

Dr. sc. Ivan Madžar

Izvanredni profesor
Sveučilište u Mostaru
Fakultet prirodoslovno matematičkih i odgojnih znanosti
E-mail: madzar.ivan@gmail.com

Mr. sc. Danijela Madžar

Asistentica
Sveučilište u Mostaru
Fakultet prirodoslovno matematičkih i odgojnih znanosti
E-mail: danijelamadzar@gmail.com

ANALIZA ELEMENATA I PREPORUKE ZA UNAPRJEĐENJE RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA NA PODRUČJU HERCEGOVINE

UDK / UDC: 338.48:631](497.6 Hercegovina)

JEL klasifikacija / JEL classification: L83, Q00

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 30. rujna 2015. / September 30, 2015

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 24. svibnja 2016. / May 24, 2016

Sažetak

U radu se istražuje seoski turizam Hercegovine, postojeće stanje, kao i poticajni te ograničavajući elementi razvoja. Temeljni ciljevi istraživanja su identificirati ključne elemente vezane uz koncept razvoja seoskog turizma kao dijela ukupne turističke ponude. Hercegovina raspolaže prirodnim i društvenim atraktivnostima s kojima može razviti poseban, zanimljiv, prihvatljiv, konkurentan i održiv seoski turistički proizvod. Nepostojeća ili neusklađena zakonska regulativa odražava se kao ograničavajući element u razvoju ove vrste turizma na promatranom prostoru. S druge strane, sve veća potražnja za ovakvim oblikom odmora uvjetuje stihijsku i u kadrovskom smislu posebice, potpuno nepripremljenu ponudu domaćih iznajmljivača smještajnih jedinica uključenih u seoski turizam. U radu se kao polazišna osnova koriste sekundarni podatci, koji daju uvid u stvarno stanje seoskog turizma Hercegovine. U svrhu istraživanja glavnih elemenata koji utječu na razvoj seoskog turizma provedeno je anketiranje na području tri županije u Hercegovini. Nastojalo se steći uvid u trenutno stanje seoskog turističkog potencijala, s ciljem davanja prijedloga za razvoj postojećih resursa i stvaranja novih turističkih proizvoda u svrhu poboljšanja ponude.

Ključne riječi: seoski turizam, razvoj, turistički proizvod, Hercegovina

1. UVOD

Rad analizira pojavu i razvoj seoskog turizma na prostoru Hercegovine. Budući da ne postoji jedinstveni model razvoja seoskog turizma, ne samo na prostoru Hercegovine, nego i u cijeloj današnjoj Europi, sve to se odražava u raznolikosti organizacije na nacionalnim, ali i užim regionalnim i lokalnim razinama. S druge strane, potražnja za takvom vrstom odmora uvjetuje nagli razvoj seoskog turizma kako bi se odgovorilo na potrebe tržišta.

Predmet istraživanja ovog rada je analiza nekih osnovnih elemenata koji imaju utjecaj na razvoj turizma u seoskom prostoru u funkciji efikasnijeg korištenja svih turističkih resursa, stvaranja novih turističkih proizvoda kao i moguće inicijative seoskih turističkih projekata.

U okviru politike gospodarskog razvoja, Federacija BiH ističe ulogu turizma kao jednu od osnovnih smjernica već gotovo desetljeće. Pri izradi strategije se ponajprije mislilo na obalno i unutarnje planinsko područje, koji isto opravdavaju rezultatima postignutim u turističkim aktivnostima. Uloga turizma ističe se i u samoj Strategiji razvoja turizma dok su u problematiku ruralnog turizma pored Ministarstva turizma uključene i neke druge institucije kao npr. Ministarstvo poljoprivrede.¹

2. PRETHODNA ISTRAŽIVANJA

Iniciranjem razvoja seoskog turizma istovremeno se razvijaju i susjedna područja. Bitno je istaknuti da seoski turizam u velikoj mjeri pridonosi očuvanju, kako prirodne, tako i kulturno-povijesne baštine, te pozitivno utječe na revalorizaciju autohtonih vrijednosti. S aspekta održivosti, seoski turizam je tema koja se u okviru Strategije razvoja turizma BiH spominje kao jedan od strateških pravaca razvoja.

Razvoj turizma u seoskim prostorima, pogotovo rekreacije, uzima zamah nakon Drugoga svjetskog rata. Ipak, u onom obliku u kojem se danas shvaća (čimbenik obnove i razvitka sela i integralni dio turističkog proizvoda), razvija se u državama Europe i u SAD-u od sredine šezdesetih godina (Lukić, 2013.). Nakon prvotne faze razvoja turizma u seoskim prostorima, u kojoj su dominantni faktori razvoja bili samostalna inicijativa stanovništva koje pruža određene usluge, ali i ljudi koji dolaze u seoske prostore uglavnom tražeći mir i čistu prirodu, započinje, paralelno, pogotovo u državama koje su se suočile s problemom jakog polariziranog razvoja i depopulacije seoskih područja, proces planiranog korištenja seoskog turizma u funkciji revitalizacije i transformacije seoskih krajeva (Dulčić, 2001.).

¹ Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Strategija razvoja turizma FBiH za razdoblje 2008-2018., prosinac 2008.

Osim termina "seoski turizam" za koji smo se opredijelili u ovom radu u upotrebi su i mnogi drugi izrazi kao npr. ruralni turizam i agroturizam. Riječ je o cijelom spektru okolnosti koje dovode do različitih koncepata, čiji je sadržaj često uzrokom nesuglasica između njihovih autora.

U ovom radu polazimo od definicije UNWTO² prema kojoj se pojam seoski turizam koristi kada je seoska kultura ključna sastavnica proizvoda koji se nudi. Razlikovno obilježje turističkih proizvoda u seoskom turizmu je želja za osiguravanjem osobnog kontakta s posjetiteljima, kontakt s fizičkim i humanim okolišem seoskih područja i, ukoliko je moguće, omogućavanje posjetiteljima da sudjeluju u aktivnostima, tradicionalnim običajima i stilu života lokalnog stanovništva.

Seoski turizam je relativno mlada pojava u svijetu pa tako i u Bosni i Hercegovini. Različitost definiranja seoskog turizma proteže se kroz koncept svih strategija razvoja gospodarskih djelatnosti, posebice onih vezanih uz turizam. (Vukonić et al, 2001.) U "Rječniku turizma" definiraju seoski turizam (eng. *Rural tourism*, njem. *Urlaub auf dem Bauernhof, Dorftourismus*), kao oblik turizma u kojem se podrazumijeva povremeni boravak turista u seoskoj sredini koja posjetiteljima, osim čistog zraka i prirodnog ambijenta, pruža različite mogućnosti aktivnog sudjelovanja u životu i radu u seoskom gospodarstvu (npr. berba grožđa i voća, skupljanje sijena, timarenje goveda i sl.), ali i sudjelovanje u blagdanskim i prigodnim svečanostima, pokladnim običajima i drugim manifestacijama. Turisti borave na seoskom gospodarstvu, pa danas takva gospodarstva koja primaju turiste raspolažu posebnim smještajnim uvjetima (sobama ili čak posebnim smještajnim objektima), a svoje kapacitete prodaju preko posrednika ili izravno. Prema OECD-u³ za kriterij definiranja seoskog prostora na lokalnoj razini uzima se gustoća stanovništva od 150 osoba po kilometru kvadratnome. Dok se na regionalnoj razini geografske jedinice grupiraju u tri tipa:

- dominantno seoske (50 %),
- u značajnoj mjeri seoske (15-50 %) te
- dominantno urbanizirane regije (15 %). (Demonja, Ružić, 2010., str.13)

Ružić (Ružić, 2011.) seosko ili ruralno područje definira kao prostor izvan gradskih sredina s malom koncentracijom stanovnika, na kojemu prevladava zanimanje poljoprivreda, a koje karakterizira posebna društvena struktura (običaji i seoski identitet).

Prema Jafari (Jafari, 2000.), seoski prostor je osnovni resurs za razvoj seoskog turizma, te da se seoski turizam oslanja na potrebu gradskih stanovnika za mirom i prostorom za sportsku rekreaciju na otvorenom, da seoski turizam

² Svjetska turistička organizacija, UNWTO (UN World Tourism Organization)

³ OECD (2006.), OECD Annual Report 2006, OECD Publishing, Paris. Dostupno na: <http://dx.doi.org/10.1787/annrep-2006-en> (10.6.2015.)

uključuje posjetu nacionalnim parkovima i parkovima prirode te ostaloj baštini u seoskom prostoru, zatim panoramske vožnje, uživanje u krajoliku i boravak na turističkim seljačkim gospodarstvima.

Destinacije seoskog turizma (Seaton et al. 1994.) definiraju kao šira područja s prirodnim i šumovitim okruženjem gdje postoje posebna prirodna, ekonomska i socijalno-kulturna obilježja, poput tradicije, lokalne suradnje, povjerenja i dobrih međusobnih odnosa te kao takva stvaraju poseban turistički proizvod koji je prije svega temeljen na ekonomiji malih razmjera, prijateljski je prema okolišu, "obojen" etničkim elementima, jednom riječju "održiv". U nekim radovima se raspravlja o tome kako seoski turizam može primijeniti nasljeđe, među njime i tradiciju, i postati jedan od nositelja života narodnog bogatstva u današnjim globaliziranim ekonomskim okolnostima (Kale, 2010.), što predstavlja korisnu i iskoristivu podlogu za daljnja istraživanja ove teme. Prema popisu načinjenom od strane Vijeća Europe turističke aktivnosti na seoskom području bile bi sljedeće:

Tablica 1.

Turističke aktivnosti na seoskom području

Ture	Pješačenje, jahanje, ture u kamp kućici, motorizirane ture, fitness trening, zdravstvene pogodnosti
Aktivnosti na vodi	Ribolov, plivanje, boravak na rijekama, kanu i rafting, windsurfing, utrkivanje čamcima, jedrenje
Aktivnosti u zraku	Malim zrakoplovima, jedrilicama, hang-gilding, balonima na topli zrak
Sportske aktivnosti	Tenis, golf, spuštanje i penjanje po stijenama
Aktivnosti otkrivanja, radnih procesa	Lokalna proizvodnja, poljoprivredna poduzeća
Kulturne aktivnosti	Arheologija, područje pod restauracijom, tečajevi ručnog rada, umjetničke radionice, folklorne skupine, kulturni, gastronomski i drugi izvori i podrijetla
Aktivnosti zdravstvenog karaktera	Fitness trening, zdravstvene pogodnosti

Izvor: Ružić, P. (2009.) Ruralni turizam, Pula, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, str. 14.

Detaljno na jednostavan i razumljiv način u sedam poglavlja (Baćac, 2011.) obrađuje sve teme vezane za organizaciju i vođenje turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva. Posebna pozornost dana je uređenju turističkih domaćinstava pri čemu se ističe nužnost čuvanja tradicije u vanjskom i unutarnjem uređenju domaćinstava, što je temelj za kvalitetnu promociju i marketing, odnosno uspješno poslovanje. Uloga države bi trebala biti vodeća kada je riječ o poticanju kapitalnih ulaganja u infrastrukturu što bi bio pokretač cjelokupnog seoskog prostora. Iz spomenutih okolnosti proizlazi potreba za suradnjom između ulagača i lokalnih političkih struktura s krovnim zakonskim

okvirom nadležnog ministarstva. Postojanje zajedničke vizije u aktiviranju gospodarskog potencijala u obliku seoskog turizma osigurao bi održivi razvoj s ekosustavom koji u ovom obliku turizma iziskuje izrazitu povezanost s tradicionalnim kulturnim i ostalim elementima turističkih posebnosti prostora. Cjelokupan proces seoskog turizma izravno se naslanja na ekološke komponente prostora koji zajedno s društvenim komponentama čine privlačnost za posjetitelje koja se ponajviše očituje u konzumiranju seoskog načina života. Mnoštvo definicija seoskog turizma ne predviđa različitost u istima. Sve one prepoznaju turizam na selu ili seoski u slijedećim glavnim obilježjima:

Tablica 2.

Ključni elementi seoskog turizma

• smješten u seoskim sredinama
• funkcionalno: utemeljen na malom poduzetništvu, na otvorenom prostoru u izravnom dodiru s prirodom, zasniva se na nasljeđu i tradicijskim aktivnostima
• dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva
• osigurava personaliziran kontakt
• naselja i građevine su seoske (malih razmjera)
• tradicijski po značenju, raste sporo i organski, povezan s lokalnim obiteljima
• različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak seoskog okruženja, ekonomije, povijesti i lokaliteta
• visok udio turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici

Izvor: Roberts, L., Hall, D. (2001.) Rural tourism and Recreation: Principles to Practice: CABI, Publishnig, London.

Neka istraživanja ističu i važnost obrade poljoprivrednog zemljišta u područjima zanimljivima za turističku djelatnost, jer jedino trajno obitavanje u tim područjima (primjerice brdsko-planinskim) može osigurati održavanje osnovne infrastrukture potrebne za razvitak turizma (Gosar i Roblek, 2001).

Razvoj seoskog turizma, kao specifičnog oblika turizma, je bitan za turizam svake zemlje iz razloga što:

- vlasnicima seoskih gospodarstava osigurava dodatne prihode koji kompenziraju manjak u prihodima od poljodjelstva;
- potiču izgradnju komunalne infrastrukture i servisa;
- Održava broj stalnih stanovnika, koji osiguravaju racionalnost djelovanja objekata društvenog standarda;

- Obilježava društveni i kulturni život, kontakte s ljudima iz drugih krajeva te vraća samopouzdanje i samosvijest lokalnom stanovništvu.

Tema seoskog turizma i seoskog razvoja je aktualna, no treba spomenuti da iz tog područja nedostaje odgovarajuće literature koja obrađuje seoski turizam, posebice s aspekta pokretača razvoja. Prema zakonu o turističkoj djelatnosti u FBiH⁴ spominje se samo seoski turizam, i u tom smislu je boravak i smještaj turista u domaćinstvu, koje je organizirano kao turističko seoska privreda (seosko domaćinstvo) radi odmora i rekreacije. Turističke usluge su: iznajmljivanje konja za jahanje, zaprega, škola jahanja, lov i ribolov, organiziranje branja plodova i gljiva, berbe voća i povrća, ubiranje ljetine, foto safari i druge usluge u seoskom domaćinstvu. Turističke usluge prema ovom zakonu može pružati vlasnik seoskog domaćinstva s članovima svoje porodice ukoliko ispuni uvjete propisane ovim zakonom i drugim propisima.

U okviru ustaljenih ekonomskih prilika, kao što su bile u prijeratnom razdoblju u Bosni i Hercegovini (1990. godine), turizam je prema procjeni⁵ sudjelovao u ukupnom bruto domaćem proizvodu s tek oko 2 % a i danas nije u znatnoj mjeri povećan, a procjena Federalnog zavoda za statistiku je oko 5 %.⁶ U slučaju Hercegovine postoji niz elemenata pogodnih za razvoj turizma, a to su blizina Mediterana kao kolijevke starih civilizacija, pogodni klimatski uvjeti za odmor i dokoličarenje, brojni kulturno-povijesni spomenici, zajedno uvjetuju mogući gospodarski i društveni rast koji svoje korijene ima i u izrazito očuvanom ekosustavu. (Madžar, 2007.)

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Rad se temelji na sljedećim ciljevima:

- identificirati ključne elemente vezane uz koncept razvoja seoskog turizma;
- dati smjernice i preporuke za daljnji razvoj seoskog turizma kao dijela ukupne turističke ponude.

Budući da seoski turizam još uvijek nije u dostatnoj mjeri razvijen na području Hercegovine, u radu su istraživana seoska gospodarstva na tom području. Istraživanje je provedeno u razdoblju od travnja do kolovoza 2014. godine, na uzorku od 8 seoskih gospodarstava od ukupno 11 u istraživanim županijama. Prikupljanje primarnih podataka je provedeno anketiranjem vlasnika i djelatnika seoskih gospodarstava. Istraživanjem se nastojalo utvrditi koji ključni elementi utječu na razvoj seoskog turizma u Hercegovini.

⁴ Federacija Bosne i Hercegovine, Zakon o turističkoj djelatnosti, Službene novine br.32-09.

⁵ Službena statistika u tom razdoblju nije izdvajala turizam kao zasebnu gospodarsku aktivnost.

⁶ Federalni zavod za statistiku, Dostupno na: <http://www.fzs.ba>, (20.05.2015.)

U prvom djelu istraživanja analizirana je problematika seoskog turizma. U lokalnim zajednicama, unutar gradskih i općinskih poglavarstava analizirani su sekundarni podaci vezani uz gospodarski registar i strukturu zaposlenih. Temeljem analize izvora sekundarnih podataka, istraživani su udio seoskog turizma u gospodarskom registru lokalne zajednice.

U drugom dijelu istraživanja ispitivanjem uz pomoć anketnog upitnika na odabranim seoskim gospodarstvima izvršena je analiza postojećeg stanja, te stavova vlasnika i djelatnika vezanih uz ključne elemente mogućeg razvoja konkretnih poslovnih aktivnosti te proširivanja djelatnosti s većim uključivanjem u turističku ponudu.

Kao instrument istraživanja korišten je anketni upitnik s pitanjima zatvorenog tipa. Anketni upitnik se sastojao od ukupno 33 pitanja podijeljenih u tri cjeline – opće informacije, upitnik o gospodarskim elementima koji utječu na razvoj i upitnik o negospodarskim elementima koji utječu na razvoj seoskog turizma. Prvi dio upitnika sadrži 9 pitanja i odnosi se na opće informacije o ispitanicima koji čine uzorak ovog istraživanja. Drugi dio upitnika vezan je uz pitanja kojima se utvrđuje utjecaj gospodarskih elemenata na razvoj i sastoji se od 12 pitanja. Treći dio upitnika se sastoji od 12 pitanja kojima se utvrđuje utjecaj negospodarskih elemenata na razvoj. Prikupljeni podaci su obrađeni uz pomoć softverskih programa Excel (za tablične proračune) i SPSS 20.0 (za statističku obradu podataka).

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istražena obiteljska seoska gospodarstva s prostora Hercegovine bave se uzgojem raznih poljodjelskih kultura, ali i uzgojem stoke (pretežito ovaca). Poslovna namjera svakog od istraženih gospodarstva je značajno ulaganje s ciljem usmjeravanja poljoprivredne proizvodnje prema turističkim posebice gastronomskim uslugama. Od devedesetih godina prošlog stoljeća traje proces napuštanja sela i seoskih područja. Tim procesom uništena su neka njihova temeljna prirodna, kulturna i društvena obilježja. Unatoč spomenutom, obiteljska seoska gospodarstva su zadržala svoju osobnost.

Prvi dio rezultata istraživanja odnosi se na prikupljanje sekundarnih podataka u lokalnim zajednicama. Od 16 istraženih lokalnih administrativno-upravnih jedinica niti u jednoj unutar Odjela za gospodarstvo ne vodi se statistička evidencija koja izdvaja seoska gospodarstva. U svim elementima raspoznaju se samo podaci koji su zabilježeni kao registrirani obrti za ugostiteljstvo (restoran, ili smještajni objekt – motel ili pansion). Unutar na takav način vođene evidencije o gospodarskoj djelatnosti nemoguće je izdvojiti i napraviti selekciju koja sa sigurnošću može pokazati stanje (koliki promet ili broj zaposlenih ima pojedini objekt ove vrste) u istraživanom pojmu seoskog turizma. Također u skladu s nepostojećim elementima bilježenja turističkog prometa na seoskim gospodarstvima, jer poticaji bilo kojeg karaktera izostaju, tek 2 od 8

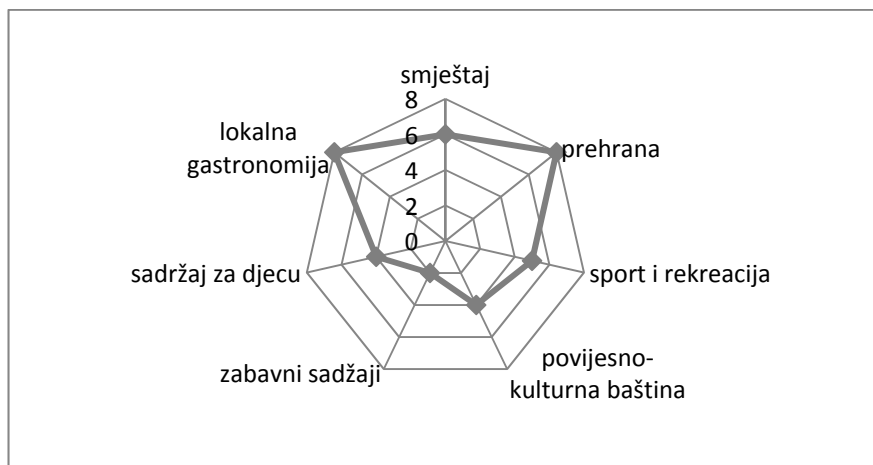
istraženih seoskih gospodarstava bilježi i prijavljuje posjete, ali iste se u internim podacima odjela za gospodarstvo unutar općinskog ili gradskog poglavarstva bilježe kao ugostiteljski paušal.

U sklopu politike gospodarskog razvoja danas u cijeloj BiH najveći broj potrebnih mjera posebice u turizmu (svakako zakonske regulative) ostaju „mrtvo slovo na papiru“. Donošenje i usklađivanje zakonskih mjera⁷ preduvjet je planiranog održivog razvitka seoskog turizma na ovim prostorima.

Drugi dio rezultata istraživanja odnosi se na analizu postojećeg stanja i stavove vlasnika i zaposlenika koji se odnose na elemente bitne za razvoj seoskog turizma.

U anketi je od ukupno 88 zaposlenih aktivno sudjelovalo 37 uposlenih, što je 42 % od ukupnog broja. Prema spolnoj strukturi 59 % muškaraca i 41 % žena. Struktura ispitanika prema dobi je: do 30 godina (21 %), od 30 do 40 godina (43 %), od 40 do 50 godina (24 %) i više od 50 (12 %). Prema stručnoj spremi: SSS (78 %), VSS (19 %) i MR.SC. (3 %).

Struktura elemenata turističke ponude istraživanih seoskih gospodarstava prikazana je Slikom br.1., koja pokazuje da sva gospodarstva imaju zastupljene elemente lokalne gastronomije i prehrane, dok najmanji broj njih ima zastupljene elemente ponude zabavnih sadržaja.



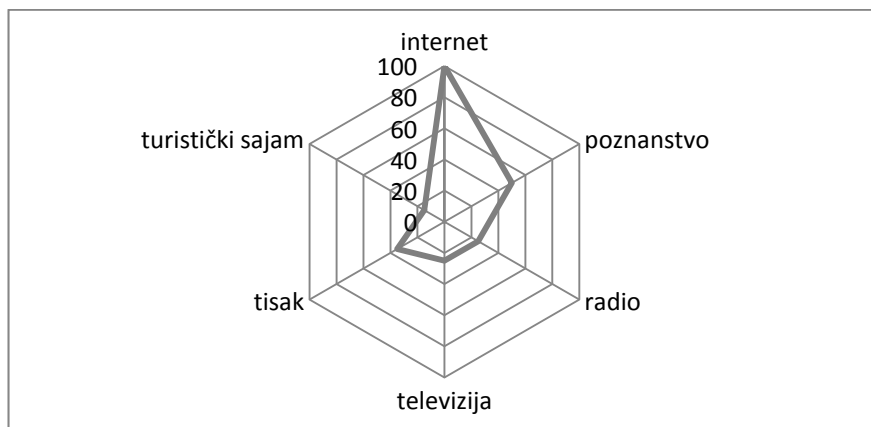
Slika 1. Elementi turističke ponude seoskih gospodarstava

Izvor: istraživanje autora.

⁷ Iako ih je većina već donesena, vrlo mali broj se zaista i primjenjuje

Prema broju noćenja u 2013.godini iznajmljivači (OPG) su grupirani kako slijedi: do 1000 noćenja (38 %), od 1000-3000 noćenja (12 %), od 3000-5000 (25 %), preko 5000 (0 %), bez usluge noćenja (25 %).

Način promoviranja seoskih gospodarstava prikazan je na Slici br.2.

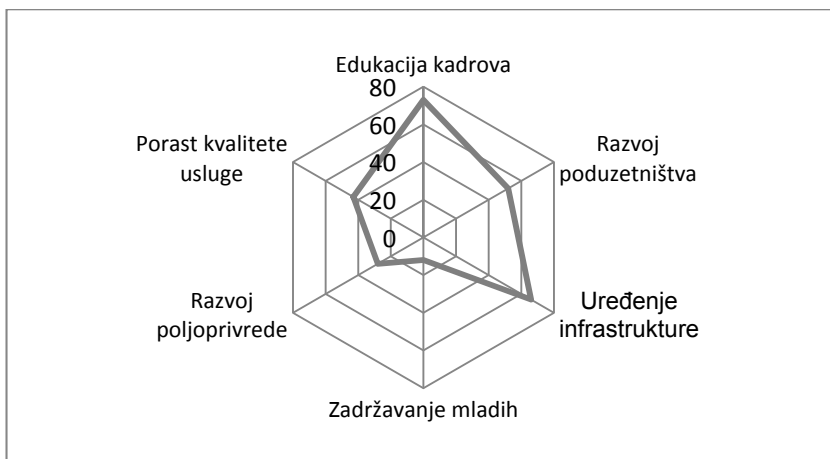


Slika 2. Način promoviranja seoskih gospodarstava

Izvor: istraživanje autora.

Rezultati istraživanja vezani uz način promoviranja pokazuju da najveći stupanj promocije odvija se putem interneta (100 %), a najmanji putem turističkih sajmova (15 %).

Pozitivni rezultati istraživanja koje se odnosi na glavne gospodarske elemente presudne za razvoj seoskog turizma pokazuju da se u najvećem postotku (73 %) ističe bitnost kontinuirane edukacije kadrova, zatim uređenje infrastrukture (66 %). Kao negativni rezultat u gospodarskim elementima ističe se slabo zadržavanje mladih na selu (12 %).



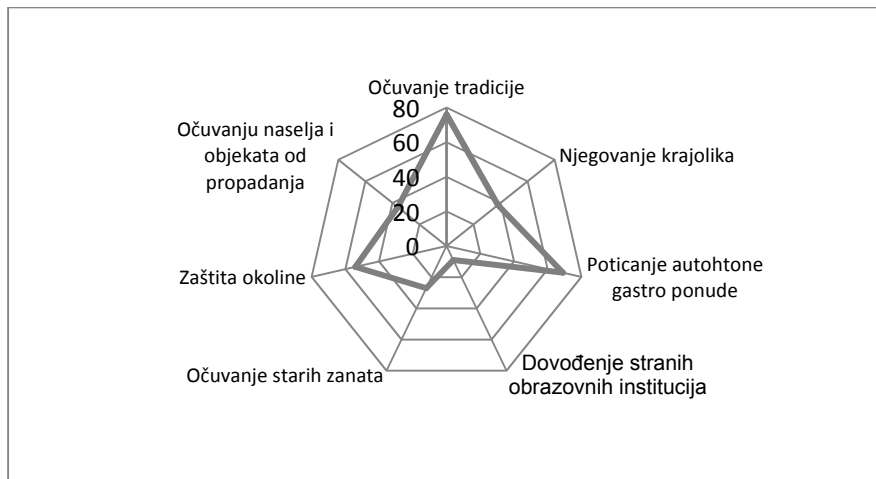
Slika 3. Važniji gospodarski elementi presudni za razvoj seoskog turizma

Izvor: istraživanje autora.

Ostali elementi koji su provedenom anketom imali rezultate (manje od 15 %) i nisu prikazani na slici su:

- porast zapošljavanja,
- povećanje uzgoja autohtonih domaćih životinja,
- poticanje uzgoja domaće organske hrane,
- povezivanje poljoprivrede s turizmom,
- razvoj gospodarstva ruralnog područja,
- razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti.

Što se tiče negospodarskih elemenata, najveći doprinos razvoju seoskog turizma po mišljenju anketiranih ima očuvanje tradicije (76 %), zatim poticanje autohtone gastro ponude (69 %). Element za koji se smatra da ima najmanji doprinos ima osnivanje domaćih i dovođenje stranih obrazovnih institucija (9 %).



Slika 4. Važniji negospodarski elementi presudni za razvoj seoskog turizma

Izvor: istraživanje autora.

Ostali negospodarski elementi (rezultati manji od 15 %) su:

- obnova seoskih područja,
- očuvanje okoline od onečišćenja,
- zaštita povijesne građe,
- očuvanje tradicionalnih osnova življenja,
- izradba vizualnog identiteta.

Razni programi i strategije razvoja seoskih prostora i turističkih aktivnosti na istima (posebice oni podržavani od strane Europske komisije kao npr. Agenda 2000⁸) na prostoru Hercegovine nisu ostavili značajniji trag. Seoski turizam traži mala ulaganja, a razvoj i potencijal može temeljiti na lokalnom znanju i lokalnim resursima.

⁸ Dokument pod nazivom Agenda 2000, donesen 1999. godine, definira nova interesna područja Europske unije, usmjerena prije svega na razvoj cjelokupne ekonomije seoskih područja kao i seoskih zajednica.

5. SMJERNICE ZA UNAPRJEĐENJE RAZVOJA SEOSKOG TURIZMA

Istraživanje je upozorilo na potrebu da je za razvoj seoskog turizma potreban konkretan i koordiniran pristup na regionalnom tržištu. Unutar tog pristupa svakako treba pokazati kakav to identitet, prepoznatljivost i općenito koje *održive turističke proizvode* žele predstaviti te im dati potporu u širenju te poruke kroz više državne institucije i njihove komunikacijske materijale. Svakako za početak treba napraviti popis domaćinstva zainteresiranih za ugošćivanje turista, te zajednički utvrditi osnovne odrednice njihovog razvoja. Veliki broj vinograda u regiji Hercegovine, privlači dosta posjetioca u ovo područje. Razvoj projekta "Vinska cesta Hercegovine" poboljšao je regionalni turistički profil za razvoj seoskog turizma. Iako postoji sve veći broj lokalnih poduzetnika koji koriste prednosti prirodnog okoliša i kulturne baštine Hercegovine, bitno je poduzeti neophodne korake za razvoj infrastrukture i osigurati održivost kapaciteta seoskog turizma.

Da bi se očuvala autentičnost nužno bi bilo razmisliti i o stvaranju kontroliranoga "branda", razvoj kojega bi trebao utjelovljavati identitet i kvaliteta kojima se seoski turizam predstavlja okolnom vanjskom svijetu, npr. kao mjesto očuvane prirode, autentične tradicije, gostoljubivih ljudi, zdrave hrane itd.. Razvoj seoskog turizma već je mnogo učinio u stvaranju elemenata turističke ponude posebice rekreativne, a lokalno stanovništvo već prepoznaje tu činjenicu kao pozitivan pomak. Treba svakako poraditi i na stvaranju pristupa održivom razvoju turizma koji bi bio isključivo koordiniran s lokalnim stanovništvom, naravno uz korist cjelokupne zajednice a posebice lokalne. Vrlo dobar početak ovakvog načina promocije je ideja organiziranja sajмова i rekreativnih događanja poput raštikijade (na seoskom domaćinstvu „Marića gaj“), a koje bi lokalno stanovništvo moglo iskoristiti za prodaju vlastitih prehrambenih i drugih proizvoda te turističku promociju svojega sela.

Primjena suvremenog marketinga – svakako treba istaknuti nepostojanje profesionalne marketinške i prodajne platforme na nivou Bosne i Hercegovine. Tako da je i promocija seoskog turizma neujednačena, nedostatna u smislu kvalitete i finansijskih sredstava, bez adekvatne koordinacije i smjernica za efektivan marketinški miks. Kroz institucije turističkih zajednica koje promoviraju njihovu djelatnost kroz vlastitu internetsku stranicu i druge komunikacijske materijale, te posredujući u njihovim kontaktima s ostalim medijima, svakako se može naći poseban prostor i za razvoj i potporu seoskom turizmu kao zasebnom segmentu turističke ponude. Velika je potreba svakako za podizanjem gastronomske kulture, ali i za podizanjem smještajnih i kapaciteta i standarda. Unutar podizanja gastronomske kulture svakako je bitno da se lokalno stanovništvo potakne da postanu glavni promotori svoje kulture i drugih elemenata potencijalnim gostima. U ovu svrhu svakako je potrebno ponuditi lokalnom stanovništvu mogućnost ispravne i potpune informacije o povijesti, i

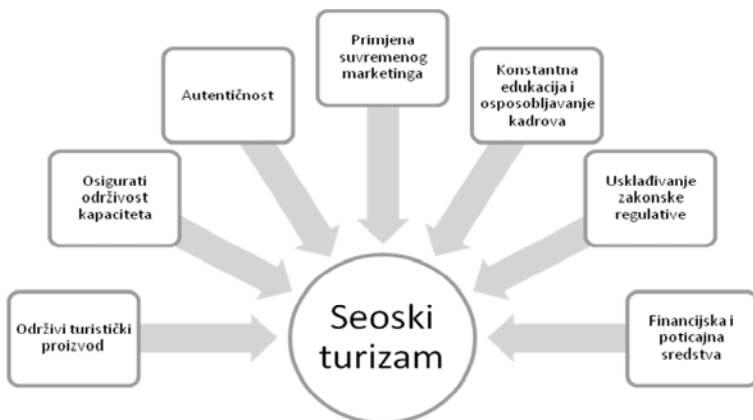
svim drugim relevantnim elementima čime bi osigurali zanimljivu i autentičnu ponudu.

Konstantna edukacija i obrazovanje kadrova nužna je za daljnji razvoj, obzirom da u urbanim dijelovima poslovni subjekti u turizmu imaju više izbora na samom tržištu rada. Zbog ograničenog financiranja u seoskim područjima postoji percepcija da je kvaliteta raspoloživih ljudskih resursa ispod minimalne potrebne za turističke standarde, kao i da su stečene kvalifikacije i vještine na nižem nivou. Istraživanje je pokazalo da među lokalnim stanovništvom postoje i entuzijasti, a volju tih ljudi treba adekvatno iskoristiti – oni mogu mnogo učiniti na pridobivanju povjerenja i suradnje ostatka zajednice. Uz pomoć entuzijasta mogla bi se organizirati mreža lokalnih stanovnika koja bi ravnopravno surađivala na razvojnim i svim drugim inicijativnim elementima. Time bi se dobila jezgra daljnjeg razvoja i usmjeravanja obnove seoskih prostora.

Institucionalna struktura Bosne i Hercegovine se često ističe kao jedna od glavnih prepreka za ukupni razvoj. Usklađivanje zakonske regulative je od presudnog značaja za daljnji razvoj. Ipak spor napredak u razvoju turizma ne može se opravdati samo kompleksnom institucionalnom strukturom. Lokalne vlasti i lokalne zajednice, kao i privatni gospodarski subjekti i turističke organizacije, mogu biti aktivniji u omogućavanju razvoja turizma u svojoj nadležnosti i na mikro nivou. U skladu s Zakonom o gospodarskoj aktivnosti, seoska domaćinstva moraju biti upisana u registar za obavljanje ugostiteljske djelatnosti koji se vodi na županijskoj razini, što zapravo predstavlja jedinu organiziranu evidenciju seoskih domaćinstava koja se bave turizmom u Bosni i Hercegovini.

Konkretnim finansijskim i poticajnim sredstvima (kreditnim linijama i sl.) potaknuti lokalno stanovništvo da krene u valorizaciju potencijala seoskog turizma ali i zaštite svojega kraja i kulturoloških obilježja. Da bi taj proces uistinu bio potaknut treba utjecati s državne, ali i lokalne razine na promjene širih društvenih okolnosti, te dosadašnji nedostatak razumijevanja i potpore struktura ekonomske i političke vlasti zamijeniti sustavnom potporom. Istraživanja u seoskom prostoru uglavnom daju vrlo optimistične rezultate iz kojih je razvidno da ovaj prostor njeguje i čuva osjećaje o svojem kraju i kulturi, no ekonomske okolnosti i iseljavanje ovaj prostor dodatno opterećuju u pogledu budućeg razvoja.

Na slici br. 5 temeljem istraživanja prikazani su elementi nužni za poticanje razvoja seoskog turizma na prostoru Hercegovine.



Slika 5. Elementi bitni za poticanje razvoja seoskog turizma

Izvor: istraživanje autora.

6. ZAKLJUČAK

U Hercegovini gdje postoje preduvjeti (očuvan okoliš, kulturno povijesno nasljeđe, arheološki lokaliteti, kvalitetno životno okruženje) seoski turizam ima stvarnu šansu za napredak, naravno uz prepoznavanje i potporu lokalnih i državnih razina vlasti. Ipak definicija istraživanih elemenata koji su uzeti kao polazište za istraživanje u ovom radu podrazumijevaju širok spektar aktivnosti. Same usluge i dodatni sadržaji koje organiziraju seoska gospodarstva s ciljem privlačenja turista u vlastito okruženje, te stvaranje dodatnog prihoda od spomenutih aktivnosti, predstavljeni su kao poticajni činitelji razvoja seoskog turizma.

Rezultati istraživanja pokazuju da su najveći ograničavajući element za daljnji razvoj ove vrste turizma nepostojeća zakonska regulativa. Prepoznata je bitnost ulaganja u ljudske resurse odnosno kontinuirano obrazovanje ljudskih resursa koji se bave ovim specifičnim oblikom turizma. Rezultati također pokazuju nužnost ulaganja u infrastrukturu, dok razvoj seoskog turizma nije prepoznat kao element zadržavanja mladih ljudi u seoskim krajevima. Na državnoj razini ne postoji središnja evidencija seoskih domaćinstava, kao niti bilo kakva službena statistika o njima. U skladu s Zakonom o gospodarskoj aktivnosti, seoska domaćinstva moraju biti upisana u registar za obavljanje ugostiteljske djelatnosti koji se vodi na županijskoj razini, što zapravo predstavlja jedinu organiziranu evidenciju seoskih domaćinstava koja se bave turizmom u BiH.

Pored nepostojanja službene klasifikacije objekata seoskog turizma razvila se neslužbena tržišna tipologija domaćinstava koja se koristi u seoskom turizmu, a utemeljena je na pojavnim oblicima upravo pružatelja samih usluga koji na tržištu nude ugostiteljsko-turističke usluge u seoskim područjima.

Vlasnici seoskih gospodarstava, ukoliko se žele baviti ovim oblikom turizma, moraju samostalno procijeniti odgovara li njihovo gospodarstvo pružanju ove vrste turističkih usluga. Ova procjena ne odnosi se samo na privlačnost područja u kojemu se nalazi seosko gospodarstvo, već i na privlačnost seoskog gospodarstva koja ovisi o osobinama članova obitelji – njihovom broju, starosti i volji obitelji da se ljubazno ophodi s turistima. Osim očuvane prirode, turisti traže i kvalitetan smještaj, kao i većinu usluga koje pruža suvremena civilizacija. Broj seoskih turističkih obiteljskih gospodarstava u Hercegovini još uvijek je nizak, iako u posljednje vrijeme niče velik broj mješovitih obiteljskih gospodarstava koja po većini obilježja bliža različitim prijelaznim oblicima ugostiteljskih objekata u seoskim područjima.

Za daljnji razvoj nužna je implementacija svih spomenutih elemenata koji su važni u razvoju seoskog turizma.

LITERATURA

Baćac R. (2011.) Priručnik za bavljenje seoskim turizmom: Korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske.

Demonja, D., Ružić, P. (2010.) Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Merdijani, Zagreb.

Dulčić, A. (2001.) Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb.

Gosar, L., Roblek, I. (2001.) Development problems in Slovene rural areas, *Mitteilungen der Osterreichischen Geographischen Gesellschaft*. 143:131-148

Jafari, J. (2000.) *Encyclopedia of Tourism*, London, New York: Routledge

Jelinčić, D. (2007.) Agroturizam u europskom kontekstu, *Studia ethnologica Croatica*, 19,1, 269-280.

Kale, J. (2010.) Izvorno, autentično i originalno. Zbornik radova 1. hrvatskog kongresa o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem "Perspektive razvoja ruralnog turizma", Hvar, 17.-21. listopada 2007., Zagreb: Hrvatski farmer, 99-106.

Madžar, I. (2007.) Utjecaj turizma na transformaciju Hercegovine, Doktorska disertacija, Prirodoslovno matematički fakultet, Zagreb, 12-37.

Roberts, L., Hall, D. (2001.) *Rural tourism and Recreation: Principles to Practice*: CABI, Publishing, London.

Ružić, P. (2009.) Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč

Ružić, P. (2011.) Ruralni turizam Istre, Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč

Seaton, A.V., Jenkins, L.L., Wood, R.C., Picke, P.U.C., Bennett, M. M., MacLellan, L.R. (1994) ; Tourism the State of Art, John Wiley and Sons Ltd., London

Vukonić, B. et al. (2001.) Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb.

Ostali izvori

Federacija Bosne i Hercegovine, Zakon o turističkoj djelatnosti, Službene novine br.32-09.

Federalni zavod za statistiku, Dostupno na: <http://www.fzs.ba>, (20.05.2015.)

Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Strategija razvoja turizma FBiH za period 2008-2018., prosinac 2008.

Lukić, A.: Povijest agroturizma, Dostupno na: <http://www.geografija.hr>, (10.05.2015.)

OECD (2006.), OECD Annual Report 2006, OECD Publishing, Paris. Dostupno na: <http://dx.doi.org/10.1787/annrep-2006-en> (10.06.2015.)

Ivan Madžar, PhD

Associate Professor
University of Mostar
Faculty of Mathematics and Educational Sciences
E-mail: madzar.ivan@gmail.com

Danijela Madžar, MA

Assistant
University of Mostar
Faculty of Mathematics and Educational Sciences
E-mail: danijelamadzar@gmail.com

**ELEMENT ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS FOR
IMPROVING THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM
ON THE TERRITORY OF HERZEGOVINA*****Abstract***

The paper researches rural tourism in Herzegovina, the current state as well as incentive and limiting elements of development. The basic objectives of the research are to identify key elements regarding the concept of development of rural tourism as part of the overall tourism supply. Herzegovina has natural and social appeal which can be developed into a special, interesting, acceptable, competitive and sustainable rural tourism product. The non-existent or inconsistent legislation is a limiting element in the development of this type of tourism in the concerned area. On the other hand, the rising demand for this form of holiday, results in a raw and, in terms of personnel, a completely unprepared supply by owners of rural accommodation units. The paper uses secondary data as a starting point, giving an insight into the actual situation of rural tourism in Herzegovina. With the purpose to research the main elements influencing the development of rural tourism, a survey was carried out on the territory of three cantons in Herzegovina. The aim was to gain insight into the current status of rural tourism potential, so as to make proposals for the development of the existing resources and creation of new tourism products in order to improve the supply.

Key words: rural tourism, development, tourism product, Herzegovina

JEL classification: L83, Q00

