selo tesno saraduje sa mesnom zajednicom Latkovac, Opštinom Aleksandrovac, Turističkom organizacijom Aleksandrovac, Kancelarijom za mlade iz Aleksandrovca, kao i udruženjima građana koja se bave unapređenjem kulture i zaštite životne sredine, Društvom za mentalno nedovoljno razvijene osobe iz Aleksandrovca i UG "Etno mreža Rasina" itd.

U okviru svojih sadržaja Etno selo je domaćin internacionalnog volonterskog kampa, koji se realizuje u saradnji sa nevladinom i neprofitnom organizacijom „Mladi istraživači Srbije“. Kamp je organizovan kao podrška razvoju ruralnog i održivog turizma Srbije, koji

teži da bude ekološki i socijalno odgovoran i služi očuvanju kulturnog nasleđa. Festival „KozArt“ je elitni muzički događaj, susret vrhunskih muzičkih umetnika iz Srbije i Evrope, koji nudi svakodnevne koncerte i tzv. master-klas za studente muzičkih akademija. Sve muzičke radionice se organizuju u “Etno selu Latkovac”, koji tokom trajanja Festivala poprima oblik velike koncertne pozornice, a iz svih delova sela se čuju prijatni zvuci violine, violončela, čembala itd. Gosti sela i učesnici festivala su najeminentniji umetnici iz sveta barokne muzike kao što su: Egon Mihajlović, čembalista, Marija Jonaš, sopran, Katarina Jovanović, sopran, Tobias Stosiek, violončelo, Vesna Stanković, violina, Edin Karamazov, gitara i sl. Počasni gost festivala je bio naš poznati dirigent Mladen Jagušt. Memorijalni festival „Zvuci sećanja“ posvećen je sećanju na Miodraga Kneževića – Kneza, jednog od najboljih klarinetista Srbije, koji je sticajem okolnosti, prvi i poslednji put zaspivao klarinet u najstarijoj kući u selu. Dečji festival etno muzike „EtnoVizija“, je manifestacija kulturno-obrazovnog sadržaja promoviše etno muziku Srbije, originalni element nematerijalnog kulturnog nasleđa. Navedeni sadržaji i aktivnosti imaju dvostruku ulogu, sa jedne strane obogaćuju turističku ponudu “Etno sela Latkovac”, zadovoljavajući tražnju savremenih turista i doprinoseći povećanju prihoda, a sa druge strane imaju jaku sociološko društvenu komponentu, koja se odnosi na obogaćivanje svakodnevnog života lokalnog stanovništva i mogućnosti za volontiranje i uključivanje lokalne zajednice u razvoj preduzetništva.

Prednost “Etno sela Latkovac” ogleda se i u blizini većih turističkih mesta i drugih etno seoskih domaćinstava opredeljenih za razvoj seoskog turizma sa drugačijim sadržajima, ka kojima se turisti odavde usmeravaju. Prednost u odnosu na konkurenciju se ogleda i u autentičnosti samih građevina u kojima su smeštani brojni sadržaji i atraktivni elementi turističke ponude. Ovaj rekonstruisani dva veka stari zaseok, je od 1855. do 1900. godine bio centar aleksandrovačke opštine. Selo je preživelo oba Svetska rata i ima veoma dugu i zanimljivu istorijsku priču. Zaseok je specifičan po jedinstvenoj arhitekturi, prilagođenoj geografskom položaju sela i bogatoj i burnoj istoriji. Ove činjenice pojačavaju autentičan i jedinstven ambijent, koji je u turizmu sve ređi i traženiji. Od 2007. godine zahvaljujući atraktivnom kulturno - turističkom kompleksu u ovaj kraj pristižu turisti i iz najudaljenijih zemalja sveta kako bi učestvovali u neuobičajenim dešavanjima kojih u drugim sličnim selima širom Evrope uglavnom nema. Menadžerka i preduzetnica „Etno sela Latkovac“, gospođa Knežević je kako navodi u intervju želela da ponovo oživi ovu nekada uspavanu, a sada oživljenu oazu i približi je turistima iz celog sveta, da bi se prisetili prošlosti, probudili pozitivne emocije i poneli najlepša sećanja. Očigledno je da su konstruktivne preduzetničke ideje praćene osećanjem nostalgije, veoma poželjne u turističkoj privredi.

Vladimir Simić

Realizacija ideja rezultovala je specifičnošću ponude, ali i tražnje „Etno sela Latkovac” i tako ga izdvojila iz drugih etno sela i kuća u Srbiji.

Primarna ciljna grupa „Etno sela Latkovac“ su mladi, umetnici, porodice sa decom, ljudi koji žele da upoznaju srpsku istoriju, tradiciju, običaje i kulturu. Preuzetnički tim ima dugoročni cilj da u narednih deset godina predstavnici biznisa i nevladinog sektora postanu jedna od primarnih ciljnih grupa. Selo se u međuvremenu priprema za organizovanje seminara, team building-a, workshop-ova, kako bi se ovim oblikom poslovnog turizma (M.I.C.E.) produžila sezona koja uglavnom traje od marta do novembra, i kako bi se povećali prihodi. To bi umanjilo problem sezonalnosti i pokrilo troškove održavanja u zimskim mesecima kada je posećenost mala. Sezonalnost je inače tipična karakteristika sektora za turizam koja se ublažava dodatnim sadržajima i povećanjem konkurentnosti proizvoda. Navedenim dugoročnim planovima preduzetnice, ukazano je na način povećanja konkurentnosti „Etno sela Latkovac“, mogućnosti smanjenje sezonalnosti i povećanja prihoda uz dugoročnu održivost, što su i glavni ciljevi u narednom periodu.

„Etno selo Latkovac” tokom godine posećuje na hiljade turista iz zemlje i inostranstva. Gosti koji posećuju ovaj kulturno - turistički kompleks žele da za sebe i svoje prijatelje ponesu nešto autentično što bi ih asociiralo na mesto u kome su bili. Zato se i rodila ideja za angažovanjem žena i osoba sa invaliditetom koji bi imali priliku da nauče, a zatim i sami proizvode suvenire i proizvode koje bi prodavali turistima i tako sebi obezbedili egzistenciju. Ova vrsta aktivnosti ukazuje na vrlo aktuelnu brigu o licima sa posebnim potrebama i njihovom mestu u turističkoj ponudi „Etno sela Latkovac“.

Po navodima preduzetnice Sanje Knježević, prihodi od prodaje usluga se iz godine u godinu povećavaju. Skoro svi kapaciteti za letnji period 2014. godine su bili popunjeni. Kako ostvarenje profita zavisi od prodaje, povećanje profita u ovoj godini se predviđa na bazi ponuda i proizvoda koje preduzetnički tim ovog sela osmišljava i obogaćuje, potencijalnim korisnicima roba i usluga nudi više inovacija za ovu godinu. Pored jedinstvenog smeštaja u starim kućama narodne arhitekture, gostima se nudi da: degustiraju tradicionalnu srpsku kuhinju, pohađaju radionice iz kulinarsstva, starih ili umetničkih zanata, ili se uključe u poljoprivredne radove u zavisnosti od sezone, učestvuju na koncertima srpske tradicionalne i klasične muzike itd.

Pošto je „Etno selo Latkovac“ preduzetnička radnja porodičnog tipa, porodica Knežević je sa menadžerom projekta, Sanjom Knežević odlučila da na početku pokretanja ovog preduzetničkog biznisa 2006. godine,

investira sopstvena sredstva („sve ono što smo sakupili, uštedeli, kako bi „Etno selo Latkovac“ na sopstvenom imanju podigli iz ruševina“). To je bio presudan korak ka novom životu ovog sela. Kako preduzetnica Knežević u upitniku kreiranom za potrebe intervjua ovog rada navodi, nakon toga su konkurisali i dobili kredit od Fonda za razvoj Republike Srbije. Međutim, ta sredstva nisu bila dovoljna da se uradi sve što je planirano u „Etno selu Latkovac“. S toga su iznova aplicirali na više konkursa i dobijali podsticajna sredstva od Ministarstva poljoprivrede (oko 6.000€), od „USAID-a“ (oko 5.000\$), Uprave za rodnu ravnopravnost i „IMG groupe“ (15.000€). Zahvaljujući donaciji Uprave za rodnu ravnopravnost i švedskoj organizaciji „IMG groupe“ smeštajni kapaciteti su povećani za jedan dvosoban apartman. Danas ukupni smeštajni kapacitet „Etno selo Latkovac“ čini pet kuća sa 25 kreveta i četiri pomoćna ležaja. Turisti mogu da biraju između usluga punog pansiona, polupansiona ili noćenja sa doručkom. Koncept poslovanja se bazira na promociji srpske tradicije, kulture i običaja. Grupne posete su mnogo zastupljenije od individualnih. Selo Latkovac gosti sve više doživljavaju kao mesto odmora ali i jedinstvenu lokaciju za organizovanje poslovnog turizma (M.I.C.E.), kampova, letnjih škola, festivala i sl. Dužina boravka gostiju je od tri do deset dana, što je znatno više od proseka zadržavanja turista u Srbiji koji iznosi između dva i tri dana.

Hrana koja se služi turistima je srpska tradicionalna. Od 2014. godine planirano je pokretanje organske proizvodnje povrća i začinskog bilja koje će se koristiti u pripremi hrane za goste. Zainteresovani turisti će moći da kupe ove proizvode, ali i da naprave zimmnicu u samom domaćinstvu i ponese je sa sobom. Ovaj podatak iz odgovora na upitnik ukazuje na proširenje preduzetničkog poslovanja od pružanja klasičnih turističkih usluga (smeštaja, hrane i pića), do prodaje organskih poljoprivrednih proizvoda turistima i izletnicima.

Seoski turizam u Srbiji, iako prepoznat, nije dovoljno finansijski podržan od strane državnih institucija, pa stoga još uvek nije dovoljno razvijen. Uprkos solidnim godišnjim prihodima u „Etno selu Latkovac“, oni nisu dovoljni za proširenje planiranog obima i asortimana usluga u skladu sa planovima domaćina i zahtevima savremenih turista. U cilju pokrivanja troškova i ostvarivanja zarade ostvareni su i prihodi od donacija i bespovratnih sredstava. U „Etno selu Latkovac“ je stalno zaposleno četiri radnika i to: kuvar, dve domaćice i menadžer. Broj stalno zaposlenih radnika se nije menjao od osnivanja do danas. U poslednje tri godine se zbog proširenje tražnje u punoj sezoni zapošljavaju sezonski radnici (3-4) i volonteri iz lokalne zajednice.

Vladimir Simić

Najveća prepreka u radu, koju navodi menadžerka Sanja Knežević, je nedovoljna podrška državnih institucija, mala ulaganja u razvoj sela i seoskog turizma, nedovoljnu podršku lokalne samouprave, nedostatak koegzistentne podrške resornog ministarstva i nerazvijenu komunalnu i saobraćajnu infrastrukturu. Ove slabosti se ne odnose samo na „Etno sela Latkovac“, već i na razvoj turizma Srbije uopšte. Kao najveću prednost poslovanja Etno sela, menadžerka navodi sigurnost porodičnog biznisa baziranog na poverenju i posvećenosti preduzetničkoj ideji, kao i stručnosti, kompetentnosti i radnom iskustvu svih članova porodice. Ključ uspeha je diferencijacija od drugih ponuda iz iste marketinške niše. Menadžer projekta smatra da su program, pristup poslu i aktivnostima koje se realizuju jedinstveni u regionu. Misija i vizija „Etno sela Latkovac“ bazirane su na konceptu društvene odgovornosti, pomoći ugroženim kategorijama stanovništva, očuvanju životne sredine, zdravom načinu života i održivom razvoju. Na Balkanu postoje mnoga etno sela, ali ne tako stara sa očuvanom jedinstvenom arhitekturom i fleksibilnim pristupom prilagođenim turistima različitih kultura, navika i ukusa. Turisti u „Etno selu Latkovac“ na specifičan način koriste svoje vreme na različitim interaktivnim radionicama i tako saznaju više o srpskoj kulturi, tradiciji, običajima, hrani, piću i umetnosti.

Svi proizvodi koji se koriste u procesu poslovanja ovog sela nabavljaju se od lokalnog stanovništva ili iz susednih sela, a neka se i proizvode na licu mesta, na imanju porodice Knežević kao što su: začinsko bilje, povrće i voće, jabuke, kruške, višnje i grožđe.

Prema internim istraživanjima u Etno selu, gostima najviše godi osećaj povratka u prošlost s obzirom da je zaseok verno rekonstruisan (eksterijer objekata vraćen je u vreme 19 veka), kao i to da nema novoizgrađenih objekata. Goste privlači i koncept očuvanja životne sredine, proizvodnje zdrave hrane i interaktivni sadržaji u okviru ponude sela. „Etno selo Latkovac“ se od početka svog postojanja zalaže za koncept društvene odgovornosti. U dućanu Etno sela prodaju se proizvodi koje deca sa posebnim potrebama prave na kreativno umetničkim radionicama. Prihod od prodaje ovih suvenira u dućanu, odlazi na finansiranje projekata i aktivnosti ovog društva. Deca iz društva za „MNRO“ svake godine učestvuju kao gosti na dečijem festivalu etno muzike „EtnoVizija“. U toku godine Društvo za pomoć „MNRO“ organizuje nekoliko prodajnih modnih revija u „Etno selu Latkovac.“ Tu su i ženske rukotvorine „Etno mreže Rasina“ iz Kruševca, kao i proizvodi domaće kuhinje „Etno sela Latkovac“ (slatko, džemovi, pekmezi, ajvar).

O kvalitetu turističke ponude i inovativnosti u preduzetništvu u oblasti turizma „Etno sela Latkovac“ svedoče brojne nagrade i priznanja od 2009.

godine do danas. To su: „Plava zvezda“ (za kreativnost i očuvanje tradicije, decembar 2009. godine); „Žena za sva vremena“ (najuspešnija preduzetnica u Srbiji, maj 2010. godine); „Cvet uspeha za ženu zmaja“ (najbolji model zapošljavanja žena, jun 2010. godine); „Ambasadorka ženskog preduzetništva“ (jul 2011. godine); „30 ispod 30“ (najuspešnija preduzetnica ispod 30 godina); „Šampion turizma“ (decembar 2011. godine); „Sustainable is in your hands“ (april 2012. godine); „Godišnja nagrada Privredne komore Srbije“ (decembar 2012. godine) i „USAID - Najinovativniji biznis u Srbiji“ (mart 2013. godine).

Menadžerka Knežević, smatra da u vreme kada naša zemlja teži da i zvanično postane deo Evropske unije, jedna od šansi Srbije je izgradnja prepoznatljivog brenda u globalnim okvirima. To ukazuje na potrebu promovisanja komparativnih prednosti, kao što su: geografski položaj, prirodne lepote, zdrava hrana i srpska, u vremenu začaurena, istorijski autentična sela. Pored toga, strancima je jako zanimljiva naša kultura, tradicija, proizvodi starih zanata, narodna nošnja, suveniri i način života lokalnog stanovništva. Vreme u kome posluje „Etno selo Latkovac“ puno je izazova i tržišnih turbulencija, ali i velika šansa za širi proboj na tržište. Zaključujući anketni intervju, menadžerka „Etno sela Latkovac“, Sanja Knežević, navodi da bi država mogla da unapredi poslovanje subjekata u ruralnim oblastima kroz subvencije i donacije za ruralni razvoj, očuvanje starih zanata, otvaranje novih radnih mesta i podršku pojedincima ili porodicama koje odluče da osnuju ili obnove seoska imanja i tako započnu biznis.

5. ZAKLJUČAK

Kao inovativna i dinamična poslovna aktivnost kreativnih ljudi, preduzetništvo je od ključnog značaja za savremeno tržišno privređivanje. Zajedničko obeležje preduzetnika je poslovanje u uslovima brzih promena, nesigurnosti i rizika, što zahteva nov pristup biznisu, nove poslovne orijentacije i strategije. Najveće efekte i najbolje rezultate u takvim uslovima postižu preduzetnici i firme koji neguju preduzetnički menadžment. Iz studije slučaja „Etno sela Latkovac“ može se sagledati kako je pokretanje preduzetničkog biznisa u turizmu na bazi privatnog vlasništva (smeštajnih kapaciteta jedne porodice, nastalih renoviranjem i kategorizacijom starih kuća u privatnom vlasništvu, prema važećim propisima, kao i uključivanje članova porodice i ostalih članova lokalne zajednice u proizvodnju organske hrane i pića, aktiviranje starih zanata radi proizvodnje suvenira i kreiranje interaktivnih turističkih proizvoda, kreirana atraktivna turistička ponuda za kojom postoji ozbiljan nivo tražnje na tržištu. Na primeru dobre prakse iz Srbije – „Etno sela Latkovac“, pokazano je da pokretanje preduzetničkog biznisa uz pomoć

Vladimir Simić

sopstvenih i tuđih sredstava (u odnosu 30:70%) uz stalno praćenje potreba domaće i inostrane tražnje i inoviranje ponude, može doneti poslovni uspeh. Ova malo preduzeće je prema procenama autora na osnovu sprovedenog intervjua nakon samo pet godina poslovanja povratilo dobijeni novac od donacija i subvencija države i nastavilo da uspešno posluje po principu održivosti, samozapošljavanja i uz uključivanje lokalne zajednice u preduzetnički biznis sela Latkovac.

Time je odgovoreno na istraživačko pitanje ovog rada, a to je da je iz godine u godinu ovaj vid preduzetništva postajao sve ozbiljniji, gde je osim ekonomskih efekata imao i sociološke, ekološke pa i društvene elemente održivosti. To se sagledava kroz nivo posete na godišnjem nivou, ostvarivanje prihoda, ali i dobijanje značajnih subvencija i dotacija za unapređenje proizvodnje (poslovanja), uvođenje novih atraktivnih sadržaja, prema preferencijama potrošača i što je najvažnije, raste stepen zadovoljenja potrošača proizvodima i uslugama koje dobijaju u "Etno selu Latkovac". To mu obezbeđuju dobru pozicioniranost na domaćem tržištu uz stalan rast broja turista i posetilaca iz zemlje i inostranstva. Inovativnost ponude „Etno sela Latkovac“ je spoj tradicionalnog i savremenost i interaktivnost posetilaca i turista u svim sadržajima koji se nude u ovom etno selu. Na taj način atraktivna ponuda ovog etno sela, uz prihvatljive cene usluga obezbeđuje svoju konkurentnost na tržištu.

REFERENCE:

1. Dragin D.: Preduzetništvo u kulturi: studija slučaja muzičkog festivala, *Kultura* br. 130, Beograd, str.353., (011, Preuzeto sa: VIKEPEDIA, Grupa za kreativnu ekonomiju <http://kreativnaekonomija.com> (11.11.2015.)
2. Draker P.: Inovacije i preduzetništvo, praksa i principi, PS „Grmeč“, Beograd, 1996.
3. Penezić N.: Preduzetništvo-savremeni pristup, Akademska knjiga, Novi Sad, 2008.
4. Radović Marković M.: Preduzetništvo-Proces i praksa, Beograd, 2007.
5. Hébert R. F., Link A. N.: *History of Entrepreneurship*, Routledge, Taylor & Francis Group, New York , 2009.
6. <http://nde.ekof.bg.ac.rs/vesti/2011/palic/Radosavljevic%20Borisavljevic.doc>. (01.05.2014.)

ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM ON THE EXAMPLE OF GOOD PRACTICE - ETHNO VILLAGES LATKOVAC IN SERBIA

Vladimir Simić,
Belgrade Business School, Belgrade, Republic of Serbia

Abstract: Tourism has become a generator of economic development in many countries of the world. Serbia is becoming increasingly requested destination on the tourist map of Europe. The aim of this paper is to show on the example of a good business practice - Ethno village Latkovac, that entrepreneurship in tourism Serbia should be based on the concept of economic, sociological and social sustainable development with achieving the full satisfaction of the consumers - tourists. The subject of the paper is original and diverse content offers as an example of creative entrepreneurship that has helped to accelerate the development of the local villages. Method of the work – Case Study "Ethno Village Latkovac".

Keywords: entrepreneurship, tourism, competitiveness, customer satisfaction, innovation.