



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Бојана Калењук

Бојан Ђерчан

Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Нови Сад

Др Драган Тешеновић

ГАСТРОНОМСКИ ТУРИЗАМ КАО ФАКТОР РЕГИОНАЛНОГ РАЗВОЈА¹

Апстракт

Регионални развој представља важну тему унутар сваке државе. Неразвијене регионе углавном карактеришу бројни проблеми који имају значајне последице у простору: низак ниво привредног развоја и друштвеног стандарда, одлив становништва и депопулација, неповољна полна и старосна структура становништва и неискоришћене могућности привреде на основу присутних ресурса. Државе из окружења су на време спознале потенцијале за регионални развој, пласирајући савременом друштву све атрактивнији облик туризма усмерен на упознавање културе и историје кроз храну. Гастрономски туризам представља све атрактивнију делатност у чијем развоју учествује велики број субјеката. Циљ рада је да истакне значај развоја овог селективног облика туризма, са задатком да се одреде начини на које неразвијене регије могу да искористе своје потенцијале у овој делатности.

Кључне речи: *гастрономија, храна, туризам, гастрономски туризам, регионализација, регионални развој.*

GASTRONOMY TOURISM AS A FACTOR OF REGIONAL DEVELOPMENT

Abstract

Regional development represents an important topic within each state. Underdeveloped regions are mainly characterized by numerous problems which have important consequences in area: low level of economic development and social standards, the outflow of population and depopulation, unfavourable sex and age structure of population and the untapped possibilities of the economy on the basis of present resources. States from the region who realized the potential for regional development on time, offering more attractive form of tourism to the contemporary society aimed at exploring the culture and history through food. Gastronomic tourism becomes more and more attractive business in whose development a large number of subjects is involved. The aim of this study is to highlight the importance of the development of selective tourism, with the task to identify the ways in which the underdeveloped regions can take advantage of their potential in this field.

Key words: *gastronomy, food, tourism, gastronomic tourism, culinary tourism, regionalism, regional development.*

¹ Рад представља резултате истраживања на пројектима: 046009 и 176020 које финансира Министарство за науку и технолошки развој Републике Србије, и пројекту 114-451-2644/2012-01 који финансира Покрајински Секретаријат за науку и технолошки развој АП Војводине.

Увод

Степен развијености појединих региона у Србији проистиче из географског положаја који је у великом броју случајева узрок функционалне изолованости у односу на економске центре и осовине развоја, што често резултира успореним развојним токовима. Због тога је равномерни регионални развој последњих година изузетно важна тема, не само у Србији него и у другим деловима Европе (Lamprich, Potočnik Slavič, 2007; Miljanović et al., 2010). Све више се говори о улози државе и региона у процесима регионалног планирања, као кључних актера који развијају концепте регионалног развоја и тиме успостављају оквир за деловање развојних актера са локалног нивоа (Balaguer-Coll et al., 2010). Наглашава се неопходност успостављања система и законског оквира, успостављање институција које ће се бавити регионалним развојем у будућности, као и неопходност бављења пројектима који су важни за бољи живот у свакој општини, у сваком граду и у сваком округу Србије (Ђорђевић, Тодоровић, 2006), па тако гастрономски туризам може имати кључну улогу у регионалном развоју Србије.

Гастрономски туризам се дефинише као активност истраживања и откривања културе и историје преко хране, која утиче на формирање незаборавних искустава, тако се преко гастрономије повезују и кроз њу прожимају и остали облици туризма (Стојановић и Черовић, 2008). Гастрономски туризам се разликује од агро-туризма јер представља подскуп културног туризма (кухиња је део културе), док се агро-туризам сматра подскупом руралног туризма. Свакако гастрономски туризам и агро-туризам, односно рурални туризам су нераскидиво повезани. Слично томе, поједини аутори вински и пивски туризам сматрају подскуповима гастрономског туризма (Hall et al. 2003; Wolf, 2006), који се такође назива и кулинарским туризмом (Hornig и Tsai, 2010) иако разлике у дефинисању ове две врсте туризма постоје. Све су ово облици туризма чијим развојем би се могло утицати на развој недовољно развијених регија Србије. Стратегије туризма Републике Србије (2005) истиче значај аутентичних јела и пића, као и манифестација, наводећи податак да су храна и пиће данас једина стабилна категорија туристичке потрошње у Србији, стављајући акценат на „етно храну”, која учествује у куповинама знатно више од свих других туристима понуђених артикала и на тај начин она у значајној мери игра улогу сувенира који се носи из Србије.

Стање региона у србији

Основна карактеристика регионалног развоја у Србији је неравномерност. Институционални проблеми везани за регионални развој су:

- одсуство основних законских решења;
- економска нерегионализованост;
- недефинисаност основних регионалних приоритета;
- некоординисаност и
- неконкурентност.

У овом тренутку у Србији постоје региони који су значајније развијени, као што су град Београд и Војводина, а исто тако и неразвијени региони, попут Јабланичког, Пчињског, Рашког. Неразвијена подручја Србије углавном карактерише висок степен баријерности у односу на суседне регионе и неповољна демографска и привредна слика (Ђорђевић, 1994, 2002).

У Републици Србији је присутна изражена депопулација одређених подручја, с једне стране, и велика концентрација становништва и привреде у тек неколико

градова, с друге стране. Таква кретања имају негативне последице у економској, социјалној, просторној и еколошкој сфери. Према индексу развојне угрожености, однос између најразвијенијег и најнеразвијенијег округа је 1:7, а однос између најразвијеније и најнеразвијеније општине је 1:15. Међутим, још озбиљнији проблем представља свеукупно заостајање Србије у односу на просек Европске уније, те је просечна зарада по глави становника у Србији 2010. године износила тек 375 евра. Незапосленост у Србији (од 22,2 %) и даље је једна је од највиших у региону, а присутан је и веома изражен тренд негативног природног прираштаја (депопулација подручја).

Са друге стране, Република Србија, у овом тренутку, нема јасно дефинисану националну регионалну политику. Потреба, значај и оквири регионалне политике и одрживог регионалног развоја утврђени су у највишем правном акту, као и одређеном броју стратешких докумената и закона. У прилог закључка о непостојању јасно формулисане националне регионалне политике говоре различити ставови по питању територијалног уређења Републике Србије, као и одређена усвојена решења (Мирић, 2009).

Постоји више инструмената за спровођење равномерног развоја региона у Србији, а неки од инструмената јесте:

- подстицај локалне инфраструктуре,
- подстицај предузетништва и
- идеја подстицаја апсолутних почетника у бизнису (Тошић, Милетић, 2002) који се између осталог може односити и на активности кроз развој гастрономског туризма.

Процес придруживања Србије Европској унији, поред свих својих специфичности и потешкоћа, отвара бројне развојне могућности (Тодоровић, Тошић, 2006). Коришћењем IPA фондова обезбедила би се помоћ транзицији и изградња институција, побољшала прекогранична сарадња, дао импулс регионалном развоју, омогућио развој људских ресурса и руралних подручја.

Гастрономски туризам у функцији руралног развоја региона

Део руралног развоја у регионалном развоју ЕУ има два стуба, а то су:

- подршка пољопривреди у традиционалном смислу и
- подршка руралном развоју.

Рурални развој треба:

- да одговори на регионалне потребе,
- да поспешује ендогени развој,
- да буде покренут од стране регионалних развојних политика,
- да буде усмерен на одрживи развој и
- да примени регионални капитал.

Главне функције регионалног управљања треба да буду двојне:

- са једне стране јачање идентитета, мотивисаности и социјалног капитала, а
- са друге администрирање програма, техничка подршка и мониторинг.

Чињеница да се Војводина граничи са земљама чланицама ЕУ представља могућност да се успостави директна сарадња са земљама чланицама ЕУ и регијама у суседним земљама како би се остварили заједнички развојни приоритети (Ђекић, Јовановић, 2009). Програми прекограничне сарадње пружају могућност не само за неговање добросуседских односа, већ и за успостављање дугорочних партнерстава и развојних пројеката заснованих на реалним друштвеним потребама, који ће

допринети унапређењу конкурентности региона. На тај начин унапређујући људске и институционалне ресурсе АП Војводина достиже зрелост да заједно са суседним регијама ради на решавању проблема који су својствени региону (Стојановић, Манић, 2009). Размена информација, међусобна координација, као и заједничко учење у процесима модернизације и европеизације важно је спроводити на нивоу држава, али и на нивоу регија и локалних самоуправа.

Тренутно достигнути ниво конкурентности Војводине у сфери руралног туризма, чији је саставни део гастрономски туризам није нарочито добар, независно од чињенице да за његов развој постоје сви природни, културни и социјални предуслови, природни потенцијали, значајно пољопривредно земљиште, значајан број пољопривредно активног становништва, традиционални приступ пољопривреди, незагађеност тла хемијским супстанцама и могућност производње „здраве хране“, добар потенцијал за развој комплементарних активности међу којима је и конзумирање традиционалних локалних гастрономских специјалитета (Вуковић и сар., 2008; Митровић, 2009; Мухи, 2010).

Реалне могућности бржег развоја пољопривреде и руралног туризма Србије и јачања њене конкурентске позиције леже у мултифункционалном развоју (Todorović и Bjeljac, 2009). То значи да ће се део пољопривредних ресурса користити на конвенционалан начин, интензивирањем пољопривредне производње до границе одрживог развоја, део ресурса ће се користити за непољопривредне намене (агро-еко, ловни, риболовни, спортско-рекреативни туризам и угоститељство и друге услуге), а део ресурса ће се користити за органску и здравствено безбедну храну (Гајућ и Пенић, 2009).

Под мултифункционалношћу подразумева се целокупна неконвенционална пољопривреда (производња здравствено безбедне хране – органска производња) и конвенционална пољопривреда (пољопривреда обављана на уобичајени начин и за уобичајене намене – производња хране и инпута за прерађивачку индустрију). Под мултифункционалном пољопривредом у ЕУ подразумева се производња хране и других корисних аутопута (који немају тржишну цену), која је субвенционисана у ширем интересу друштва. То значи да је економски исплатива за произвођача, а еколошки и социјално за друштво и државу. У том смислу, српска пољопривреда је мултифункционална, без обзира на транзициони пад (Ђерчан и сар., 2010а). С обзиром на нове могућности које се отварају на тржишту (туризам, рекреација, услуге), Србија може још више да диверзификује коришћење својих пољопривредних ресурса да би се повећале економске ефективности, не доводећи у питање мултифункционалност.

Република Србија, према индикаторима привредне развијености припада групи мање развијених земаља. Низак степен развијености, поред осталог, присутан је и у аграрном сектору. У складу са постојећим условима, дефинисани су циљеви и принципи аграрне политике:

- изградња одрживог и ефикасног пољопривредног сектора, који може да се такмичи на светском тржишту, доприносећи порасту националног дохотка;
- обезбеђење хране која задовољава потребе потрошача у погледу квалитета и здравствене безбедности;
- осигурање подршке животном стандарду за људе који зависе од пољопривреде, а нису у стању да својим развојем прате економске реформе;
- осигурање подршке одрживом развоју села;
- очување животне средине од утицаја негативних ефеката пољопривредне производње;

- припрема аграрног сектора за интеграцију у Европску унију, и
- припрема политике домаће подршке и трговине пољопривредним производима по правилима Светске трговинске организације (Мирић, 2009).

Већина региона у Србији имају добре предиспозиције географског положаја, морфолошке, хидролошке, климатолошке, биогеографске и антропогеографске вредности које су од значаја за развој домаћег и иностраног туризма. Највећи привредни потенцијал свих региона представља плодно земљиште, које покрива већи део територије, затим водни ресурси и шуме са разноврсном дивљачи.

Хумани ресурси су главни покретач привредног развоја јер од њих зависи продуктивност рада. Људски ресурси подразумевају знање, искуство, креативност, иновативност и способности појединца усмерене ка напретку друштва, те је у њих потребно стално инвестирати (Ђерчан и сар., 2010б). Привредни развој руралних подручја мора бити праћен општим друштвеним развојем, односно општом едукацијом руралног становништва и едукацијом у техничком, технолошком, образовном, културном, еколошком и, не на последњем месту, економском смислу. За опстанак и развој сељачких газдинстава у неразвијеним регионима Србије од посебног су значаја даљи развој задругарства али и руралног и еко-туризма, кроз које би се пласирала здрава храна и оживели, помало заборављени, стари српски специјалитети. Реафирмација неразвијених регија имала би и повољне економске и демографске последице, јер би се запослило младо становништво, чиме би се бар делимично спречила емиграција из таквих подручја (Глигоријевић и Стефановић, 2009).

Основне карактеристике гастрономског туризма

Гастрономски туризам се дефинише као посеђивање примарних или секундарних произвођача хране, фестивала хране, угоститељских објеката за производњу и услуживање хране и одређених дестинација за дегустацију и/или доживљавање атрибута регионалних специјалитета, при чему је храна примарни мотив за путовање (Hall и Mitchell, 2006).

Вино, храна и туризам су дуго били уско повезани. Међутим, тек недавно је улога коју играју вино и храна у привлачењу туриста у одређене регионе експлицитно призната од стране владе, истраживача и индустрије вина, хране и туризма. Храна је на туристичком тржишту постала призната као (Hall и Mitchell, 2001):

- део локалне културе, коју туристи троше;
- део туристичке промоције;
- потенцијална компонента локалног пољопривредног и економског развоја, и
- регионални фактор на који утичу обрасци потрошње и посматране жеље туриста.

Утицаји и користи од гастрономског туризма за регију укључују (Hall и Mitchell, 2006):

- повећану тражњу за пољопривредно-прехранбеним производима и гастрономским специјалитетима;
- изградњу брэнда;
- маркетиншке информације за произвођаче и добављаче (непосредан увид у укус потрошача);
- образовне могућности за посетиоце и становнике;

- регионалну и локалну дистрибуција потрошње; као и
- заштиту интелектуалне својине.

Предност гастрономских производа у односу на услуге је тај што они представљају физичке, материјалне производе, који имају облик, боју, структуру, укус и мирис; могу се складиштити и чувати за разлику од услуга које немају физичке атрибуте, неухватљиве су и неопипљиве те их туриста не може понети са собом (Шкрињар и сар., 2010).

За разлику од гастрономског туризма винском туризму у свету, а и код нас придаје се већа пажња. У пракси се показало да су туристи који иду у обиласке винских путева потрошачи који вишеструко помажу винском региону и то директно кроз потрошњу не само вина већ и хране која је специфична за посећени регион (Деђански и Пузић, 2010).

Традиционално бављење пољопривредом и гајење појединих производа на одређеним подручјима довели су до појаве могућих националних брендова, али, до сада су код нас у Заводу за заштиту интелектуалне својине регистроване само 42 домаће ознаке порекла (Прокоповић и Прокоповић, 2011).

Значај аутентичности пољопривредно-прехранбених производа за регионални развој

У све конкурентнијем свету туризма, сваки регион је у сталној потражи за јединственим производом, како би се диференцирао од других региона. Локална храна и гастрономија која је јединствена за одређени регион представља један од ресурса који све карактеристике може користити као средство како би се привукло више посетилаца.

Сваки регион поседује аутентичне пољопривредно-прехранбене производе и јела која могу бити занимљиви иностраним туристима. Управо ти производи представљају плод произвођача који се баве производњом висококвалитетних производа са заштићеном марком, базираних на традиционалним технологијама и сопственој сировинској основи као што су производи од млека и меса, слатководне рибе, воћа попут компота, кандираног воћа, воћних чајева, природних воћних сокова, специјалних воћних ракија, производа од грожђа, првенствено специјалних и аутохтоних вина, грожђаних сокова са додацима природних воћних арома, производа од поврћа произведених топло и хладном прерадом различитих врста.

Затим, у аутентичне пољопривредно-прехранбене производе могу се сврстати и производи произвођача који се баве производњом и прерадом „еколошких” производа, односно „здраве” хране и других производа као што су интегрална брашна и пецива од њих, зрнасте „инстант” хране од житарица са различитим додацима попут сушеног воћа, меда, ораха, лешника, бадема, итд., природни мед и производи од меда, чајеви, лековито биље и слично.

У аутентичне пољопривредно-прехранбене производе може се сврстати производња кокошијих јаја, бројлера, производња квасца, раног воћа и поврћа у заштићеном простору, специјалне врсте кондиторских производа, производња и прерада шампињона, пилића, фазанске дивљачи и узгој друге дивљачи, нпр. јелена лопатара за потребе ловног туризма, производња и прерада пужева и жаба, скупљање и прерада шумских плодова попут вргања и лисичарке и узгој и прерада товних коња (Малетић и сар., 2011).

Управо производњом ових производа и њиховим пласманом на туристичком тржишту може се утицати на развој недовољно развијених регија у држави.

Аутори који су се бавили анализом аутентичности понуде Војвођанских салаша утврдили су да је понуда домаћих јела незадовољавајућа. Прави однос би био када би једну трећину понуде чинила домаћа – аутентична јела, једну трећину национална јела и једну трећину интернационална. Нажалост ови резултати и нису толико поражавајући у односу на поражавајући број домаћих, а и националних јела у угоститељско-туристичкој понуди Србије (Тешановић и сар., 2009; Tešanović et al., 2010).

Предности развоја гастрономског туризма у неразвијеним регионима

Према Руо и сар. (1991), међу свим могућим трошковима у току путовања, туристи су најмање спремни да смање буџет намењен за храну. Ово говори да туристичка потрошња хране чини значајан допринос локалним ресторанима, ђевабданицама, пекарама, посластичарницама, пољопривредној и прехрамбеној индустрији, а тиме и економији региона.

Аутори истичу посебан значај хране као физиолошке потребе јер расходи за храну и пиће у туризму износе једну трећину укупне туристичке потрошње глобалног туристичког промета (Meleg и Cerović, 2003). И упркос њеној важности као улазном елементу у сектору туризма, аутори сматрају да она прима веома мало пажње у литератури (Telfer и Wall, 1996).

Географске ознаке порекла посебно су значајне за мање развијене земље, јер главнину њиховог извоза чине ови производи, при чему Словенија представља најбољи пример пласмана и искоришћења заштићених производа (Калењук и сар., 2010).

Географска ознака указује на локалитет са којег потиче означени производ и он потрошачима пружа информацију из које земље, региона и места потиче, док географска ознака порекла показује одакле потиче производ али и на то да због тога што потиче са тог локалитета производ поседује специфична својства, као резултат природних фактора, вештине људи са тог географског простора или пак комбинацију то двоје (Tešanović и Koprivica, 2007).

Производи који имају ознаку заштићеног географског порекла, имају развијено тржиште како у Европи тако и у свету. Истраживања унутар Европске заједнице су показала да се све већи број потрошача при куповини хране одлучује за производе, који носе ознаку географског порекла, иако такви производи постижу већу цену од класичних. Примери из земаља ЕУ показују, да на прави начин успостављен систем заштите географског порекла, неизоставно доноси огромне економске добити, овакав приступ обезбеђења квалитета и брэнда прехрамбених производа осигурава развој регије; покретач је економије, а пре свега туризма у одређеном региону, посебно руралних подручја (Савић и Ђурић, 2008).

С аспекта здраве исхране и здраве природне средине, може се рећи, да је туризам животом зависан од пољопривреде, мада, с друге стране директно или индиректно подстиче просперитет пољопривреде и економије наше државе (Вујовић, 2007).

Са аспекта туризма посебно је интересантна органска пољопривредна производња хране, јер значајније укључивање органске хране у туристичку понуду може се претворити у значајну компаративну предност и облик диференцирања туристичке понуде Србије (Ђенадић, 2010). Србија има велики потенцијал за органску производњу јер поседује незагађено земљиште, климатске погодности и бројне пољопривредне произвођаче (Храбовски-Томић, 2010).

Закључно разматрање

Ревитализација неразвијених подручја апострофира се као један од кључних фактора у процесу интеграције наше земље у европски регионални простор. Кључне мере за ревитализацију појединих региона заснивају се на могућностима афирмисања појединих предеоних целина у складу са стручним плановима развоја.

Потрошња је интегрални аспект туристичког искуства, туристи не конзумирају само призоре и звуке посећене дестинације, него и укусе. Гастрономија представља значајно средство да се продре у други културу јер омогућава појединцу да окуси остало и на сензорном нивоу, а не само на интелектуалном. Аутентични пољопривредно-прехранбени производи и јела представљају основну компоненту дестинацијиних атрибута, формирајући од опсега атракција и укупно туристичко искуство.

Србија поседује бројне аутентичне пољопривредно-прехранбене производе, као и гастрономске производе, који би се могли успешно пласирати на туристичком тржишту, иако постоје бројни недостаци на које би се могло утицати у појединим секторима. Наравно у креирању, обликовању, развоју и организацију би морали да учествују сви туристички субјекти региона.

Активацијом пољопривредне производње у сврху гастрономског туризма постижу се позитивни ефекти на руралну заједницу, руралну економију и животну средину. Међутим, пољопривредна производња није једина функција руралних подручја, већ то може да буде читав низ других делатности које имају за циљ поспешивање раста руралне економије, смањење јаза урбаних и руралних подручја и унапређење животног стандарда становништва из руралних средина. На тај начин се смањује зависност сељака од пољопривредне производње као извора прихода. Активности које треба предузети у циљу остварења овог програма су: стварање могућности за запошљавање ван фарми кроз мање прерађивачке јединице, центре за услуге у руралној средини и одговарајућа инфраструктурна побољшања. Диверзификацијом се подстиче предузетничка активност. Предности диверзификације руралне економије јесу:

- смањење незапослености,
- искоришћавање компаративних предности руралних подручја,
- убрзање економског развоја руралних подручја,
- унапређење квалитета живота у руралним срединама.

Следећи кораке земаља и њихових региона који су спознали своје потенцијале за развој гастрономског туризма, бољим пласманом аутентичних пољопривредно-прехранбених производа и јела, који су саставни атрибут руралног туризма и њиховом заштитом, гастрономски туризам би могла да постне један од значајних делатности у развоју неразвијених региона Србије.

Литература

1. Balaguer-Coll Maria Teresa, Prior Diego, Tortosa-Ausina Emili. (2010): Decentralization and efficiency of local government. *The Annals of Regional Science*, 45, 571-601.
2. Гајић Тамара, Пенић Мирјана. (2009). Мултипликативна својства туристичких кретања у региону Војводине. *Економика*, 55(6), 203-215.
3. Глигоријевић Живорад, Стефановић Видоје. (2009). Друштвени значај и одрживи развој туризма. *Економика*, 55(6), 45-53.

4. Hall C. Michael, Mitchell Richard. (2001): Wine and food tourism. У књизи Douglas Norman, Douglas Ngaire, Derrett Ros, Special Interest Tourism. Wiley, Sydney.
5. Hall C. Michael, Mitchell Richard. (2006): Gastronomy, food and wine tourism. У књизи Buhalis Dimitrios, Costa Carlos, Tourism Business Frontiers - Consumers, products and industry. Elsevier Ltd, Oxford.
6. Hall C. Michael, Sharples Liz, Mitchell Richard, Macionis Niki, Cambourne Brock. (2003): Food tourism around the world: development, management, and markets. Butterworth Heinemann, Oxford.
7. Horng Jeou-Shyan, Tsai Chen-Tsang. (2010): Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. Tourism Management 31, 74–85.
8. Lampič Barbara, Potočnik Slavič Irma. (2007): Demographic vitality and human resources as important factors for rural areas development. Glasnik Srpskog geografskog društva, 87 (2), 103-114.
9. Meler Marcel, Cerović Zdenko. (2003): Food marketing in the function of tourist product development. British Food Journal, 105 (3), 175-92.
10. Miljanović Dragana, Milić Radmila, Đorđević Jasmina. (2010): Regional inequality in Serbia as a development problem, Acta geographica Slovenica, 50-2, 2010, 253–275.
11. Митровић Љубиша (2009). Туризам као фактор регионалног развоја, интеркултурализма и афирмације културе мира међу народима. *Економика*, 55(1-2), 11-15.
12. Pyo Sung Soo, Uysal Muzaffer, McLellan W. Robert. (1991). A linear expenditure model for tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 31, 619-630.
13. Škrinjar Marija, Tešanović Dragan, Kalenjuk Bojana. (2010): Recognized serbian gastro products. The Second International Scientific Expert Conference, Quality and innovation in tourism and catering, 2010, Bled, Slovenija, 475-484.
14. Telfer J. David, Wall Geoffrey. (1996): Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research*, 23 (3), 635-53.
15. Tešanović Dragan, Koprivica Miodrag. (2007): Influence of quality definition of regional gastronomic products on formation of touristic offer of Serbia. International Participation Conference, Recognisable national gastronomy-tourist potential, Bled, Slovenia, 217-223.
16. Tešanović Dragan, Vičić Slavoljub, Kalenjuk Bojana. (2010): Structure and quality local cuisine in a recognizable serbian regional hospitality facilities. The Second International Scientific Expert Conference, Quality and innovation in tourism and catering, 2010, Bled, Slovenija, 515-526.
17. Todorović Marina, Bjeljic Željko. (2009): Rural tourism in Serbia as a concept of development in undeveloped regions, Acta geographica Slovenica, 49-2, 2010, 453–473
18. Wolf Eric. (2006): Culinary Tourism. The Hidden Harvest. Kendall/Hunt Publishing.
19. Вујовић Славољуб. (2007): Агротуризам као подстицајни фактор економског развоја Војводине. *Економика пољопривреде*, бр. 54, 2/2007, 215-230.
20. Вуковић Предраг, Цецић Наташа, Цвијановић Драго. (2007): Одрживи туристички развој руралних подручја Србије. *Економика пољопривреде*,

- бр. 54, 3/2007, 369-379.
21. Деђански Стевица, Пузић Горан. (2010): Менаџмент развоја винског туризма у Србији као основа развоја локалних заједница. Економика пољопривреде, бр. 57, 3/2010, 463-473.
 22. Ђекић Снежана и Јовановић Соња. (2009): Стратегија руралног развоја у светлу прикључивања Србије Европској унији. *Facta universitatis - series: Economics and Organization*, 6 (2), 147-152.
 23. Ђенадић Мирољуб. (2010): Здрава храна као фактор туристичке конкурентности Србије. Економика пољопривреде, бр. 57, 4/2010, 681-690.
 24. Ђерчан Бојан, Бубало-Живковић Милка, Лукић Тамара. (2010а): Пољопривреда као фактор економског развоја пограничног региона Срема на примеру села Вашица. Зборник радова Департамента за географију, туризам и хотелијерство ПМФ-а, 39, 19-35.
 25. Ђерчан Бојан, Бубало-Живковић Милка, Лукић Тамара. (2010б): Демографске промене у пограничним насељима Срема на примеру Вашице. Зборник радова Географског факултета, 58, 63-80.
 26. Ђорђевић Дејан. (1994): Ка планирању периферних зона Србије – нова децентрализација или локална држава. Зборник радова Географског факултета, 43, 227-232.
 27. Ђорђевић Дејан. (2002): Плански приступ ревитализацији пограничних крајева. У: Проблеми ревитализације пограничних крајева Југославије и Републике Српске, Београд: Географски факултет.
 28. Ђорђевић Јасмина, Тодоровић Марина. (2006): У сусрет новим концептима руралног развоја Србије. Гласник Српског географског друштва, 86 (1), 211-220.
 29. Калењук Бојана, Вулић Гордана, Тешановић Драган. (2010): Позиционирање заштићених словеначких гастрономски производа у туризму. Зборник радова Департамента за географију, туризам и хотелијерство, 39, ПМФ, Нови Сад, 232 - 247.
 30. Малетић Радојка, Церанић Слободан, Поповић Блаженка. (2011): Мала и средња предузећа као чиниоци смањења сиромаштва у руралним заједницама Србије. Економика пољопривреде, бр. 58, 1/2011, 121-131.
 31. Министарство трговине, туризма и услуга Републике Србије (2005): Стратегија туризма Републике Србије, Београд.
 32. Мирић Огњен. (2009): Регионална политика Европске уније као мотор економског развоја, Европски покрет у Србији, Београд.
 33. Мухи Бела. (2010): Рурални туризам као фактор ревитализације села у Војводини – изазови и правци развоја. Економика пољопривреде, бр. 57, 3/2010, 475-485.
 34. Прокоповић Бранислав, Прокоповић Татјана (2011): Бренд као наша судбина. Економика, 1/2011, 108-114.
 35. Савић Мирјана, Ђурић Иван. (2008): Географске ознаке порекла пољопривредних и прехранбених производа. Економика пољопривреде, бр. 55, 2/2008, 207-218.
 36. Стојановић Татјана, Черовић Слободан. (2008). Значај гастрономске понуде за развој сеоског туризма Србије. Зборник радова ПМФ - Географски институт, бр. 56, Београд, 165-176.
 37. Стојановић Жаклина и Манић Емилија. (2009): Одрживи рурални развој и прекогранична сарадња. Гласник Српског географског друштва, 89 (2), 43-64.

38. Тешановић Драган, Калењук Бојана, Блеђић Ивана. (2009): Структура гастрономске понуде на салашима и њен утицај на развој сеоског туризма. Туристичко пословање, 4/2009, 103-110.
39. Тодоровић Марина, Тошић Бранка. (2006): Transborder Cooperation in the Pannonian Plain – Case Study of “The Euroregion Danube-Drava-Sava”. Geographica Pannonica, 10, 85-88.
40. Тошић Бранка, Милетић Радмила. (2002): Могући правци развоја пограничних подручја Србије. У: Проблеми ревитализације пограничних крајева Југославије и Републике Српске, Београд: Географски факултет.
41. Храбовски-Томић Ева. (2010): Туристичко-пољопривредни кластери у функцији развоја туризма. Економика пољопривреде, бр. 57, 3/2010, 487-497.