

Saša Vujić*

**ULOGA I PERSPEKTIVA MIKROKREDITNIH ORGANIZACIJA
U RAZVOJU SEOSKOG TURIZMA****THE ROLE AND PERSPECTIVE OF MICRO-CREDIT ORGANIZATIONS
IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM**

SAŽETAK: U ovom radu analizira se poslovanje mikrokreditnih organizacija i plasman mikrokredita u području turizma i seoskog turizma, kao i učinci korištenja mikrokredita u kreiranju ponude seoskog turizma u Bosni i Hercegovini (BiH). Osnova za ovu analizu su pokazatelji o poslovanju korisnika kredita i pokazatelji o njihovoj materijalno-financijskoj i socijalnoj situaciji. Shodno tome, ocijenjena je i uloga koju mikrokreditne organizacije imaju i mogu imati kao podrška razvoju seoskog turizma, cijeneći iznad svega činjenicu da se kao potencijalni ponuđač usluga u oblasti seoskog turizma najčešće pojavljuju pojedinci i domaćinstva čija materijalna i ekonomska situacija ne omogućava njihovo "kvalificiranje" za dobivanje bankarskih kredita. Mikrokreditne organizacije vide perspektivu razvoja kroz kreiranje podrške razvoju ponude seoskog turizma, a time i poboljšanja socijalno-ekonomskog stanja u BiH, kao i omogućavanje pojedincima i domaćinstvima da organiziraju i započnu vlastiti posao u području seoskog turizma. Prezentirat će se mogući oblici podrške mikrokreditnih organizacija razvoju seoskog turizma i ostalih oblika turizma izvedeni iz istraživanja iskustava stečenih u primjeni mikrokreditne i drugih oblika financijske podrške u komparativnim sredinama, koje su na osnovu kreiranja kvalitetnog sustava financiranja i drugih oblika podrške osigurale značajne pozitivne učinke u razvoju turizma.

KLJUČNE RIJEČI: mikrokreditne organizacije, mikrokrediti, seoski turizam.

SUMMARY: This paper analyzes the operations of micro-credit organizations and the disbursement of micro-credits in the field of tourism and rural tourism, as well as the effects of micro-credits utilization in creating rural tourism offer in B&H. The analysis is based on operations of credit beneficiaries and indicators on their material-financial and social situation. In accordance with this, the role which micro-credit organization have, and can have, for supporting the development of rural tourism has been assessed, taking into the account above all the fact that individuals and households whose material and economic situation does not enable their "qualification" for receiving a loan from commercial banks are most often seen as potential suppliers in the field of rural tourism. Micro-credit organizations see this perspective through the creation, and support, for development of rural tourism offer, and by doing so, improvements in the socio-economic condition in B&H, as well as enabling individual and households to organize and start their own businesses in the field of rural tourism. This paper presents possible forms of support by micro-credit organizations to the development of rural tourism, and other forms of tourism, drawn from experiences acquired in the application of micro-credit and other forms of financial supports in similar environments, which are based on creating a sound system of financing and other forms of support ensuring significant positive effects in the development of tourism.

KEY WORDS: micro-credit organization, micro-credits, rural tourism.

* Saša Vujić, viši asistent na Katedri za marketing Ekonomskog fakulteta u Sarajevu, Trg oslobođenja - Alija Izetbegović 1, 71000 Sarajevo, BIH, E-mail: sasa.vujic@efsa.unsa.ba

Saša Vujić, Senior Assistanat at the Marketing Department, Faculty of Economics in Sarajevo, Trg oslobođenja - Alija Izetbegović 1, 71000 Sarajevo, BIH, e-mail: sasa.vujic@efsa.unsa.ba

1. UVOD

Mikrokrediti i mikrokreditne organizacije u BiH pojavljuju se prvi put 1995. godine nakon rata. Pojava mikro-kreditiranja uvjetovana je nastojanjem da se ublaže negativni učinci različitih prirodnih, ekonomskih i socijalnih poremećaja i posljedica koje ih prate. U poslijeratnom razdoblju država i stanovništvo BiH suočili su se s enormnim problemima siromaštva, razrušenim privrednim kapacitetima i uništenim materijalnim i ljudskim potencijalima te nesagledivim ekonomskim i socijalnim poremećajima koje su izazvala ratna događanja. Karakteristična slika ekonomski uništenih sustava uvjetovala je kreiranje specifične ponude financijskih usluga. Ključni faktor razvoja ovakvog oblika ponude koncipiran je i osmišljen na razini međunarodne zajednice i aktivnostima Svjetske banke - World Bank (WB) usmjerenih na pomoć u razvoju. On je, prije svega, modus da se na pristupačan i prihvatljiv način kreira sustav plasiranja raspoloživih sredstava u obliku pozajmica. Na ovaj način omogućeno je efikasnije korištenje ograničenih sredstava u usporedbi sa klasičnim oblicima doniranja i poklona ugroženim regijama, pojedincima i zajednicama.

Siromašni stanovnici, koji obično nisu zaposleni, ne mogu koristiti usluge uobičajenih financijskih institucija, prije svega banaka, koje su ključni nositelj ponude financijskih izvora i kredita. Oni su kreditno nesposobni i ne mogu niti u jednoj banci uzeti kredit kako bi osigurali određeni izvor financiranja normalnih životnih aktivnosti ili pokrenuli osobni mali *business* kao alternativu zapošljavanju i radnom angažmanu u drugim institucijama. Takvo siromašno stanovništvo, u pravilu, nema kvalitetne imovine koja bi im poslužila kao hipoteka za garanciju otplate kredita. A upravo ovaj segment ima najveće potrebe za osiguranjem izvora financiranja za različite namjene i

1. INTRODUCTION

Micro-credits and micro-credit organization in Bosnia and Herzegovina (BH) emerged in 1995, after the war in B&H. The emergence of micro-crediting is an attempt to ease the negative effects of various natural, economic and social disturbances and the accompanying consequences. During the post-war period, the State and citizens of B&H were faced with enormous poverty, and decimated economic, material and human potential, also immeasurable economic, as well as social disturbances caused by the war. This typical picture of economically ruined system engendered the creation of this specific supply of financial services. The key factor in the development of such a form of supply has been drafted and made meaningful by the International Community and through the activities of the World Bank (WB), which are aimed towards supporting these developments. Above all else, it represents an opportunity to create a system of disbursing available assets in the form of accessible loans. This manner enables a more efficient utilization of limited assets in comparison to the classic forms of donations and gifts to endangered areas, individuals and communities.

Poor citizens, who are usually not employed, cannot use the services of typical financial institutions, primarily banks, which represent the key bearer of financial sources and loans. They are not able to get loans, and they attempt to do so to ensure adequate living standard or to start their own small business as an alternative to employment and work arrangement in other institutions. Such a poor population does not have any property, which could serve as collateral for repayment. This segment of population has the greatest need for sources of financing for various needs, and even for ensuring one's existence, i.e., starting up their own business which will enable a permanent and secure

čak za osiguranje osobnog opstanka, odnosno pokretanje posla koji će osigurati stalni i siguran izvor sredstava za financiranje životnih funkcija.

"Mikrokreditne organizacije (MKO) u BiH registrirane su kao neprofitne i nevladine organizacije koje ne uzimaju depozit, a kojima je osnovna aktivnost davanje mikrokredita za socijalno najugroženiju populaciju, u cilju razvoja poduzetništva".¹ Neprofitne organizacije imaju za cilj ostvariti neki viši društveni cilj, a ne stvarati profit.² Tržište mikrokreditnih organizacija je segment stanovništva koji ne može koristiti redovne bankarske kredite jer ne ispunjava osnovne uvjete bankarskog sustava. Ovaj dio stanovništva u pojedinim regijama BiH dostiže i do 40%.³

U Poljskoj gotovo dva milijuna domaćinstava s niskim prihodima treba mikrokredite za financiranje svojih sadašnjih mikro-poslova ili za realizaciju svojih želja za samozapošljavanje. Samo tri posto njih je trenutno realizirano.⁴ Kome su potrebni mikrokrediti i kakvo je ovo tržište? Tržište mikrokredita u Poljskoj čini 29% domaćinstava s niskim prihodima i ukupno ima 1,98 milijuna mikro-poduzetnika s niskim prihodima. Sedamnaest posto tržišta su postojeća

source of assets for financing the a normal standard of living.

Micro-credit organizations (MCO) in B&H are registered as nonprofit and nongovernmental organization which do not collect deposits, and whose key activity is the provisioning of micro-credits to socially endangered population, with a goal of developing entrepreneurship".¹ Nonprofit organizations have a greater social goal, not just making a profit.² The market of micro-credit organizations represents the segment of a population which cannot access regular bank loans because they do not meet the conditions set forth by the banking system. This segment of the population in certain B&H regions is reaching levels up to 40% of the population.³

In Poland, almost 2 million households with low incomes need micro-credit to finance their current microbusinesses or to implement of their desires of self-employment. Only 3% of them have been served.⁴ The questions are: who needs micro-credits and what is this market like? The microcrediting market in Poland makes up 29% of low-income households and there is a total of 1.98 million low-income microentrepreneurs. Existing microcompanies account for

¹ Dunn E., (2005), "Utjecaj mikrokredita na klijente u BiH", Projekt lokalnih inicijativa, str. 11.

Dunn E., (2005), "The impact of micro-credits on clients in BiH", Local Initiatives Project, pg. 11.

² Kotler, P., A. Andersen, (1996), "Strategic Marketing for Non Profit Organisation", Prentice Hall, Inc. str. 30 i 31.

³ Federalni zavod za statistiku i Zavod za statistiku RS, „Anketa o mjerjenju životnog standarda u BiH”, Anketa provedena u jesen 2001. godine, navedene statističke organizacije u BiH, broj stranica: 371. Federal Bureau for Statistics and Bureau for Statistics of the RS, „ Survey on measurement of living standards in BiH”, survey conducted in the Fall of 2001, listed statistical organization in BiH, number of pages: 371

⁴ Studije financirane od Europskog investicijskog fonda (Jerenie inicijativa) provedene su u 2006. godini koristeći MFC set alata za analizu razvoja tržišta u konsultaciji sa sudionicima u procesu. Napravljena je studija ponude korištenjem ankete i analize sekundarnih podataka. Studija potražnje je bazirana na četiri fokusne grupe i dvije državne ankete (1.020 domaćinstava s niskim prihodom i još jedan dodatni uzorak od 203 mikro-poduzetnika). Domaćinstvo s niskim prihodom u Poljskoj je definirano kao domaćinstvo ispod mediana ekvivalentnog prihoda (per capita) - 850 zloty (1 euro = 3.9 PLN), blizu minimalnoj socijalnoj stopi siromaštva.

Studies, financed by the European Investment Fund (Jerenie initiative) were carried out in 2006 by using the MFC set of tools for analyzing the market development in consultations with participants in the process. The study was conducted by using surveys and analysis of the secondary data. The study of the supply is based on 4 focus groups and two State surveys (1020 low-income household and another additional sample of 203 micro-entrepreneurs.) Low-income household in Poland is defined as a household below the median equivalent of the income (per capita) - 850 zloty (1 euro = 3.9 PLN), close to minimal social rate of poverty.

mikro-poduzeća, a 83% čine potencijalni pokretači posla (domaćinstva s niskim prihodima koja teže samozapošljavanju). Samo tri posto trenutno koristi mikro-kredit. Nedostatak kapitala je važan izazov za gotovo 40% sadašnjih poduzetnika i onih koji teže samozapošljavanju. Na početku je postojao prilično mali broj potencijalnih i postojećih mikro-poduzetnika koji su razmatrali mogućnost vanjskog financiranja svog posla. Međutim, čim se izloži koncept mikro-kredita, zanimanje za financiranje posla se utrostručilo u odnosu na njihove ranije planove. Primjer Poljske nije jedini ovakav primjer u Europi.⁵

2. MOGUĆNOSTI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA U BIH

Većina mikro-kredita korištena je za podršku i financiranje aktivnosti u području trgovine i proizvodnje, a odmah nakon toga poljoprivrede. Struktura mikro-kredita plasiranih u BiH među korisnicima pokazuje da je udio turističke djelatnosti nizak.⁶ Ukoliko ovu činjenicu promatramo iz perspektive učinaka turizma na društvo i ekonomski razvoj, brojnih sudionika turističkih putovanja u domaćim i međunarodnim razmjerima te učinaka koje ova putovanja imaju, može se zaključiti da turizam nema premca u nekoj sličnoj pojavi u okvirima suvremenog svijeta. To onda značajno relativizira nizak udio korištenja mikro-kredita u području turizma, odnosno otvara problem "širine promatranja", tj. uključivanja niza aktivnosti koje konvergiraju turističkoj djelatnosti i koje imaju različite učinke od organiziranja posjeta i trošenja.

U analizu utjecaja valja uključiti učinke, kao i dobit koja će se pojaviti u sferi različitih djelatnosti koje su predmet podrške turi-

17% of the market and 83% of the market represent potential clients who wish to start up their own businesses (low-income household who strive towards self-employment). Only 3% of them are currently utilizing a micro-credit. The lack of capital is an important challenge for almost 40% of current entrepreneurs and those who have difficulties in self-employment. In the beginning, there were a relatively small number of potential and existing microentrepreneurs who considered the possibility of externally financing their businesses. However, as soon as the concept of micro-crediting is presented, the interest for business financing triples in comparison to their previous plans. Poland is not the only example in Europe.⁵

2. POSSIBILITIES OF DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Most of micro-credits were used for supporting and financing activities in the field of trade and production, as well as in agriculture. The structure of disbursed micro-credits among beneficiaries in BH shows that participation in tourist activities is low.⁶ If we consider this fact from the perspective of the effect tourism has on society, and in economic development, numerous participants in travel arrangements in domestic and international proportions, and effects which these travels have, it can be concluded that tourism does not have a similar counterpart within the framework of the modern world. In return, this significantly low participation of micro-credits utilization in the field of tourism, that is, it opens up the issue of "breadth of consideration", in terms of the inclusion of various

⁵ Michał Matul, MFC, Justyna Pytkowska, MFC, Marcin Rataj, "MICROFINANCE in Central and Eastern Europe and the New Independent States", MFC, 2/2007.

⁶ LID, (2003), Projekat lokalnih inicijativa II, "Godišnji izvještaj za 2003. godinu", LIP II Sarajevo i LIP II Banja Luka

LID, (2003), Local Initiative Project II, "Annual report for 2003", LIP II Sarajevo and LIP II Banja Luka

zmu, kao što su trgovina, smještaj, ugostiteljstvo, razne usluge i slično. Jasno je da se različite aktivnosti financiraju mikro-kreditima indirektno vezanim za turizam i da se osjećaju pozitivni učinci na turistička kretanja, odnosno da kvaliteta te ponude i usluga doprinosi kreiranju kompleksnog turističkog proizvoda. Na turističkom tržištu se susreću, isprepliću i na određeni način povezuju i međusobno određuju turistička ponuda i turistička potražnja.⁷

Upravo se u ekološki najočuvanijim i za održivi (ekološki i seoski) turizam najpogodnijim dijelovima Bosne i Hercegovine nalazi brojno nezaposleno stanovništvo bez redovnih primanja, na čemu se temelje tvrdnje o potrebi i mogućnosti aktiviranja MKO na ovom polju. Odlučujući faktori na kojima se danas temelje suvremeni turistički tokovi su sljedeći: ekologija i ukupni ambijent u kojem turist putuje ili se odmara, kultura, sigurnost u tijeku boravka i putovanja te zdravlje.⁸

Uloga i značaj turizma na ekonomske učinke i ekonomski razvoj države, odnosno udio turizma u generiranju društvenog bruto proizvoda (DBP) i zapošljavanja, prema rezultatima i izvještajima Svjetske turističke organizacije - World Tourism Organization (WTO) te državnih statističkih zavoda, neupitni su. Prema posljednjim pokazateljima Svjetske turističke organizacije, turizam značajno utječe na formiranje DBP-a, dok su njegovi indirektni učinci mnogo veći i teško ih je izdvojiti jer se mjere kroz razvoj i utjecaj niza uslužnih djelatnosti, trgovine i usluga. Ponekad se čak udio financijskog sektora u kreiranom DBP-u više uočava kod zemalja u razvoju i nerazvijenih zemalja, obzirom na činjenicu da je ostatak industrije nerazvijen ili nedovoljno razvijen. Ovakvu

other work activities with tourism, and which have different effects than those of organizing visits and spending.

We need to set things "wide enough" to include in the impact analysis the effects, as well as gains which will arise in various fields which support in tourism, such as trade, accommodation, services and similar. It is clear that various activities financed through micro-crediting services are indirectly tied to tourism and that as such feel the positive effect of tourism activities through the quality of its offer and services which contribute to the creation of complex tourist products. Tourist supply and tourism demand are on the tourist market meeting, overlapping and in certain cases are connected.⁷

Ecological and sustainable (ecological and rural) tourism are the most suitable parts of Bosnia and Herzegovina with high unemployment and unsteady income. There is a clear need and possibility of activating MCO in this field. The key factors which modern tourist flows are based on today are: ecology and total ambiance which a passenger is traveling to or is resting at, culture, safety during the stay, and travel and health.⁸

According to reports by the World Tourism Organization (WTO) and the State Bureaus for Statistics, the role and importance of tourism on the economy and economic development of the country, is unquestionable. According to the latest WTO indicators, tourism significantly impacts the formation of GDP, while its indirect effects are even greater. It is, however, difficult to single them out because they are measured through development and their impact on various service activities and trade. Sometimes, the participation of the financial sector in GDP creation is more

⁷ Vukonić B., (1983), "Marketing u turizmu", Agencija za marketing - Vjesnik, Zagreb, str. 33
Vukonić B., (1983), "Marketing in tourism", Marketing Agency - Vjesnik, Zagreb, pg.33

⁸ Čavlek Nevenka, (1998), "Turoperatori i svjetski turizam", Golden marketing, Zagreb, str. 243
Čavlek Nevenka, (1998) "Turoperator and world tourism", Golden marketing, Zagreb, pg.243

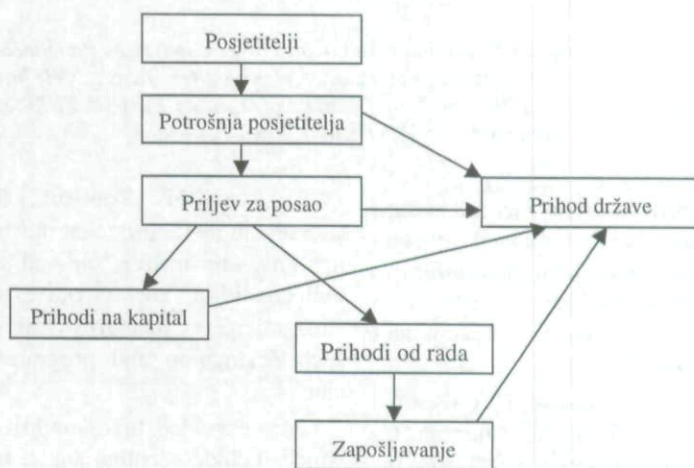
situaciju nalazimo i u Bosni i Hercegovini i susjednim zemljama.⁹

Usporedo s povećanjem broja posjetitelja na određenom prostoru dolazi do povećanja potrošnje. Onog trenutka kad se ti troškovi usmjeravaju na plaćanje prema poslu (plaćanje različitih računa), oni počinju generirati lanac plaćanja za plaće i zarade, za nove zaposlene i financijski priliv (kamate) na dugovanja i potencijalno generiraju profit. U isto vrijeme, državni prihodi rastu kao posljedica turističke aktivnosti, osobnih prihoda zapošljavanja i prinosa na kapital.¹⁰

noted with developing countries and undeveloped countries considering that the rest of the economy is not developed or at least not developed enough. Such a situation is also seen in Bosnia and Herzegovina and neighboring countries.⁹

The parallel to an increase in the number of visitors to a certain place and an increase in their spending is noted. During times when spending is directed towards paying various bills, they start to generate a chain of payments for salaries and incomes for new employees and financial inflow (interest) on debt and potentially generate profit. At the same time, the state income is growing as a consequence of tourist activity, personal employment income and yields on capital.¹⁰

Slika 1. Lanac ekonomskih prednosti turizma

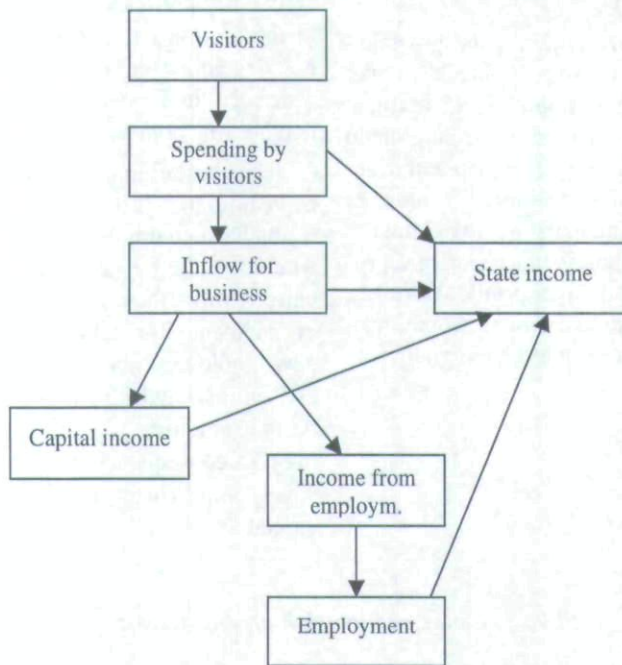


Izvor: Organization of American States, Inter-American Travel Congresses Permanent Secretariat, (1997), "Sustaining Tourism by Managing Financial and Human Resources", XVII Inter-American Travel Congress 7 - 11 April, 1997, San Jose, Costa Rica, OEA/Ser.K.III.18, TURISMO-doc.1, January 31, 1997, Original: English, str. 6.

⁹ Babić-Hodović, V. Tesche, J., (2006), "FDI and Banking sector Development" IMDA Conference, Sarajevo.

¹⁰ Organization of American States, Inter-American Travel Congresses Permanent Secretariat, (1997), "Sustaining Tourism by Managing Financial and Human Resources", XVII Inter-American Travel Congress 7 - 11 April, 1997, San Jose, Costa Rica, OEA/Ser.K.III.18, TURISMO-doc.1, January 31, 1997, Original: English, str. 5.

Figure 1: The chain of economic advantages of tourism



Source: Organization of American States, *Inter-American Travel Congresses Permanent Secretariat*, (1997), "Sustaining Tourism by Managing Financial and Human Resources", XVII Inter-American Travel Congress 7-11 April, 1997, San Jose, Costa Rica, OEA/Ser.K.III.18, TURISMO-doc.1, January 31, 1997, Original: English, pg. 6.

Svjetska turistička organizacija u svojim izvještajima ističe da je turistička destinacija koja nudi "sunce i pijesak" u današnjim uvjetima "ostarjela kao tržište" i predviđa da će rast potražnje za ovakvim destinacijama i sadržajima mirovati.¹¹

Očekuje se da "iskustveni" turizam - onaj koji obuhvaća ekoturizam, turizam temeljen na prirodnim resursima, kulturni, seoski i blago avanturistički turizam, raste brzim tempom između 2000. i 2020. godine.¹² Ovo potvrđuju podaci o trostruko bržem rastu ekoturizma i prinosa na ovom području u odnosu na masovni turizam. Postoji

The World Tourism Organization stresses, in its reports, that those tourist destinations which offer "sun and sand" in current conditions are "as old as the market" and anticipates that growth in demand for such destination and programs will stagnate.¹¹

It is expected that "empirical" tourism, which includes ecotourism, nature, culture, rural and slightly adventurous tourism, will grow at very fast pace between 2000 and 2020.¹² They confirm this by the data on three times faster growth of ecotourism and the higher returns in this field in comparison

¹¹ WTO (2004), "Globalna prognoza i profiti tržišnih segmenata", Sv. 7 "Vizija turizma u 2020. godini"
WTO (2004), "Global forecast and profits of the market segments", . 7, "The vision of tourism in 2020."

¹² WTO (2004), "Globalna prognoza i profiti tržišnih segmenata", Sv. 7 "Vizija turizma u 2020. godini"
WTO (2004), "Global forecast and profits of the market segments", . 7, "The vision of tourism in 2020."

snažna i rastuća potražnja potrošača za turizmom više kvalitete, koji "ima osjećaj za kulturu i životnu sredinu".¹³ Najnovija statistika Ecotrans-a iz Njemačke pokazuje sličnu potražnju za održivim ekoturizmom:

- 20 do 30% putnika su svjesni potreba i vrijednosti održivog turizma,
- 10 do 20% traži "zelenu" mogućnost uz svoje putovanje,
- 5 do 10% zahtijeva "zeleni" odmor i ne putuju dok se ne uvjere da kompanije koje oni koriste ne prakticiraju održivi turizam.

Ecotrans zaključuje da postojeće tržište za ekoturizam i održivi turizam pokriva oko 10% i da ono može porasti do 30% ukupnog turističkog tržišta (Ecotrans 2004).¹⁴

Prema rezultatima ovog istraživanja, europski turisti koji traže ekoturizam i održivi turizam su lideri ovog mišljenja, koji pitaju i pričaju svojim prijateljima i kolegama o svojim putovanjima na odmor i koji biraju lokaciju za svoj odmor na osnovu usmene preporuke. Oni su iskusni putnici koji su neovisni i ne vole prenatrpene ture, višeg stupnja obrazovanja i bogatiji od prosječnog putnika te su obično srednje starosne dobi ili stariji.

Proizlazi da su oni koji teže za održivim turizmom snažan i utjecajan segment potrošačke javnosti i da ih kao takve treba privući i koristiti u dvostupanjskom modelu komuniciranja s potencijalnim posjetiteljima Bosne i Hercegovine kao ekološki očuvane turističke destinacije. U cilju osiguranja održivog razvoja turizma i stvaranja pretpostavki za integrirano održivo upravljanje turističkom destinacijom neophodno je osigu-

to mass tourism. There is a strong and growing demand for tourism of higher quality, which "has a feeling for culture and the environment".¹³ The latest statistics of the Ecotrans from Germany are showing similar demand for sustainable ecotourism:

- 20 to 30% of travelers are aware of the needs and value of sustainable tourism,
- 10 to 20% says that they are looking for "green" possibilities along with their travel,
- 5 to 10% say that they are demanding "green" vacation and that they will not travel until they are certain that the company they use practices sustainable tourism.

Ecotrans concludes that the existing market for ecotourism and sustainable tourism covers around 10%, and that it can grow to 30% of the total tourist market (Ecotrans 2004).¹⁴

According to the results of this research, European tourists who are looking for ecotourism and sustainable tourism are the leaders of this opinion, who are asking and telling their friends and colleagues about their travels and vacations, and who chose their location for holidays based on verbal instructions. They are experienced travelers, who are independent and do not like overbooked tours, they have higher levels of education, they are richer than the average traveller and are usually middle aged or older.

Consequently, those who seek sustainable tourism are a strong and influential segment of the travelling public and they need to be attracted and used as mode of communication with the potential visitors to Bosnia and Herzegovina, as an ecologically

¹³ Honey, M., (2005), "Pregled Programa za razvoj planinskog turizma u Crnoj Gori", The International Ecotourism Society, 11. maj 2005.

Honey, M., (2005), "Overview of the program for development of the mountain tourism in Montenegro", The International Ecotourism Society, May 11, 2005.

¹⁴ Ibidem.

rati primjenu UNEP principa.¹⁵ Na taj način je moguće integrirati turizam u ukupnu politiku održivog razvoja kroz:

- usvajanje strategije na državnoj razini,
- međusobnu koordinaciju i kooperaciju agencija,
- integrirano upravljanje ograničenim resursima na bazi rješavanja konflikta u procesu korištenja resursa.

Da bi se osigurala ravnoteža održivog razvoja turizma i šireg ekonomskog razvoja, društveni ciljevi i ciljevi okoline na državnoj i lokalnoj razini moraju biti postavljeni na bazi državne strategije razvoja turizma. Istovremeno je u sferi integriranja, koordinacije i kooperacije neophodno osigurati:

- Jačanje koordinacije između turističke politike, planskog razvoja i upravljanja na državnoj i lokalnoj razini.
- Jačanje uloge lokalnih autoriteta u upravljanju i kontroli u području turizma, uključujući osiguranje kapaciteta za razvoj turizma.
- Osigurati da svi dioničari, uključujući državne agencije i lokalne autoritete, budu uključeni u razvoj i implementaciju turističkih aktivnosti.
- Održavati ravnotežu s drugim ekonomskim aktivnostima i korištenjem prirodnih resursa u ovom području i procjenjivati troškove i prednosti za okoliš.

Obzirom na odsutnost odgovarajućeg znanja (a ponekad čak i interesa) za njihovu primjenu od različitih turističkih agencija i organizacija u BiH, MKO bi u području usavršavanja i osiguranja konzultantskih i aktivnosti podrške individualnim ponuđačima i korisnicima mikrokredita mogle osigurati značajne pretpostavke za uspješno djelovanje i čak proširenje svoje misije, a

preserved tourist destination. With a goal of ensuring sustainable development of tourism and the creation of an assumption for integrated sustainable management of tourist destination, it is necessary to ensure the application of UNEP principles¹⁵. In this manner, it is possible to integrate tourism into the overall policy of sustainable development through:

- Adoption of a strategy at the government level,
- Mutual coordination and cooperation of agencies,
- Integrated management of limited resources, based on resolving conflicts in the process of utilizing resources.

In order to ensure a balance between sustainable tourism development and wider economic development, social and environmental goals at the government and local levels have to be set based on the country's strategy for tourism development.

At the same time in the sphere of integration, coordination and cooperation it is necessary to ensure:

- Strengthening of coordination among tourism policy, planned development and management on the government and local levels.
- Strengthening the role of local authorities in the management and control in the field of tourism, including ensuring capacity for the development of tourism.
- Ensure that all stakeholders, including the government agencies and local authorities are involved in the development and implementation of tourist activities.
- Preserve balance between other economic activities and the utilization of natural resources in this field, and assess the costs and advantages to the environment.

¹⁵ UNEP Procution and Consumption Branchs - Tourism, Destination Management - Agenda 21, Biological Diversity and Tourism.

time i pretpostavki za ostvarivanje dodatnih sredstava za financiranje svojih aktivnosti.

3. MIKROKREDITNE ORGANIZACIJE U FUNKCIJI PODRŠKE TURISTIČKE PONUDE

Povezivanje MKO, mikrokreditiranja i seoskog turizma moguće je ostvariti kroz podršku ulaganju u čitav splet aktivnosti koje predstavljaju različite dimenzije turističke ponude. Radi se, prije svega, o:

- a) smještajnim kapacitetima (uređenju kuća, dijelova kuća i soba),
- b) ugostiteljskim sadržajima (ponuda restorana, kafića...),
- c) sportskim sadržajima (lov, ribolov, planinarenje i sl),
- d) kapacitetima za bavljenje određenim aktivnostima u prirodi ili poljoprivrednim aktivnostima (ribogojilišta, ergele, farme, poljoprivredna dobra na kojima bi gosti mogli raditi, branje šumskih plodova i sl).

Osnovna ideja ovih sadržaja je osiguranje raznovrsnih i zaokruženih dimenzija ponude koje će posjetiteljima omogućiti snažnu i čvrstu interakciju s ekološki očuvanim prostorima, prirodom, ali uz ponudu koja ispunjava kriterije standardne kvalitete ponude i usluge.

Bez obzira na to koja od navedenih dimenzija bude predmet podrške MKO, ona treba omogućiti ostvarivanje nekog od temeljnih ciljeva MKO i mikrokreditiranja:

- samozapošljavanje,
- povećanje prihoda,
- smanjenje siromaštva i
- osiguranje perspektive razvoja mini poslovanja u području seoskog turizma.

Considering the lack of appropriate knowledge (sometimes even interest) for their application by various tourist agencies and organizations in B&H, MCO could in the area of improvement and ensuring consultation and supporting activities to individual suppliers and micro-credit beneficiaries ensure significant presumptions for successful operations and even expansion of its mission, and by so realizing additional assets for financing its activities.

3. MICRO-CREDIT ORGANIZATION IN FUNCTION OF SUPPORTING TOURISM OFFER

By linking of MCO, micro-crediting and rural tourism it is possible to realize through the support of investments in the whole tangle of activates which represent different dimensions of tourist supply. This primarily relates to:

- a) Accommodation capacities (renovation of houses, parts of houses and rooms),
- b) service programs (offer by restaurants, coffee shops...),
- c) sport programs (hunting, fishing, mountain climbing and similar),
- d) Capacities for conducting certain activities in nature or agricultural activities (fish farms, horse farms, farms, agricultural assets where guests could work, picking fruits and similar).

The key idea of these programs is to ensure various and circled dimensions of offer which will offer visitors a strong and solid interaction with the ecologically preserved locations and nature, as well as meet a standard quality of supply and services.

Regardless of which of the listed dimension becomes the subject of support by MCO, it needs to realize some of the key goals of MCO and micro-crediting.

- Self-employment,
- Increase in income,
- Reduction of poverty and

Pri tome se može zaključiti, na bazi rezultata istraživanja i značaja pojedinih dimenzija mikrokreditne ponude, a prema strukturi aktualnih korisnika, da je potrebno osigurati jačanje pretpostavki za uspješno aktiviranje MKO u području turizma. Ovo se posebno odnosi na kreditne službenike koji se nalaze na terenu i u direktnom kontaktu s korisnicima mikrokredita. Oni zajedno s njima procjenjuju poslovne mogućnosti, prate ostvarene rezultate i pomažu u kreiranju izvještaja. Kreditni službenici bi svakako morali imati određena znanja iz područja turizma i ugostiteljstva. Ovo je potrebno kako bi se mogle realno procijeniti mogućnosti koje se otvaraju, odnosno kako bi bili u mogućnosti korisnicima mikro-kredita pružiti odgovarajuću podršku.¹⁶ Stoga ova činjenica otvara mogućnost za diverzificiranje neke od MKO kroz specijalizaciju na polju plasmana "turističkih mikro-kredita". Ovakvo opredjeljenje već se nazire kod nekih nevladinih organizacija koje u okviru svoje misije (podrška ugroženim grupama stanovništva i pronalaženje alternativnih načina djelovanja i osiguranja prihoda za ove grupe) apliciraju za fondove međunarodnih organizacija namijenjenih podršci razvoju turizma. Opredjeljenje MKO za plasman mikro-kredita na tržište turizma direktno bi utjecalo i na otvaranje novih izvora za financiranje MKO.

Međutim, vizija uloge i mjesta MKO podrazumijeva povezivanje individualnih ponuđača (pojedinci i domaćinstva), njihovo umrežavanje u klastere u kojima bi se kombinirale različite vrste usluga, kao i posredovanje na relaciji: klasteri - agencije (ili kompanije) koje se bave organiziranjem turističkih putovanja i posjeta. Ova bi suradnja zahtijevala podršku javnog sektora, odnosno institucija (državnih, ili bar enti-

- Ensuring perspective for development of mini businesses in the field of rural tourism.

Based on research results and the significance of certain dimension of micro-crediting supply, and according to structure of current beneficiaries, it can be concluded that it is necessary to ensure strengthening successful activation of MCO in the field of tourism. This especially relates to loan officers who work in the field, and who are in direct contact with micro-credit beneficiaries. Together with them they assess business possibilities, monitor results and assist in creating reports. Loan officers would need to possess certain knowledge in the field of tourism, tourism demand and servicing. This is necessary in order to realistically assess the possibilities available in order to provide adequate support to micro-credit beneficiaries.¹⁶

This fact opens up a possibility for diversification of some of the MCO through specializing in the field of disbursement of "tourist micro-credits". Such orientation can already be seen in some of nongovernmental organizations whose mission is to support socially endangered groups of the population and to find of alternative ways of ensuring income for these groups, and are applying for international community funds intended for the support of tourism development. The commitment by MCO to disburse micro-credit to the tourism market would directly affect the openings of new alternative sources of financing for MCO.

However, the vision of the role and place of MCO implicates linking individual suppliers (individual and households), their networking in clusters in which various

¹⁶ Vujić S., (2006), "Valorizacija faktora donošenja odluke o korištenju mikrokredita i mikrokreditne organizacije kao podrška razvoju seoskog turizma u Bosni i Hercegovini", Ekonomski fakultet, Sarajevo, BiH str.109
Vujić S.,(2006), "Valorization of factors in decision making in regards to micro-credit utilization and micro-credit organization as a support to development of rural tourism in Bosnia and Herzegovina", Faculty of Economics, Sarajevo, B&H

tetskih) čija je djelatnost podrška razvoju turizma. Razvoj održivog turizma zasniva se na "podjeli odgovornosti" različitih sudionika u destinaciji.¹⁷

types of services could be combined, as well as mediation with clusters-agencies (or companies) which organize travel arrangements and visits. This cooperation would require support by the public sector, institutions (at government level, or at least Entity level) whose activities support tourism development. The development of sustainable tourism is based on the "allocation of responsibilities" among various participants in destination.¹⁷

Slika 2. Podjela odgovornosti MKO i drugih učesnika

Organizacija	Poslovi i odgovornosti
Lokalna turistička zajednica	Definira turistički koncept održivog seoskog turizma i potiče sudionike u ponudi.
Mikrokreditna organizacija	Koordinira planiranje seoskog turizma za određenu destinaciju, radi s drugim sudionicima održive projekte i organizira kredite.
Lokalna politička zajednica (mjesna zajednica)	Predlaže konkretne programe razvoja mjesne zajednice, a posebno razvoja seoskog turizma i prati realizaciju programa.
Zavod za zapošljavanje i gospodarska komora	Zajedno sa MKO i direktnim sudionicima (domaćinstvima) planira razvoj seoskog turizma i finansijski ga podržava radi samozapošljavanja i pokretanja malog businessa.
Pojedinačna domaćinstva - kao ponuđači turističkih usluga	Donosi plan svoje aktivnosti s drugim sudionicima vezano za pružanje turističkih usluga (ukupnih ili dijela).
Turistička agencija	Prodaje aranžmane za seoski turizam, dovodi goste i zajedno s ostalim sudionicima planira i podržava razvoj konkretne seoske turističke destinacije.

Izvor: Vujić S., (2006), prilagođeno prema: "Valorizacija faktora donošenja odluke o korištenju mikrokredita i mikrokreditne organizacije kao podrška razvoju seoskog turizma u Bosni i Hercegovini", Ekonomski fakultet, Sarajevo, BiH, str. 109

¹⁷ Ibidem.

Figure 2: Allocation of responsibilities among MCO and other participants

Organization	Tasks and responsibilities
Local tourist board	Defines tourist concept of sustainable rural tourism and encourages participants in supply.
Micro-credit organization	Coordinates planning of rural tourism for a certain destination, together with other participants creates sustainable projects and organizes loans.
Local political community	Proposes specific programs for development of local communities, especially development of rural tourism and monitors realization of the program.
Employment Bureau and Chamber of Commerce	Together with MCO and direct participants (households) plans development of rural tourism and supports it financially with a goal of self-employment and starting up of a small business.
Individual households – as suppliers of tourist services	Develops plan of its activity with other participants, related to providing tourist services (total or partial).
Tourist agency	Sells arrangements for rural tourism, brings guests and together with other participants plans and supports development of a specific rural tourist destination.

Source: Vujić S., (2006), adapted according to: "Valorization of factors in decision making in regards to micro-credit utilization and micro-credit organization as a support to development of rural tourism in Bosnia and Herzegovina", Faculty of Economics, Sarajevo, BH, pg.109

Na taj način bi se omogućilo kreiranje jedinstvenog modela upravljanja seoskom turističkom destinacijom i prebrodio jaz između usitnjene ponude, tipične za ekoturizam i seoski turizam i individualizirane potražnje, karakteristične za turiste/posjetioce koji zahtijevaju višu kvalitetu usluga u usporedbi s posjetiteljima koji konzumiraju ponudu masovnog turizma.

Mikro-financijsko udruženje Azerbajdžana (AMFA) je još uvijek mlada organizacija mreža. AMFA je doživjela udvostručenje svog članstva od njenog osnivanja. Da bi razvila svoju ulogu kao mrežna organizacija, AMFA je prepoznala tri strateška cilja za svoj budući napredak: a) razvijanje ekspertize stručnog znanja u ovoj grani djelatnosti, b) kontinuirana edukacija - osiguranje pristupa međunarodnom iskustvu u mikro-financijama za članove AMFA, i c) inovativni proizvodi i usluge - fokusiranje

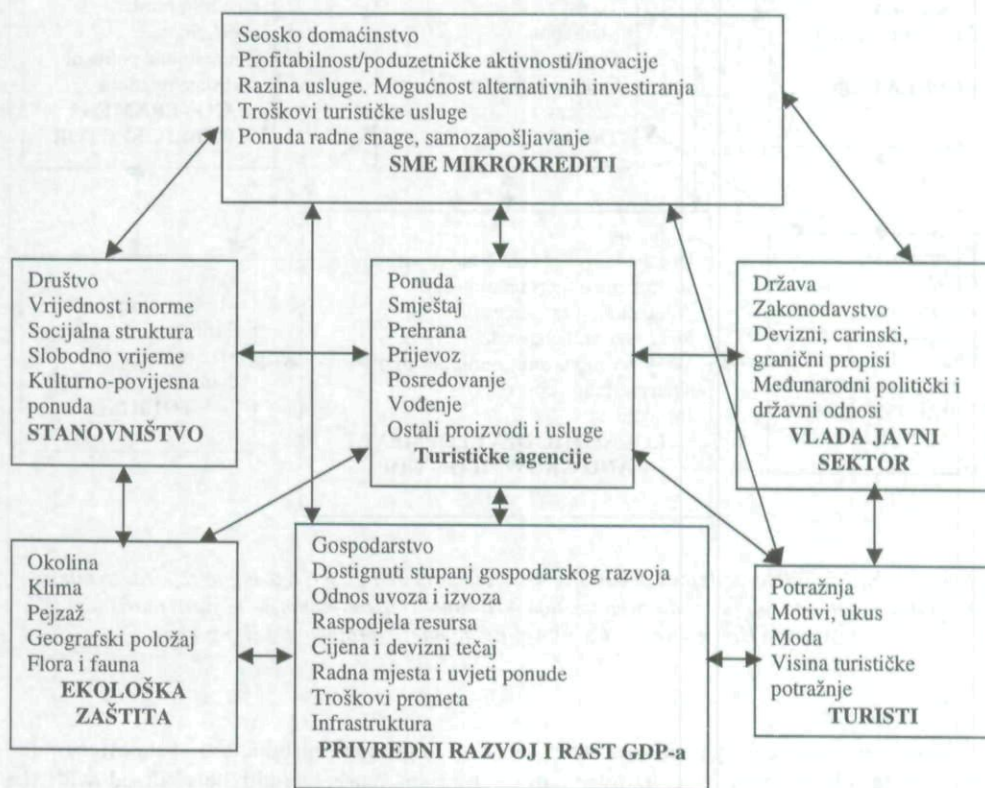
In this manner, the creation of a unified model for managing rural tourist destinations would be enabled and the gap between the fragmented offer would be bridged, which is typical for ecotourism and rural tourism and individualized demand, characteristic for tourists/visitors who demand a higher quality in comparison to visitors consuming mass tourism offer.

Microfinance Association Azerbaijan (AMFA) is a young network of organizations which has doubled its membership since its founding. In order to develop its role as the network organization, AMFA recognizes three strategic pillars: a) development of expertise and professional knowledge in this field b) continuing education – ensuring access to international experiences in microfinance for members of AMFA and c) innovative products and ser-

na generirane proizvode i usluge koji donose profit, kao i razvijanje proizvoda i usluga vođenih potražnjom. AMFAACDI / VOCA je MKO koja je počela s aktivnostima prije 10 godina sa svojim programom Farmer-farmeru i aktivna je u ruralnim područjima. Njena uloga u pružanju pomoći razvoju mikro-poduzeća ogleda se uglavnom kroz financiranje projekata prerade i očuvanja hrane (Projekat ruralnih kredita za Azerbejdžan).¹⁸

vices focused on generated goods and services for profit, as well as developing products and services driven by demand. AMFAACDI / VOCA Azerbaijan as MCO started its activities 10 years ago with Farmer to Farmer and is active in rural areas. Its role of providing assistance to the development of micro-companies is reflected through its financing of food processing and preservation projects (Project "Rural loans for Azerbaijan").¹⁸

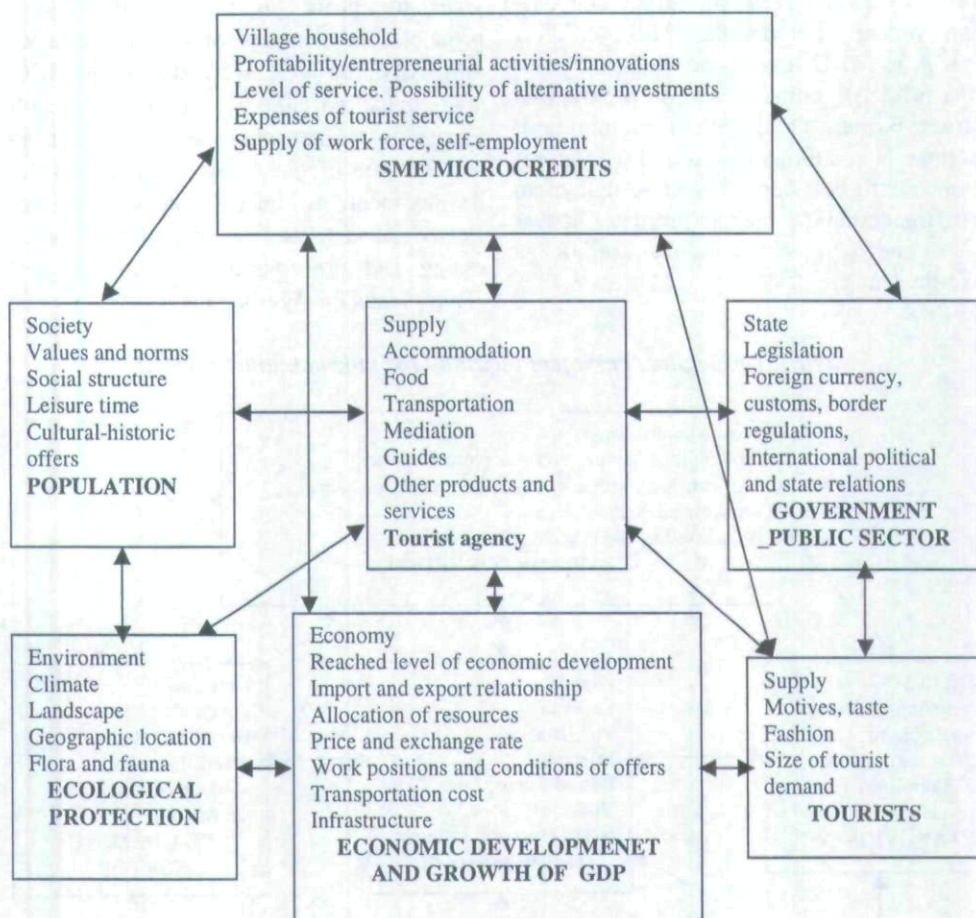
Slika 3. Upravljanje razvojem turizma kroz mikrokredite za SME



Izvor: Vujić S., (2006), prilagođeno prema: "Valorizacija faktora donošenja odluke o korištenju mikrokredita i mikrokreditne organizacije kao podrška razvoju seoskog turizma u Bosni i Hercegovini", *Ekonomski fakultet, Sarajevo, BiH, str. 110*

¹⁸ Mikrofinansijsko udruženje Azerbejdžana (AMFA), (2007), "Iskorak u vodeću ulogu", "MICROFINANCE in Central and Eastern Europe and the New Independent States", MFC, 2/2007
Microfinance Association of Azerbaijan (AMFA), (2007), "Step forwards towards the leading role", "MICROFINANCE in Central and Eastern Europe and the New Independent States", MFC, 2/2007

Figure 3: Managing tourism development through micro-credits for SME



Source: Vujić S., (2006), adapted according to "of factors in decision making in regards to micro-credit utilization and micro-credit organization as a support to development of rural tourism in Bosnia and Herzegovina", Faculty of Economics, Sarajevo, B&H, pg.110

Postepeno uvođenje ponude na turističkom tržištu bilo bi moguće realizirati uz podršku međunarodnih organizacija. One bi u realizaciji svojih ciljeva bile spremne podržati inicijalne marketinške poteze usmjerene na privlačenje potencijalnih gostiju. To bi za početak mogli biti njihovi suradnici koji poslom dolaze u BiH, članovi njihovih obitelji i prijatelji, obzirom na fokusiranu i individualiziranu ponudu, to bi bilo dovoljno kao

A gradual introduction of its offer on the tourism market could be realized with the support of international organizations. In the process, they could support initial marketing initiatives aimed towards attracting potential guests. In the beginning, those guests could be associates who are on business trips in B&H, members of their families or friends. Considering the focused and individualized offer, that would provide enough initial sup-

inicijalni poticaj za postupni razvoj ponude i privlačenje turista.¹⁹ Dakle, ovom je konceptu imanentan ograničeni rast broja posjetitelja,²⁰ što će se vjerojatno sukobiti sa nekim opredjeljenjima i ciljevima drastičnog povećanja broja posjetitelja u Bosni i Hercegovini (posebno u Sarajevu) u narednom razdoblju. Ovo je jedini koncept koji u suvremenim uvjetima može osigurati pozitivne učinke za destinaciju koja se odlučuje za kreiranje i plasiranje seoske turističke ponude.

Prema iskustvima destinacija koje su posebnu pažnju posvetile analizi uključivanja malih i srednjih poduzeća u razvoj turističke ponude, zaključeno je da se održivost razvoja turizma u destinaciji odnosi, prije svega, na održivost razvoja privatnog sektora i prednosti koje koncepcija razvoja turizma osigurava za lokalno stanovništvo.

U analizi ovih iskustava utvrđeno je da je jedna od prvih značajnih dimenzija osiguranje financijske pomoći za razvoj poslovne djelatnosti. Pri tome je uočeno da je posebno značajan utjecaj koji na razvoj ponude imaju neformalni kreditni programi, odnosno podrška.²¹ Koristeći ova iskustva lako je zaključiti da je upravo situacija razvoja turističke ponude zasnovana na uključivanju malih i srednjih poduzeća, odnosno privatnog poduzetništva, direktno povezana i uvjetovana postojanjem snažne podrške neformalnih²² (u smislu nebankarskih, nekomercijalnih) kredita. Pretpostavke o mogućnosti angažiranja mikro-kreditnih organizacija kao izvora ovog oblika kreditiranja malih i srednjih poduzeća u destinaciji značaj-

port for the gradual development of tourism offer and for attracting tourists.¹⁹ So, the limited growth in the number of visitors is paramount for this concept²⁰, which will most likely be in direct conflict with certain goals for dramatic increases in the number of visitors to Bosnia and Herzegovina (especially Sarajevo) in the preceding periods. This is the only concept which, in the long run, especially under modern conditions, can ensure positive effects for a destination which decides to create and present rural tourism offer.

According to the experiences of the destinations which paid special attention to the analysis of including small and medium-sized companies in the development of tourism offer, it was concluded that sustainability in the development of tourism destination is related primarily to sustainability of developing the private sector and the advantages which the concept of tourism development ensures for the local population.

In analyzing these experiences, it was determined that one of the most important dimensions is securing financial support for the development of a business activity. At the same time, it was noted that the impact which informal loan programs have on the development of the offer is especially important.²¹

Considering these experiences, it is easy to conclude that the development of a tourism offer, based on inclusion of small and medium-sized companies, i.e. private entrepreneurship, is directly linked and condition-

¹⁹ Vujić S., (2006), "Valorizacija faktora donošenja odluke o korištenju mikro-kredita i mikro-kreditne organizacije kao podrška razvoju seoskog turizma u Bosni i Hercegovini", Ekonomski fakultet, Sarajevo, BiH, str. 110

Vujić S., (2006), "Valorization of factors in decision making in regards to micro-credit utilization and micro-credit organization as a support to development of rural tourism in Bosnia and Herzegovina", Faculty of Economics, Sarajevo, BiH, pg.110

²⁰ de Kadt, E., (1992), "Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development fro Tourism. In Smith, V. L. and Eadington, W. R. (eds) *Tourism Alternatives Potentials and Problems in the Development of Tourism*, str. 47 - 75. Chichester: Wiley, str. 50

²¹ Gartner, C. W., "Small Scale Enterprise in the Tourism Industry in Ghana's Central Region, str. 158 - 175.

²² Gartner, C. W., "Small Scale Enterprise in the Tourism Industry in Ghana's Central Region, str. 172.

ne su za održivi razvoj seoske turističke ponude organizirane kao kompleks ponude.

Osim navedenih, iskustva u razvoju održivog turizma nekih destinacija upućuju na potrebu osiguranja:

- A priori regionalnog turističkog razvojnog plana koji će kombinirati jasnu viziju zaštite prirodnih i društvenih kapaciteta i jasnu viziju o onome što je optimalni oblik razvoja destinacije kako bi se spriječilo ugrožavanje kapaciteta i resursa koji služe kao podloga turističkom razvoju. Naime, "mjera adekvatnog razvoja turizma"²³ ultimativno određuje mjeru održivosti koja je determinirana razinom uspješnosti zaštite prirodnih resursa i kvaliteta okruženja u regiji.
- Lokalne participacije, obzirom na to da lokalno stanovništvo mora živjeti s dugoročnim posljedicama razvoja turizma. Stoga lokalna zajednica mora biti obučena za razvoj i razumijevanje značenja turizma i turističkog koncepta te njegovih prednosti i nedostataka za razvoj zajednice.

Naime, ova iskustva su pokazala da dugotrajnost i prosperitet razvoja turizma u kulturno i ekološki osjetljivim područjima ovisi ne samo od mogućnosti industrije da identificira i razvije turističke mogućnosti nego i o njezinoj mogućnosti da zaštiti prirodna i kulturna bogatstva područja. Stoga smatramo da mikrokreditne organizacije mogu značajno doprinijeti svojom savjetodavnom podrškom korisnicima mikrokredita kako bi ih podržali da se uključe, zajedno s ostalim akterima ponude, u turistički sustav i adekvatno odgovore ulozi ponuđača u različitim područjima navedenim u sljedećem pregledu, a prema Bakiću.²⁴

ned to the existence of strong support by informal²² loans (non-banking, non-commercial). Presumptions about the possibility of engaging micro-credit organizations as a source of this form of lending to small and medium-sized companies at the destination are important for sustainable development of the rural tourism offer organized as a complex offer.

Besides those listed, experiences in the development of alternative tourism of some destinations require a need to secure:

- Regional tourism development plan, which combines a clear vision of protecting natural and social capacities and a clear vision regarding the optimal form for the destination development in order to prevent endangering capacities and resources which serve as a base for tourism development. In other words, the measure of adequate tourism development²³ ultimately sets the measure of sustainability which is determined by the level of success in protecting natural resources and the quality of the environment in the region.
- Local participations, considering that local population must live with long-term consequences of the tourism development. Therefore, the local community must be trained to develop and understand the importance of tourism, its advantages and drawbacks to community development.

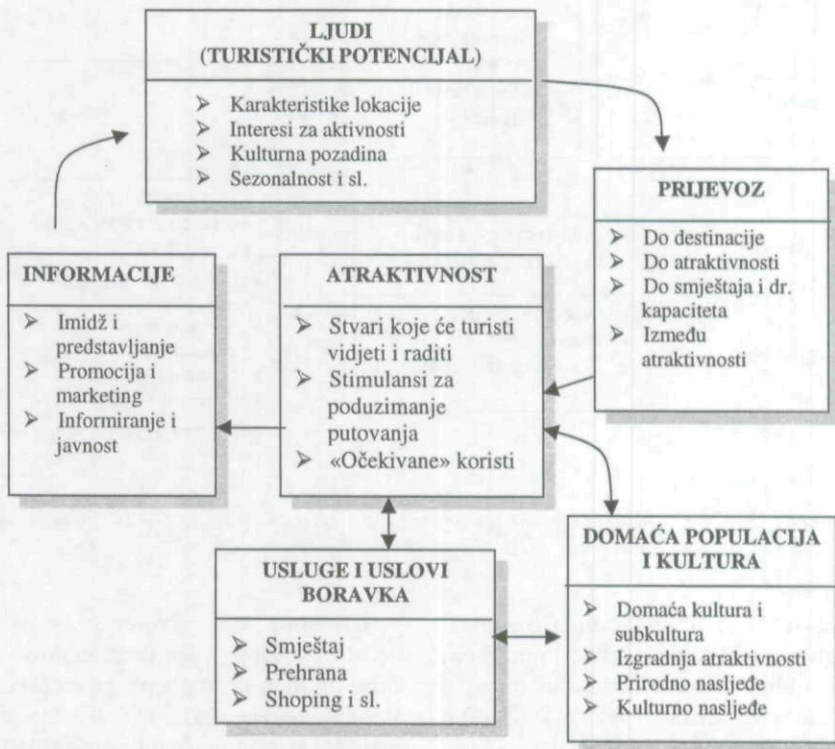
Namely, these experiences have shown that prosperity in the development of tourism in culturally and ecologically sensitive areas depends on both the capabilities of the economy to identify and develop tourist capabilities and on its capability to protect natural and cultural wealth of the region.

²³ Robinskon, D. W., (1999) Strategies for Alternative Tourism: the Case of Tourism in Sagarmatha (Everest) National Park, Nepal, in Sustainable Tourism edited by France L., The Earthscan Publication Ltd, str. 176 - 186.

²⁴ Bakić, O., (2002), Marketing menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet u Beogradu, CID, Centar za izdavačku delatnost, str. 29.

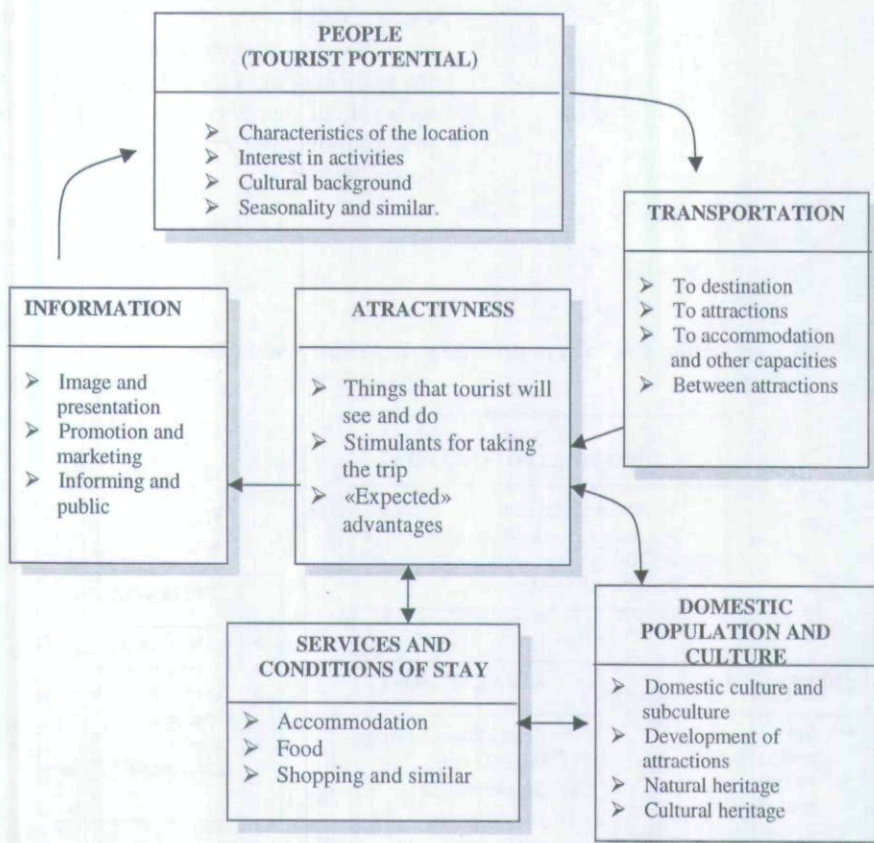
Therefore, we feel that micro-credit organizations can significantly contribute through their consultancy support to micro-credit beneficiaries, to encourage them to get involved together with other players in the tourism system and adequately answer to their role of suppliers in various fields listed in the following overview, according to professor. Bakic²⁴:

Slika 4. Uloga ponuđača u različitim područjima



Izvor: Bakić, O., (2002), *Marketing menadžment turističke destinacije*, Ekonomski fakultet u Beogradu, CID, Centar za izdavačku delatnost, str. 29.

Figure 4: The role of a supplier in various areas



Source: Bakić, O., (2002), *Marketing management of the tourist destination*, Faculty of Economics in Belgrade, CID, Centre for publishing, pg. 29.

Proizlazi da se mikrokreditne organizacije mogu pojaviti kao podrška u realizaciji različitih oblika ponude, odnosno da je u podršci razvoju seoskog turizma u užem smislu moguće organizirati sljedeće aktivnosti:

1. Podrška korisnicima mikrokredita koji osiguravaju usluge smještaja i noćenja: kreditiranje uređenja soba za noćenje (nabavka opreme, adaptacija soba i sl.) - u seoskom stilu, uređenje sanitarnih instalacija i slično.

It follows that micro-credit organizations are able to support the realization of various forms of offer, i.e. supporting the development of rural tourism. In a narrower sense, it is possible to organize the following activities:

1. Support micro-credit beneficiaries who are providing accommodation and lodging services: crediting of rooms renovations (acquisition of equipment, renovation and similar) - in rural style, renovation of sanitary installations, etc.

2. Podrška korisnicima mikrokredita koji se bave osiguranjem usluga prehrane gostiju: kreditiranje uređenja kuhinja i restorana, nabavka kuhinjske opreme i opreme za jelo (u seoskom stilu) i sl.
 3. Podrška korisnicima mikrokredita koji pružaju usluge točenja pića i napitaka: kreditiranje uređenja prostorija za dnevni boravak (u izvornom obliku), kreditiranje nabavke opreme za proizvodnju, pripremu, točenje pića i napitaka sukladno običajima u okruženju (čajevi, domaći sokovi, vlastita vina, vlastita rakija i sl.).
 4. Podrška korisnicima mikrokredita za nabavku sredstava i opreme koja će dodatno biti nuđena kao usluga vezana za seoski turizam (ribolovni pribor, čamci i oprema za rafting, oprema za planinarenje, za jahanje).
2. Support micro-credit beneficiaries who are providing food for guests: crediting of renovation kitchens, acquisition of new kitchen equipment and equipment for food (in rural style), etc.
 3. Support micro-credit beneficiaries who provide services of decanting drinks: crediting renovation of living room (in its original form), acquisition of equipment for production, preparation, decanting of drinks in accordance with the local customs (tea, juices, vines, plum brandy, etc).
 4. Support micro-credit beneficiaries for acquiring assets and equipment which will be offered as a service tied to rural tourism (fishing tools, equipment for rafting, equipments for climbing for horse back riding, etc).

Mikrokreditne organizacije trebale bi podržavati razvoj ponude seoskog turizma kroz maksimalno zadržavanje stila, ambijenta, kulture, vjere i navika karakterističnih za konkretno područje, arhitektonski i kulturni ambijent. Najbolje bi bilo osigurati jedan od ključnih zadataka razvoja održivog turizma, onaj koji se odnosi na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa na kojima se zasniva turistička ponuda.

4. MIKROKREDITNE ORGANIZACIJE KAO PODRŠKA RAZVOJU OSTALIH OBLIKA TURIZMA

Uzimajući u obzir činjenicu da razvoj seoskog turizma, kao jedne od komponenti održivog turizma, direktno utječe (i ovisi) o razvoju drugih oblika turizma kao što su ekoturizam, različiti oblici turističke ponude i aktivnosti u prirodi: rafting, splavarenje, kanjoning, planinarenje i slično, nužno je u planiranju razvoja svakog od ovih oblika voditi računa o ovoj uvjetovanosti i poveza-

Micro-credit organizations should support the development of the rural tourism offer through maximum preservation of the style, ambiance, culture, faith, and characteristics for a particular region, architectural and cultural ambiance. In this manner, they would ensure one of key tasks in the development of sustainable tourism – the preservation of the natural and cultural resources on which the tourism offering is based.

4. MICRO-CREDIT ORGANIZATIONS AS SUPPORT TO DEVELOPMENT OF OTHER FORMS OF TOURISM

When developing rural tourism it is necessary to keep in mind that it is a component of sustainable tourism directly impacting the development of other forms of tourism, such as ecotourism, different forms of tourism offer and outdoors activities, such as rafting, mountain climbing, etc. In that sense, micro-crediting organizations can play an important role in supporting the development of this

nosti. U tom smislu upravo se mikrokreditne organizacije, u ulozi podrške razvoju ponude s jedne strane, i izvjesnog usmjeravanja s druge, mogu pojaviti kao značajan faktor razvoja turističke ponude i u drugim područjima razvoja turizma. Prije svega, misli se na:

- a) Kreditiranje nabavke specifične opreme za različite vrste sportskih aktivnosti.
- b) Kreditiranje uređenja planinarskih domova i nabavke opreme, kao jedan od mogućih oblika smještaja.
- c) Podršku i razvoj aktivnostima ekoturizma - nabavke opreme za održavanje staza za kretanje u prirodi, sadnica za pošumljavanje, organiziranje aktivnog boravka u prirodi, branje i isporuku šumskih plodova. Ovdje je značajna mogućnost organiziranja suradnje s otkupnim stanicama poduzeća koja se bave preradom, sušenjem i prodajom šumskih plodova.
- d) Kreditiranje uređenja kapaciteta i prostora za organiziranje ponude zdravstvenog turizma i niz drugih aktivnosti.

U realizaciji navedenih aktivnosti mikrokreditne organizacije bi trebale kreirati poseban proizvod namijenjen kreditiranju korisnika koji svoje aktivnosti usmjeravaju na razvoj turističke ponude, kao i osigurati program podrške razvoju turizma, naročito seoskog turizma i niz aktivnosti koje su vezane ili se nadopunjuju uz seoski turizam, obzirom na to da u današnjim uvjetima turisti ne žele samo pasivan odmor na selu, već traže i određene aktivnosti kako bi aktivno proveli vrijeme (planinarenje, rafting, lov, ribolov, jahanje, branje šumskih plodova itd.).

type of offer as well as in the development of the tourism offer in other areas of tourism development. This primarily refers to: crediting the acquisition of specific equipment for various types of sport activities.

- a) Crediting purchases of specific equipment for different sports activities
- b) Crediting renovation of mountain houses and acquisition of equipment, as another form of accommodation capacity.
- c) Supporting and developing ecotourism activities – acquisition of equipment for maintaining hiking roads, seedling for forestation, organizing active leisure time in the nature, picking and delivering of fruits and organizing cooperation with purchase stations of companies involved in the business of food processing, drying and selling.
- d) Crediting renovation of capacities and space for organizing the offer of health tourism and numerous other activities.

In the process of realizing the listed activities, micro-credit organizations should create a special product intended for crediting beneficiaries who direct their activities towards the development of tourism offer, and should ensure support for tourism development, especially rural tourism and other activities which are connected with or which compliment rural tourism, since modern tourists do not desire only passive vacations in a village but seek certain activities (mountain climbing, rafting, fishing, hunting, horse back riding, picking fruits, etc.).

5. MJESTO I ULOGA MIKROKREDITNIH ORGANIZACIJA U UPRAVLJANJU TURISTIČKOM DESTINACIJOM

Mikrokreditne organizacije mogu pomoći razvoj seoskog turizma kao i njihovog udjela u mikro-kreditiranju jer time ostvaruju svoj temeljni cilj: pokreću samozapošljavanje i potiču razvoj malog poslovanja što dovodi do smanjenja siromaštva. Kakvo je mjesto i uloga mikro-kreditnih organizacija u upravljanju turističkim destinacijama? Upravljanje turističkim destinacijama može se promatrati s aspekta vlasničkih prava i savjetodavnih prava.

Upravljanje turističkim destinacijama s aspekta vlasništva isključuje mikro-kreditnu organizaciju iz prava upravljanja. U upravljanju mogu sudjelovati samo vlasnici objekata. Međutim, s aspekta savjetodavnih prava moguće je uključivanje mikro-kreditne organizacije u savjetodavne organe preko njihovih predstavnika. Ukoliko turističku destinaciju povezujemo s nešto širom lokacijom, poželjno je da se u upravljanje tom turističkom destinacijom uključe i predstavnici mikro-kreditne organizacije. Na određenom području koje obuhvaća turistička destinacija moguće je da pojedini pravni ili fizički subjekti pružaju samo jednu uslugu (smještaj i prehranu), drugi subjekti pružaju neku drugu uslugu (organizaciju raftinga) itd. Na ovaj način moguće je objediniti više individualnih ponuda u jednu zajedničku za određenu turističku destinaciju. U ovim slučajevima neophodno je sudjelovanje raznih struktura društva i vlasti u upravljanju turističkom destinacijom. U upravljanje bi se uključili razni davatelji usluga, kao i mikro-kreditne organizacije, turističke zajednice, privredne komore i predstavnici općina i kantona.

5. PLACE AND ROLE OF MICRO-CREDIT ORGANIZATIONS IN MANAGEMENT OF THE TOURIST DESTINATION

Micro-credit organizations can develop rural tourism, as well as participate in micro-crediting, because, by doing so, they realize one of their key goals: starting self-employment and encouraging the development of small businesses, which leads to poverty reduction. What is the place and role of micro-credit organizations in the management of tourist destinations? We can consider managing tourist destinations from the aspect of:

1. ownership rights and
2. consultancy rights

From the aspect of ownership, managing tourist destinations does not allow micro-credit organizations any management authority. Only owners of the facilities can participate in management activities. However, in terms of consulting it is possible to include micro-credit organizations through their representatives. If tourist destinations are tied to a broader location than individual tourist facilities it is desirable to have representatives of micro-credit organizations involved in the management of such tourist destinations. In certain regions the tourist destination covers certain legal or physical subjects may provide only one service (accommodation or food), and other subjects may supply some other service (organization of rafting), and a third provides some other service (hunting), etc. In this manner, it is possible to combine more individual offer into one joint effort for a certain tourist destination. In such cases, participation by various local structures and the government in the management of the tourist destination is necessary. Various service providers and micro-credit organizations, tourist boards, chambers of commerce and representatives of municipalities and cantons would be involved in the management process.

ZAKLJUČAK

Seoski turizam na području BiH nije razvijen i nema adekvatnih kapaciteta. Zato je neophodno ostvariti punu suradnju s institucijama koje se bave razvojem turističke ponude. To se, prije svega, odnosi na turističke zajednice (općinske, kantonalne, na nivou entiteta i na razini BiH) te gospodarske komore. Kroz punu suradnju mikrokreditne organizacije bi s navedenim institucijama kreirale zajedničke programe i planove za razvoj turističke ponude. Institucije turističkih zajednica i gospodarske komore bi trebale više raditi na propagandi seoskog turizma i drugih oblika turizma koji se vezuju ili naslanjaju na seoski turizam. Također, trebalo bi više raditi na stručnoj i tehničkoj pomoći oko specifičnosti pojedinih oblika aktivnosti vezanih uz seoski turizam (izbor šumskih plodova, ljekovito bilje, tehnike kanjoniranja, tehnike jahanja itd.).

Analizirajući poziciju i mogućnosti mikrokreditnih organizacija, rezultate njihovog djelovanja u proteklom periodu te učinke koje je korištenje mikro-kredita imalo na korisnike, njihovu materijalno-financijsku situaciju, zapošljavanje i konačno stabilizaciju i razvoj ekonomskog sistema u cjelini te koristeći iskustva drugih zemalja u razvoju turističke ponude na bazi aktivnog uključivanja malih i srednjih poduzeća, došlo se do zaključaka da mikrokreditne organizacije, kao ponuđač usluga mikrokreditiranja u Bosni i Hercegovini, mogu biti značajan faktor podrške razvoju usluga u području seoskog turizma.

Mikrokreditne organizacije trebaju pažnju posvetiti strukturi ponude usluga i na tom polju djelovati u smjeru daljnjeg obogaćivanja mikrokreditne ponude, posebno na području građenja i osiguranja kreditne podrške u razvoju turizma. To označava početak intenzivnijeg djelovanja u području kreiranja podrške turističkim djelatnostima s obzirom da otvara nova tržišta na kojima će

CONCLUSION

Rural tourism in B&H regions is underdeveloped. This is why it is necessary to realize full cooperation of all institutions dealing with the development of tourism offer. This primarily refers to Tourist Boards (municipal, cantonal, at the entity level, and at the national level) and Chambers of Commerce. Through full cooperation, micro-credit organizations would together with the mentioned institutions, create joint programs and plans for the development of tourism offer. The Tourist Boards and the Chambers of Commerce should endeavour to enhance marketing rural tourism and other forms of tourism, which are tied to, or rely on rural tourism. Also, more efforts should be invested in professional and technical assistance regarding the specific characteristics of certain forms of activities tied to the rural tourism (choice of fruits, herbs, technique of taking visitors in canyons, techniques of horse back riding, etc.)

By analyzing the positions and possibilities of micro-crediting organizations, the results of their operations in the past period, the effects of micro-credit utilization on clients, their material and financial situation, employment and finally stabilization and the development of the economic system as the whole, and by using experiences from other countries in developing tourism offer based on active inclusion of small and medium-sized companies, we have reached the conclusion that micro-credit organizations as suppliers of micro-crediting services in Bosnia and Herzegovina can become a significant factor in supporting the development of services in the field of rural tourism.

Micro-credit organizations need to pay attention to the structure of the services offered, and work in this field to further enrich the micro-crediting offer, especially in building and ensuring credit support for the development of tourism. Starting more intensive operations in the field of creating support for

biti moguće animirati potencijalne klijente, ali i otvoriti i mogućnosti za osiguravanje novih izvora financiranja

tourist activities will enable the opening of new markets which will facilitate attracting potential clients and open new avenues of financing.

LITERATURA - REFERENCES

Babić-Hodović, V. Tesche, J. (2006) "FDI and Banking sector Development" IMDA Conference, Sarajevo.

Bakić O., (2002), "Marketing menadžment turističke destinacije", Ekonomski fakultet, Beograd.

Dunn E., Tvrtković J., (2005), "Utjecaj mikrokredita na klijente u Bosni i Hercegovini", LIP II Sarajevo i LIP II Banja Luka.

Čavlek N., (1998) "Turoperatori i svjetski turizam", Golden marketing, Zagreb.

Gartner, C. W., "Small Scale Enterprise in the Tourism Industry in Ghana's Central Region.

Federalni zavod za statistiku i Zavod za statistiku RS, (2001), "Anketa o mjerenu životnog standarda u BiH", navedeni zavodi u BiH, broj stranica: 371.

Honey, M., (2005), "Pregled Programa za razvoj planinskog turizma u Crnoj Gori", The International Ecotourism Society, 11. maj 2005.

de Kadt, E., (1992), "Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development from Tourism. In Smith, V. L. and Eadington, W. R. (eds) Tourism Alternatives Potentials and Problems in the Development of Tourism, str. 47 - 75. Chichester: Wiley.

Kotler, P, A. Andersen, (1996), "Strategic Marketing for Non Profit Organisation", Prentice Hall, Inc.

LID - Projekat lokalnih inicijativa II, (2003), "Godišnji izvještaj za 2003. godinu", LIP II Sarajevo i LIP II Banja Luka.

Michał Matul, MFC, Justyna Pytkowska, MFC, Marcin Rataj, "MICROFINANCE in Central and Eastern Europe and the New Independent States", MFC, 2/2007.

Mikrofinancijsko udruženje Azerbejdžana (AMFA), (2007), "Iskorak u vodeću ulogu", "MICROFINANCE in Central and Eastern Europe and the New Independent States", MFC, 2/2007.

Organization of American States, Inter-American Travel Congresses Permanent Secretariat, (1997), "Sustaining Tourism by Managing Financial and Human Resources", XVII Inter-American Travel Congress 7 - 11 April, 1997, San Jose, Costa Rica, OEA/Ser.K.III.18, TURISMO-doc.1, January 31, 1997, Original: English.

Robinson, D. W., (1999), Strategies for Alternative Tourism: the Case of Tourism in Sagarmatha (Everest) National Park, Nepal, in Sustainable Tourism edited by France L., The Earthscan Publication Ltd, str. 176 - 186.

UNEP Procution and Consumption Branchs - Tourism, Destination Management - Agenda 21, Biological Diversity and Tourism.

Vujić S., (2006), "Valorizacija faktora donošenja odluke o korištenju mikrokredita i mikrokreditne organizacije kao podrška razvoju seoskog turizma u Bosni i Hercegovini", magistarski rad, Ekonomski fakultet, Sarajevo, BiH.

Vukonić B., (1983), "Marketing u turizmu", Agencija za marketing - Vjesnik, Zagreb.

WTO (2004), "Globalna prognoza i profiti tržišnih segmenata", Sv. 7 "Vizija turizma u 2020. godini".

Primljeno: 14. lipnja 2007.

Received: 14 June 2007

Prihvaćeno: 6. studenog 2007.

Accepted: 6 November 2007

Copyright of Acta Turistica is the property of Acta Turistica and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.