

Dr. sc. Adis Puška

Institut za znanstveno istraživanje i razvoj u Brčko distriktu BiH
E-mail: adispuska@yahoo.com

Dr. sc. Aleksandar Maksimović

Docent
Institut za znanstveno istraživanje i razvoj u Brčko distriktu BiH
E-mail: a.maksimovic22@gmail.com

Dr. sc. Zoran Grgić

Redoviti profesor
Sveučilište u Zagrebu
Agronomski fakultet
E-mail: zgrgic@agr.hr

Dr. sc. Branka Šakić Bobić

Docentica
Sveučilište u Zagrebu
Agronomski fakultet
E-mail: bsakic@agr.hr

UNAPRJEĐENJE KONKURENTNOSTI AGRO TURIZMA U BOSNI I HERCEGOVINI POMOĆU MODELA ZA PODRŠKU ODLUČIVANJA

UDK / UDC: 338.48-53:63(497.6)

JEL klasifikacija / JEL classification: L83, Q01 Q10, C29

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 25. veljače 2020. / February 25, 2020

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 8. lipnja 2020. / June 8, 2020

Sažetak

Agroturizam kao pojam nije novijeg datuma, počeo se razvijati početkom 20. stoljeća. Glavni razlog uvođenja agroturizma je poboljšanje prihoda i životnog standarda ruralnog stanovništva. Cilj ovog rada je procijeniti održivu agroturističku ponudu u BiH i na temelju nje dati smjernice za poboljšanje konkurentnosti ove vrste turizma u BiH. U tu svrhu je provedeno istraživanje kroz dva koraka. Prvi korak je bio procijeniti trenutno stanje, a drugi korak je davanje smjernica za razvoj ove vrste turizma u BiH. Za ocjenu trenutnog stanja agroturizma je korištena DEX metoda (eng. Decision EXpert) i stručno odlučivanje uz pomoć modela odlučivanja s kriterijima održivosti. Nasumičnim uzorkom odabrano je šest objekata u BiH koje su ocjenjivali stručnjaci i dali trenutno stanje agroturizma u tim objektima. Dobiveni rezultati pokazali su da svaki od proučenih predmeta ima svoje prednosti i mane. Najveći nedostatak svih

objekata je (ne) primjena ekoloških standarda, a prednosti su u obliku kulturnih i prirodnih resursa. Svaki od objekata mora otkloniti nedostatke i izgraditi konkurentnost na tržištu.

Cljučne riječi: Agroturizam, Bosna i Hercegovina, DEX metoda, ekspertna ocjena, održivost.

1. UVOD

Turizam je relativno nova industrija koja je brzo postala najveći izvor zapošljavanja u pojedinim zemljama (Topolansky Barbe i sur., 2016). Turizam je u nekim regijama važan socio-ekonomski pokretač (Ullah i sur., 2010). Ako se turizam razvija na održiv način, može se omogućiti poboljšanje razine dohotka, zaposlenosti i poreznih prihoda u toj zemlji (Barbosa i sur., 2010).

Ruralna područja prošla su globalnu krizu, posebice u zemljama u razvoju. Tradicionalna poljoprivreda i ruralna kultura nestaju ili prolaze kroz asimilaciju urbanizacije i modernizacije na tim područjima, što je dovelo do krize u ruralnim područjima (Gao & Wu, 2017). Da bi se prevladala kriza u ruralnim područjima i omogućio razvoj ovih područja, stanovništvo je počelo ulagati u turizam. Turizam u ruralnim područjima prihvaćen je kao alat za unaprjeđenje ovih područja, jer je primarna poljoprivredna djelatnost nestabilna i nesputana (Rozman i sur., 2009).

Da bi unaprijedila turističku ponudu Bosna i Hercegovina (BiH) sve više ulaže u unaprjeđenje agroturizma. Agroturizam se u BiH shvaća kao potencijal za stvaranje novih usluga i povezivanje turizma s poljoprivredom. Na taj način povećava se šansa za opstanak poljoprivrednih gospodarstava, jer se nude integrirane usluge. Osim toga, ovaj oblik turizma predstavlja ključni čimbenik za razvoj turizma u BiH. Kako bi se unaprijedio agroturizam na području BiH potrebno je ispitati trenutnu turističku ponudu. Prilikom ocjenjivanja agroturističke ponude potrebno je uzeti u obzir socijalnu, ekonomsku i ekološku pozadinu lokalne zajednice (Lun i sur., 2016) na kojoj se pruža usluga agroturizma.

Cilj ovog rada je procijeniti održivu agroturističku ponudu u BiH, kako bi se na temelju nje moglo poboljšati ovu vrstu turizma u BiH. Realizacijom ovog cilja razmotrit će se trenutna ponuda agroturizma u BiH, pružiti smjernice za poboljšanje te ponude i pridonijeti razvoju ruralnih područja kao pokretaču razvoja lokalne zajednice. Osim toga, ovo istraživanje će imati cilj odgovoriti na dva glavna pitanja.

- a) Koja je trenutna ponuda agroturizma u BiH?
- b) Kako se može poboljšati ponuda agroturizma u BiH?

Odgovori na ova pitanja pomoći će poboljšati konkurentnost turističke ponude BiH.

Ponuda agroturizma procijenjena je korištenjem modela temeljenog na stručnoj procjeni. Stručnjaci su najprije prikupili potrebne podatke za ocjenu ove vrste turističke ponude u BiH. Potom su primjenom panel istraživanja usklađeni stavovi i ocijenjeni odabrani objekti. Istraživanje je provedeno u svibnju 2019. godine. Važnost ovog rada je u inovativnom održivom postupku ocjenjivanja turističke ponude. Svaki od glavnih kriterija održivosti podijeljen je na dodatne kriterije. Ekonomski čimbenik dijeli se na marketinške čimbenike, lokaciju, smještaj i usluge, socijalni čimbenik se dijeli na kulturne i socijalne čimbenike, a okolišni čimbenici na prirodne i ekološke resurse. Na ovaj način pružena je šira ocjena održivosti agroturističke ponude u BiH. Model vrednovanja omogućava uvid u dobre i loše strane ponude agroturizma i poboljšanje ove ponude. Uz to, provedena analiza poslužit će budućim turističkim pružateljima usluga za ocjenu turističke ponude. Na taj način će im biti omogućeno stvoriti ponudu ističući svoje prednosti te će biti konkurentniji na turističkom tržištu.

Za ocjenu postojeće ponude agroturizma potrebno je uzeti u obzir nekoliko čimbenika i primijeniti holistički pristup u ocjeni turističkih usluga. U tu svrhu je u ovom radu korištena DEX (eng. *Decision EXpert*) metoda. Ova metoda se koristi jezičnim vrijednostima kriterija, a krajnji rezultat je u obliku jezičnih vrijednosti (Rozman i sur., 2016), što je razlika od ostalih metoda višekriterijske analize (MCDA - *Multiple-Criteria Decision Analysis*) koje jezične vrijednosti pretvaraju u numeričke i krajnji rezultat je u obliku brojčane vrijednosti (Maksimović i sur., 2018). Korištenjem DEX metode, postupak ocjene agroturističke ponude približava se ljudskom razmišljanju.

Kod primjene DEX metode prvo je potrebno kreirati model koji će omogućiti održivu ocjenu turističke ponude, te hijerarhijski definirati taj model, definirati pravila odlučivanja i procijeniti promatranu ponudu agroturizma kroz jezične vrijednosti. Nakon dobivanja rezultata evaluacije ove ponude, vrši se analiza i usporedba tih rezultata kroz raspravu. Osim rasprave, može se koristiti i analiza osjetljivosti dobivenih rezultata.

2. TEORIJSKE OSNOVE ISTRAŽIVANJA

Agroturizam nije nova pojava u turizmu. U svijetu je ova vrsta turizma prepoznata početkom dvadesetog stoljeća (Gil Arroyo i sur., 2013). Međutim, ovaj termin nije jasno definiran. Postoje dva shvaćanja ovog pojma: prvo, da je agroturizam zapravo ruralni turizam; drugo, da postoje razlike između ova dva pojma i da je agroturizam rekreativna aktivnost razvijena na poljoprivrednim gospodarstvima (Barbieri & Mshenga, 2008). Međutim, agroturizam je širi pojam i uključuje: farme, rasadnike, voćnjake, povrtnjake itd. u turističkoj ponudi (Tew & Barbieri, 2012). Agroturizam predstavlja reprezentativan oblik ruralnog turizma, ali ne i jedini oblik turizma koji se pojavljuje na ruralnim područjima. U ruralnim područjima prisutni su i drugi oblici turizma kao što su: zeleni turizam, gastronomski turizam, konjički turizam, lovni turizam itd. (Kim, 2010)

Agroturizam je značajan čimbenik razvoja ruralnih područja i pomaže u očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja. U agroturizmu, turistima se nude lokalni proizvodi i dostupni su različiti sadržaji s ovih lokalnih područja. Turisti konzumirajući te usluge i proizvode pridonose lokalnom i regionalnom razvoju zemlje i jačanju konkurentnosti. Potrebno je istaknuti da turizam ruralnom stanovništvu ne zamjenjuje poljoprivredu, već se nadograđuje postojeća ponuda kroz turizam na poljoprivrednim gospodarstvima. Zbog toga je potrebno raditi na promociji svih aktivnosti u ruralnim područjima. U agroturizmu polazište treba biti međukulturna interakcija i način približavanja ruralnog načina života turistima. Turisti tako neće biti samo pasivni potrošači, a ruralnom stanovništvu neće biti nametnut turizam, već će u turizmu razviti socijalni kapital (Steel, 2012).

U poslovanju agroturizma na raspolaganju su razne vrste usluga kao što su: agro-smještaj, poljoprivredno-prehrambena usluga, primarni agroturizam, izravna prodaja, agro-rekreacija, agro-sport, agrikultura, agrotterapija, kulturni turizam (Boys i sur., 2017). Sve ove agroturističke usluge trebaju biti zastupljene u ponudi kako bi se zadovoljili sve zahtjevniji turisti i na taj način osigurale konkurentske prednosti.

Jačanjem agroturizma kao sastavnog dijela ruralnog turizma jača se konkurentnost ruralnih područja (Broccardo, i sur., 2017). Jačanje konkurentnosti se postiže tako što se iskorištavaju potencijali na poljoprivrednim gospodarstvima. Agroturizam pomaže poljoprivrednicima da budu konkurentniji, jer stvara prilike za prihod i zaposlenost na lokalnom području (SgROI i sur., 2018). Uvođenjem agroturizma na poljoprivredna gospodarstva, oni postupno ulaze i postaju konkurentniji na tržištu (Sadowski & Wojcieszak, 2019). Na temelju toga može se zaključiti da je agroturizam ključan čimbenik jačanja konkurentnosti određenih lokalnih područja. Zbog toga je potrebno razvijati ovaj oblik turizma kako bi se poboljšala konkurentnost, najprije određene regije, a potom i zemlje.

Agroturizam se temelji na tri ključne karakteristike: aktivnoj farmi, kontaktu turizma i poljoprivrednih aktivnosti te stupnju iskustva autentične poljoprivrede od strane turista (Phillip i sur., 2010). Agroturizam se odnosi na aktivnosti koje uključuju posjećivanje aktivnog poljoprivrednog gospodarstva ili poljoprivredne djelatnosti radi: uživanja, obrazovanja i aktivnog sudjelovanja u tim procesima (Choo & Petrick, 2013).

Agroturizam obuhvaća niz aktivnosti, uključujući izravno sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima, neizravno uživanje u poljoprivrednim aktivnostima, rekreacijske aktivnosti, kao i različite smještajne jedinice na terenu i usluge prehrane (Barbieri, 2013). Ova vrsta turizma omogućuje turistima i potrošačima iz urbanih područja da uživaju u prirodi i kulturi, uče o poljoprivredi i kupuju lokalne proizvode za uzgoj (Choo & Petrick, 2013). Uz to, agroturizam ima i druge koristi kao što su promicanje održivog razvoja, održavanje društvenih mreža i lokalnih kultura (Hung i sur., 2015), a ne samo ekonomske učinke.

Prilikom korištenja agroturističkih usluga turisti poljoprivrednim radom i aktivnostima mogu ostvariti: izravni kontakt, neizravni kontakt i pasivan kontakt (Phillip i sur., 2010). Izravni kontakt opisuje svakodnevno vođenje poljoprivrednog gospodarstva kao dio turističke ponude. Na taj se način turisti uključuju u razne aktivnosti kao što su: mužnja krava, hranjenje stoke, sjetva, branje voća i povrća, itd. Neizravni kontakt je onaj gdje se turistima pokazuje kako i gdje mogu sudjelovati u tim aktivnostima, ali samo djelomično u funkciji pokušaja obavljanja tih aktivnosti. Pasivni kontakt je fizičko razdvajanje poljoprivrede i turizma, gdje se poljoprivredni prostori koriste samo za smještaj turista.

Prilikom izučavanja agroturizma provedene su brojne studije. Ova su istraživanja pokazala da poljoprivredni turizam može donijeti brojne koristi poljoprivrednicima i vlasnicima poljoprivrednih gospodarstava (Kline i sur., 2015). Ekonomske prednosti agroturizma su u tome što utječe na povećanje prihoda poljoprivrednih gospodarstava, stabilne novčane tokove za male obitelji, mogućnosti zapošljavanja i jačanje lokalne ekonomije (Hung i sur., 2015). Socijalni čimbenici također se poboljšavaju unaprjeđenjem kvalitete života i obrazovanjem javnosti (Tew & Barbieri, 2012). Razvoj agroturizma na poljoprivrednim gospodarstvima kroz zapošljavanje sprečava mlade generacije da napuste obiteljska poljoprivredna gospodarstva (Boys i sur., 2017). Time utječe na razvoj ruralnih zajednica zadržavanjem mlade generacije i poboljšava se konkurentnost ruralnih područja.

Glavni razlog uvođenja agroturističke ponude na poljoprivrednim gospodarstvima je povećanje prihoda i poboljšanje konkurentnosti ruralnih područja. Khanal i Mishra (2014) dokazali su u svojoj studiji da mala poljoprivredna gospodarstva uključena u agroturizam ostvaruju veći ukupni prihod od poljoprivrednih gospodarstava koja nemaju razvijenu agroturističku ponudu. Međutim, razlozi pokretanja agroturizma mogu biti: hobiji, potraga za novim izazovima, interakcija i izgradnja odnosa s gostima, marketinški alati, alati za edukaciju javnosti o životu poljoprivrede i poljoprivredi, itd. (Boys i sur., 2017). Kada turisti posjete agroturističku destinaciju koja nudi, primjerice proizvodnju vina, turisti tada kupuju vino, a zatim uzimaju voće iz voćnjaka i na taj način agroturizam utječe izravnom prodajom na povećanje prihoda, a također je moguće razvijati i promovirati marku tog poljoprivrednog gospodarstva (Barbieri & Mshenga, 2008).

3. OPIS MODELA I METODOLOGIJE RADA

Ispitivanje trenutnog stanja agroturizma u BiH zahtijeva multidisciplinarni pristup. Za rješavanje ovog problema moraju biti uključene MCDA metode. Sljedeći će se kriteriji uzeti u obzir pri sagledavanju trenutnog stanja agroturizma u BiH: ekonomski, socijalni i prirodni. Na taj će se način ispitati održivi kapaciteti agroturističke ponude. Kako bi se dobila potpunija analiza, glavni su kriteriji raščlanjeni na pomoćne kriterije. Ovako definirani

model pruža širok spektar uvida u trenutno stanje agroturizma. Primjena ovog modela će pružiti smjernice za poboljšanje turističke ponude.

3.1. Opis modela

Trenutno stanje agroturizma u BiH ispitano je uz pomoć modela procjene i analize temeljenog na DEX metodi. Korištenjem DEX metode provodi se kvalitativno modeliranje problema s više kriterija na temelju hijerarhije kriterija i podkriterija. DEX metoda kombinira elemente tradicionalnih MCDA metoda s elementima ekspertnog sustava (Pavlović i sur. 2011). Vrednovanje ponude agroturizma u BiH vršit će se uz pomoć stručne procjene. Ova procjena predstavlja metodološki organizirana znanja stručnjaka za predviđanje budućih stanja (Rozman i sur., 2017). U ovom istraživanju ekspertiza će se koristiti u svrhu procjene ponude agroturizma. DEX metoda je prilagođena ljudskom razmišljanju, jer je moguće primijeniti opisne prosudbe različitih skala kao što su: niska, visoka, prihvatljiva, neprihvatljiva, loša, dobra, itd. i na temelju toga mogu se primijeniti različite ljestvice vrijednosti (Maksimović i sur., 2018.) za ocjenu alternativa prema specifičnim kriterija. Međutim, kada se koristi DEX metoda, moguće je primijeniti vrijednosne ljestvice, ali tada je potrebno pretvoriti te ljestvice u opisne ljestvice primjenom pravila "ako-onda". Budući da se u ovoj metodi koriste jezične i opisne ljestvice, one se ne pretvaraju u numeričke kao u drugim metodama MCDA, a rezultat primjene ove metode je oblik opisne vrijednosti koji je bliže ljudskom razmišljanju. DEX metoda implementirana je pomoću DEXi računalnog programa na način kako slijedi:

- Model ocjenjivanja raščlanjuje se na manje složene probleme predstavljene kriterijima. Na temelju toga se formira hijerarhijski model budući se cilj ocjenjivanja raščlanjuje na glavne kriterije, glavni na pomoćne, itd., ovisno o složenosti problema.
- Pri vrednovanju određenih alternativa, ocjenjuje se samo podkriterij posljednje razine uz pomoć ljestvice vrijednosti. Ti se kriteriji vrednuju uz pomoć stručne prosudbe, gdje stručnjaci odabiru odgovarajuću vrijednost za svaku alternativu.
- Vrijednost kriterija dobiva se uz pomoć funkcije pripadnosti. Ovaj je korak najsloženiji jer je potrebno odrediti vrijednosti za sve kriterije na temelju vrijednosti podkriterija. Na temelju funkcije pripadnosti dobiva se konačni rezultat za alternative.

Studije korištene za formuliranje kriterija modela su: Chuang, S.-T. (2011), Choo, Petrick (2013), Ainley (2014), Veeck, i sur. (2016), Rozman i sur. (2017), Karampela, Kizos (2018), Puška i sur. (2019), Puška i sur. (2020) i Prevolšek i sur. (2020). Model koji se koristio za ocjenu agroturističke ponude u BiH sastojao se od 32 hijerarhijski strukturirana kriterija (slika 1). Glavni kriteriji ovog modela raščlanjeni su na pomoćne kriterije koji se dalje dekomponiraju u terminalne listove. Ovi su kriteriji predstavljeni kako slijedi:

1. Ekonomski čimbenici sastoje se od sljedećih podkriterija:

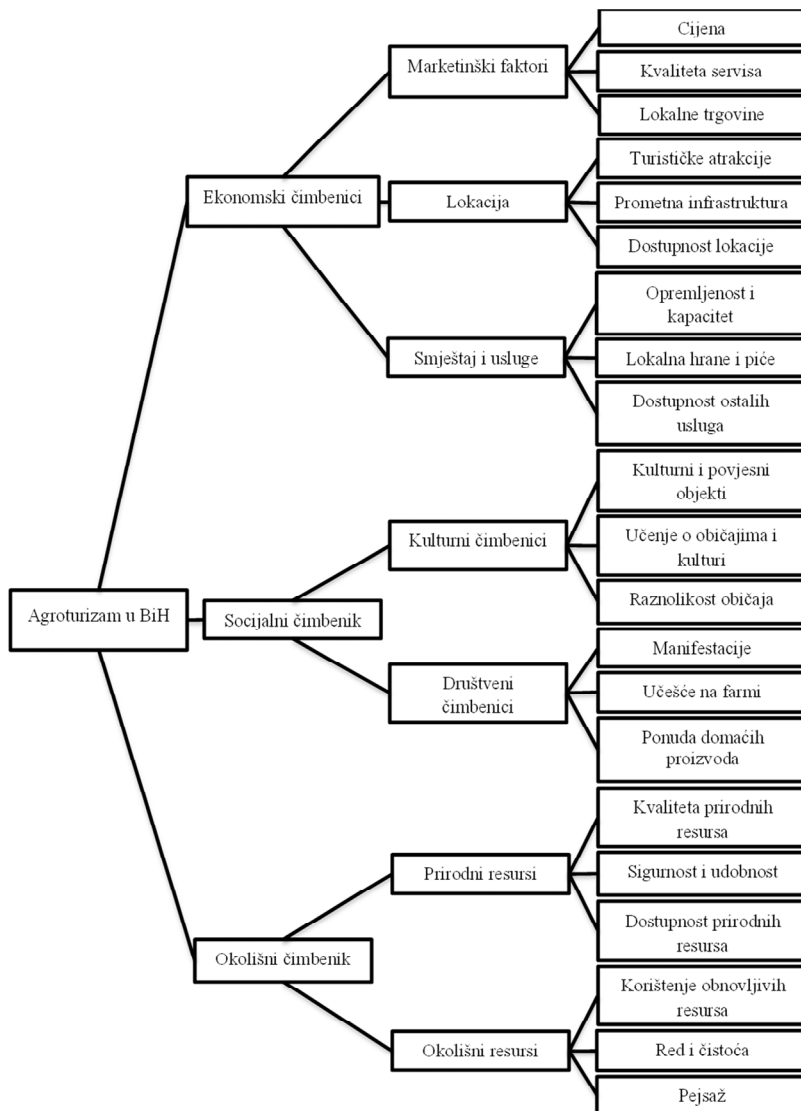
- a) Marketinški čimbenici - cilj je ispitati cijenu, kvalitetu usluge i postojanje trgovine s lokalnim proizvodima
- b) Lokacija – cilj je ispitati stanje turističkih atrakcija, prometnu infrastrukturu i dostupnost ovih mjesta turistima
- c) Smještaj i usluge – cilj je ispitati opremu i smještajni kapacitet, poslužuju li se lokalna hrana i pića te dostupnost ostalih usluga povezanih s turističkim smještajem.

2. Socijalni čimbenici sastoje se od sljedećih podkriterija:

- a) Kulturni čimbenici - cilj je upoznati turiste s kulturno-povijesnim nalazištima, običajima i kulturom te utvrditi je li ta kulturna baština raznolika i pristupačna
- b) Društveni čimbenici - cilj je ispitati organiziraju li se događanja u ruralnim naseljima, kakvo je sudjelovanje na turističkom poljoprivrednom gospodarstvu i koja je ponuda lokalnih proizvoda u agroturističkoj ponudi.

3. Čimbenici okoliša sastoje se od sljedećih podkriterija:

- a) Prirodni resursi - cilj je ispitati kvalitetu prirodnih resursa, jesu li sigurni i ugodni, te dostupnost prirodnih resursa
- b) Ekološki resursi - cilj je ispitati koliko se obnovljivih resursa koristi, kakav je red i čistoća i kakav je krajolik.



Slika 1. Struktura ocjene agroturističkih kapaciteta u BiH

Za procjenu turističke ponude u BiH, svi kriteriji i podkriteriji opisani su ljestvicama vrijednosti. Ljestvica maksimalnih vrijednosti sastoji se od četiri razine vrijednosti, od "neprihvatljivo" do "vrlo dobro". Vrijednost "neprihvatljiva" smatra se najgorom ocjenom, a vrijednost "vrlo dobra" najboljom ocjenom koju neki objekti agroturizma mogu dobiti. Ostali kriteriji prikazani su

na ljestvici s tri i dvije razine. Prilikom formiranja vrijednosti za podkriterije korištena je funkcija odlučivanja.

Na primjeru glavnog kriterija objasniti će se kako je formirana funkcija odlučivanja i to (Tablica 1):

- Vrijednost glavnog kriterija bit će „neprihvatljiva“ ako je vrijednost dva ili više kriterija „loša“ ili ako dva kriterija imaju vrijednost „srednja“, a treći kriterij „loš“.
- Vrijednost glavnog kriterija bit će „srednja“ ako je vrijednost jednog kriterija „loša“, drugog kriterija „srednja“ i trećeg kriterija „dobro“, odnosno ako je vrijednost svih kriterija „srednja“.
- Vrijednost glavnog kriterija bit će "dobro" ako je vrijednost jednog kriterija "loša", dok je vrijednost ostalih kriterija "dobro", odnosno ako je vrijednost dvaju kriterija "srednja", dok je vrijednost trećeg kriterija "dobra".
- Vrijednost glavnog kriterija bit će "vrlo dobro" ako su vrijednosti dvaju kriterija "dobre", dok je treći kriterij "srednji". Vrijednost "vrlo dobro" ne može biti ako bilo koji od kriterija ima vrijednost "loše".

Primjenjujući ova pravila, određene su funkcije odlučivanja za ostale kriterije i podkriterije.

Tablica 1.

Funkcija odlučivanja

	Ekonomski čimbenici	Socijalni čimbenici	Okolišni čimbenik	Agroturizam u BiH
	33%	33%	33%	
1	loše	loši	>=srednji	neprihvatljivo
2	loše	<=srednji	<=srednji	neprihvatljivo
3	loše	>=srednji	loš	neprihvatljivo
4	<=srednje	loši	<=srednji	neprihvatljivo
5	<=srednje	<=srednji	loš	neprihvatljivo
6	>=srednji	loši	loš	neprihvatljivo
7	loše	srednji	dobar	srednje
8	loše	dobri	srednji	srednje
9	srednje	loši	dobar	srednje
10	srednje	srednji	srednji	srednje
11	srednje	dobri	loš	srednje
12	dobro	loši	srednji	srednje
13	dobro	srednji	loš	srednje
14	loše	dobri	dobar	dobro
15	srednje	srednji	dobar	dobro
16	srednje	dobri	srednji	dobro
17	dobro	loši	dobar	dobro
18	dobro	srednji	srednji	dobro
19	dobro	dobri	loš	dobro
20	>=srednje	dobri	dobar	vrlo dobro
21	dobro	>=srednji	dobar	vrlo dobro
22	dobro	dobri	>=srednji	vrlo dobro

3.2. Metodologija i uzorak istraživanja

Za procjenu trenutne ponude agroturizma korišteno je stručno odlučivanje. Prvo, formiran je bazni skup koji je obuhvatio ukupno 72 smještajne jedinice u kojima se nude usluge agroturizma. Kako u BiH ne postoji jedinstveni registar turističkih objekata, ovaj je skup formiran na temelju mrežne evidencije Udruženja Alterural i BHselo. Na temelju nasumičnog uzorka, odabrano je šest gospodarstava koja su ocijenjena u ovoj studiji. Drugo, odabrana su tri stručnjaka od kojih je jedan stručnjak za ruralni razvoj, a dvoje su turistički stručnjaci. Svi stručnjaci imaju višegodišnje iskustvo u ruralnom turizmu i sudjelovali su u različitim projektima unaprjeđenja turističke ponude u BiH. Treće, na temelju prezentacija ovih objekata, intervjua s turistima i vlasnicima, stručnjaci su procijenili ponudu agroturizma u BiH. Od vlasnika ovih objekata tražene su informacije o infrastrukturi kojom oni raspolažu, što imaju u svojoj ponudi i koje sve manifestacije organiziraju u svojim objektima. Turiste se pitalo o cijeni i kvaliteti usluga koje se nude u ovim objektima, zatim kako su zadovoljni dostupnošću usluga u tim objektima, kakvi su opremljenost i kapaciteti, kakva je lokalna hrana i piće, jesu li što saznali o običajima i kulturi te kakve turističke atrakcije nude ove objekti. Stručnjaci su na taj način prikupili potrebne informacije za odlučivanje o agroturističkoj ponudi ovih objekata. Za usklađivanje stavova stručnjaka korišteno je panel istraživanje. U ovom postupku istraživanja najprije je svaki od stručnjaka na temelju prikupljenih podataka dao svoje stavove, potom su usklađeni njihovi stavovi i kreirana zajednička ocjena odabranih objekata. Na taj način su dobiveni ulazni parametri za DEXi model odlučivanja.

U nastavku teksta će ukratko biti opisani objekti koji su odabrani nasumičnim uzorkom. Marica Gaj (A1) nalazi se na glavnoj cesti Grude Ljubuški. Turistička ponuda temelji se na poljoprivrednom gospodarstvu koje se prostire na površini od 40 ha (hektara). U ponudi su ekološki proizvodi, sportski tereni, privatne staze pogodne za šetnju, jahanje i trčanje. Poljoprivredno gospodarstvo Pećinin (A2) nalazi se u blizini Bosanske Krupe. Ovo gospodarstvo kombinira tradiciju s modernom ponudom i pruža turistima tradicionalne zanate. Tu su na raspolaganju razni sportski i rekreacijski sadržaji za turiste poput lova, ribolova i raftinga. Etno gospodarstvo Čerdaklije (A3) nalazi se nedaleko od Bosanskog Petrovca. Turisti imaju prirodno okruženje i tradicionalnu hranu i piće. Ovo gospodarstvo pokazuje kako su preci živjeli i radili na ovim prostorima, a uz to nudi mogućnost jahanja konja, itd. Poljoprivredno gospodarstvo Ćosić (A4) nalazi se u blizini Lukavca. Objekt je smješten u prirodnom okolišu. U ponudi je tradicionalna hrana. U blizini je stari mlin i gosti mogu sami pripremiti hranu. Poljoprivredno gospodarstvo Kovačević (A5) nalazi se u Nacionalnom parku Sutjeska. Smještaj je u etno stilu, a nudi tradicionalnu hranu i piće. Turisti imaju mogućnost da u okviru ovoga objekta sudjeluju u berbi voća, jahanju konja i obilasku Nacionalnog parka. Postoji i mogućnost samostalne prehrane. Agroturizam Matuško (A6) nalazi se u zaleđu jedinog obalnog grada u BiH, Neuma. Turisti imaju priliku isprobati tradicionalnu hranu i

domaća pića. Gostima je također na raspolaganju upotreba bicikla i upoznavanje s poljoprivrednom proizvodnjom.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Primjenom rezultata stručnog odlučivanja dobiveni su rezultati ovoga istraživanja (tablica 2). Rezultati ove studije pokazuju da su objekti Marice Gaj, Pećanin, Čardaklije i Matuško ocijenjeni kao "dobri", dok su objekti Ćosić i Kovačević ocijenjeni kao "srednji". Na temelju tih rezultata može se vidjeti da svi procijenjeni agroturistički objekti imaju određene potencijale na kojima mogu graditi svoje konkurentske prednosti.

Od 31 kriterija Marica Gaj ima 11 dobrih kriterija, dok je 5 loših. Pećanin ima 14 dobrih kriterija, dok su 4 loša. Čardaklije ima 17 dobrih kriterija, dok su 4 loša. Ćosić ima 6 dobrih kriterija, a 7 loših. Kovačević ima 8 dobrih kriterija, dok je 6 loših. Matuško ima 14 dobrih kriterija, dok je 6 loših (slika 2). Za prikazivanje rezultata upotrijebit će se radarski grafikon za pojedine kriterije (slike 3).

U formiranju modela korišteni su kriteriji održivosti, pa su u tu svrhu korištena tri glavna kriterija: ekonomski, socijalni i okolišni. Kada se uzme u obzir čimbenik okoliša, može se vidjeti da je u svim agroturističkim objektima ovaj kriterij ocijenjen kao "srednji". Razlog tomu treba potražiti u činjenici da nijedan objekt nema razvijen sustav upravljanja otpadom te ne koristi obnovljive izvore energije. Zbog toga su svi objekti kod okolišnog kriterija ocijenjeni kao „srednji“. U ekonomskom kriteriju "dobra" vrijednost se daje objektima: Pećanin, Čardaklija i Matuško, dok je u ostalim objektima vrijednost ovog kriterija "srednja". Kada promatramo socijalni kriterij, samo objekt Marica Gaj ima vrijednost „dobro“, dok ostali objekti imaju vrijednost ovog kriterija „srednja“. Razlog zbog kojega se objekt Marica Gaj izdvaja kod socijalnog kriterija je taj što organiziraju godišnje manifestacije "Roštiljada", zbog čega je ovaj objekt imao vrijednost "dobro". Iz dobivenih rezultata može se zaključiti da su ekološki objekti najvažniji u ekološkim kriterijima, svi objekti imaju dobre prirodne ljepote, ali više pažnje treba posvetiti očuvanju tih ljepota.

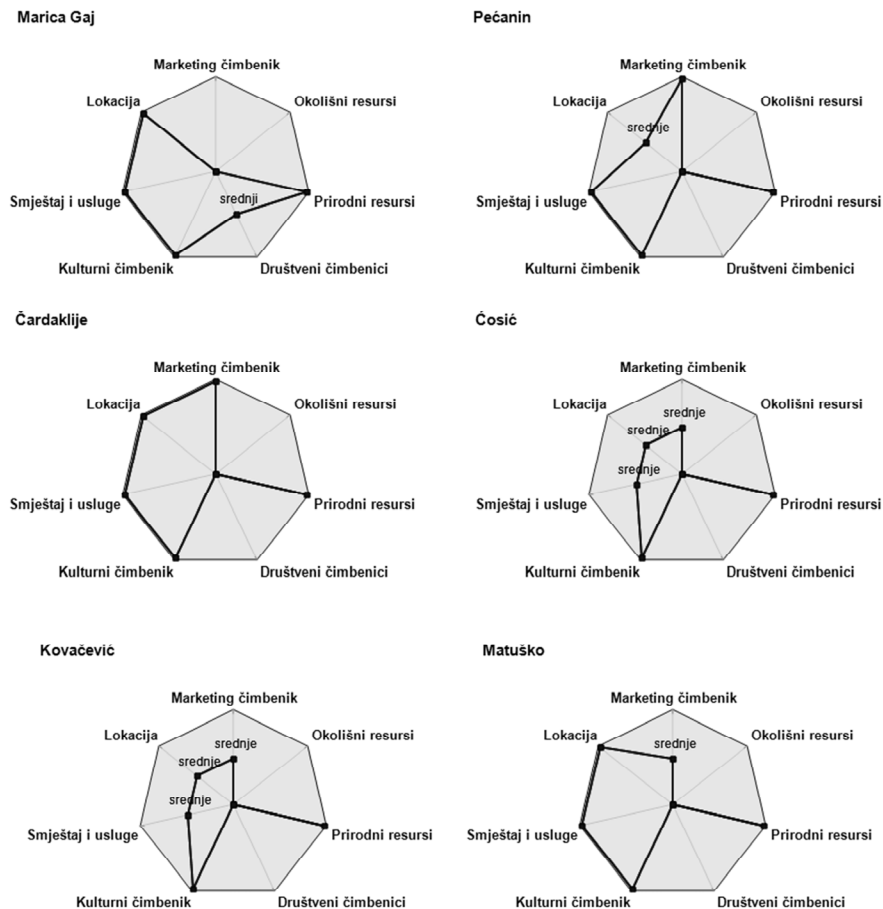
Atributi	Marica Gaj	Pećanin	Čardaklije	Čosić	Kovačević	Matuško
Agroturizam u BiH	dobro	dobro	dobro	srednje	srednje	dobro
— Ekonomski čimbenik	srednje	<i>dobro</i>	<i>dobro</i>	srednje	srednje	<i>dobro</i>
— Marketing čimbenik	loše	<i>dobro</i>	<i>dobro</i>	srednje	srednje	srednje
— Cijena	visoka	srednja	srednja	srednja	srednja	visoka
— Kvaliteta servisa	srednja	<i>dobra</i>	<i>dobra</i>	srednja	srednja	<i>dobra</i>
— Lokalna trgovina	djelomično postoji	djelomično postoji	djelomično postoji	djelomično postoji	djelomično postoji	djelomično postoji
— Lokacija	<i>dobra</i>	srednje	<i>dobra</i>	srednje	srednje	<i>dobra</i>
— Turističke atrakcije	dobre	dobre	<i>vrlo dobre</i>	dobre	dobre	<i>vrlo dobre</i>
— Prometna infrastruktura	zadovoljavajuća	zadovoljavajuća	zadovoljavajuća	zadovoljavajuća	zadovoljavajuća	zadovoljavajuća
— Dostupnost lokacije	<i>izvršna</i>	dobra	<i>izvršna</i>	dobra	dobra	<i>izvršna</i>
— Smještaj i usluge	<i>dobre</i>	<i>dobre</i>	<i>dobre</i>	srednje	srednje	<i>dobre</i>
— Opremljenosti i kapacitet	prikladan	prikladan	prikladan	neprikladan	neprikladan	prikladan
— Lokalna hrane i piće	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>
— Dostupnost ostalih usluga	zadovoljavajuće	<i>dobro</i>	<i>dobro</i>	zadovoljavajuće	zadovoljavajuće	<i>dobro</i>
— Sočjalni čimbenici	<i>dobri</i>	srednji	srednji	srednji	srednji	srednji
— Kulturni čimbenik	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>
— Kulturni i povijesni objekti	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>	<i>dostupno</i>
— Učenje o običajima i kulturi	dobri	<i>vrlo dobri</i>	<i>vrlo dobri</i>	dobri	dobri	dobri
— Raznolikost običaja	dobri	<i>vrlo dobri</i>	<i>vrlo dobri</i>	dobri	<i>vrlo dobri</i>	dobri
— Društveni čimbenici	srednji	loši	loši	loši	loši	loši
— Manifestacije	<i>dostupne</i>	nisu dostupne	nisu dostupne	nisu dostupne	nisu dostupne	nisu dostupne
— Učešće na farmi	nema	djelimično	djelimično	nema	djelimično	nema
— Ponuda domaćih proizvoda	sudjelovanja	sudjelovanje	sudjelovanje	sudjelovanja	sudjelovanje	sudjelovanja
— Okošinski čimbenik	srednja	srednja	srednja	srednja	srednja	srednja
— Prirodni resursi	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>	<i>dobri</i>
— Kvaliteta prirodnih resursa	<i>dobar</i>	<i>dobar</i>	<i>dobar</i>	<i>dobar</i>	<i>dobar</i>	<i>dobar</i>
— Sigurnost i udobnost	dobra	<i>vrlo dobra</i>	<i>vrlo dobra</i>	dobra	<i>vrlo dobra</i>	<i>vrlo dobra</i>
— Dostupnost prirodnih resursa	<i>dobra</i>	<i>dobra</i>	<i>dobra</i>	<i>dobra</i>	<i>dobra</i>	<i>dobra</i>
— Okošinski resursi	loši	loši	loši	loši	loši	loši
— Koristenje obnovljivih resursa	nije dostupno	nije dostupno	nije dostupno	nije dostupno	nije dostupno	nije dostupno
— Red i čistoća	dobra	dobra	dobra	zadovoljavajuća	zadovoljavajuća	dobra
— Krajolik	prikladan	prikladan	prikladan	prikladan	prikladan	prikladan

Slika 2. Ocjena agroturističkih objekata

Kada promatramo okolišne resurse u svim promatranim naseljima, možemo vidjeti da je vrijednost ovog kriterija "loša". To je zbog činjenice da nijedan objekt ne koristi obnovljive izvore energije i oni još uvijek ne rade na primjeni ekoloških standarda u svojem radu. Gledajući prirodne resurse, vidi se da su vrijednosti ovog kriterija „dobre“ za sve objekte. To je zato što BiH ima vrlo dobre prirodne uvjete za obavljanje turističkih aktivnosti. Međutim, potrebno je te prirodne resurse sačuvati za buduće generacije, pa je stoga u ovoj studiji korišten kriterij održivosti.

Kada se razmatra socijalni kriterij, vrijednost ovog kriterija je "srednji" za objekt Marica Gaj, dok je za ostale objekte vrijednost ovog kriterija "loše". To je zbog činjenice da samo Marica Gaj održava godišnji događaj, dok drugi objekti ne. Kada se pogleda kulturni kriterij, može se vidjeti da svi objekti imaju vrijednost ovog kriterija "dobar", jer svi rade na promicanju kulturnog blaga koje posjeduju ti krajevi. Neki od objekata čak vrše i prezentaciju tih običaja.

Gledajući kriterije smještaja i usluge, rezultati pokazuju da su objekti Ćosić i Kovačević dobili vrijednost ovog kriterija "srednje", dok su ostali objekti dobili vrijednost "dobro". Razlog je taj što dva objekta nemaju veći kapacitet, a usluge koje pružaju turistima nisu odgovarajuće. Što se tiče kriterija lokacije, objekti Marica Gaj, Čardaklija i Matuško imaju vrijednost "dobro", dok objekti Pećanin, Ćosić i Kovačević imaju vrijednost "srednje". Razlog tome je činjenica da je kvaliteta cesta na svim tim objektima ocijenjena kao "prihvatljiva". Kako bi se prometna infrastruktura poboljšala, potrebno je da BiH uložiti određeni iznos sredstava. Kada se pogleda marketinški čimbenik, vidi se da agroturistički objekti Pećanin i Čardaklija imaju vrijednost ovog kriterija „dobro“, objekti Ćosić, Kovačević i Matuško imaju vrijednost ovog kriterija „srednja“, dok Marica Gaj ima vrijednost ovog kriterija „loše“.



Slika 3. Vrijednost ocjene podkriterija

5. RASPRAVA

Da bi se dobio rezultat evaluacije ponude agroturizma u BiH, svaki je promatrani objekt ocijenjen uz pomoć određenih kriterija (Stubelj Ars & Bahovec, 2010). Pri ispitivanju agroturističke ponude u BiH korišten je održivi model zasnovan na DEX metodi. Promatrani poljoprivredno turistički objekti imaju svoje prednosti i nedostatke. Na kvalitetama je potrebno graditi konkurentsku prednost, dok je nedostatke potrebno ukloniti.

Budući da ova vrsta turizma pruža turistima mogućnost sudjelovanja u svim aktivnostima na ovim objektima (Choo & Petrick, 2013), potrebno je da agroturistički objekti omoguće aktivno uključivanje turista u život na poljoprivrednom gospodarstvu. Kroz ovo uključivanje prezentiraju se kultura i

običaji, a turisti se educiraju o načinu života na ruralnim područjima. Zbog toga je ova vrsta turizma sve popularnija među gradskim stanovništvom (Zhou, 2014). Osim mogućnosti aktivnog uključivanja turista, potrebno je omogućiti turistima konzumiranje lokalne hrane i pića, koji su, kao što se može vidjeti iz rezultata, dostupni na svim promatranim objektima. Kroz pružanje ovih proizvoda turistima utječe se na poboljšanje prihoda i životnog standarda lokalnog stanovništva.

Rezultati su pokazali da svi sadržaji imaju vrlo dobre kulturne i prirodne resurse. Na temelju tih prednosti potrebno je stvarati konkurentnost na tržištu. Da bi objekti bili konkurentniji, moraju se više usredotočiti na razvoj ekoloških standarda i korištenje obnovljivih izvora energije. Pored toga, potrebno je organizirati razne manifestacije u tim objektima kako bi privukli turiste i na taj način bi se poboljšali socijalni čimbenici.

Nijedan objekt nije dobio ocjenu "vrlo dobro". Da bi dobio ovu ocjenu, svaki od promatranih objekata mora više pažnje posvetiti poboljšanju turističke ponude. Ponuda agroturizma u BiH trebala bi se temeljiti na prirodnim i kulturnim prednostima.

Aktivnosti agroturizma zahtijevaju napore lokalne zajednice da privuku pažnju potencijalnih turista kroz planirane događaje i razrađene turističke proizvode (Folorunso Adeyinka-Ojo & Khoo-Lattimore, 2013). Sva poljoprivredna gospodarstva moraju surađivati s lokalnom zajednicom i zajedno planirati određene događaje i manifestacije kako bi se dobio cjeloviti turistički proizvod. S ovakvim proizvodom turisti će biti zadovoljni i zbog kvalitete usluge će željeti ponovno posjetiti ove objekte. Na taj način se jača turizam u lokalnim zajednicama i povećava konkurentnost tih zajednica. Uz to, turistima treba pružiti priliku da se vrate u ona područja odakle potječu njihovi preci. Upravo to što privlači turiste svojim mirnim okruženjem i nostalgijom, razdvaja agroturizam od ostalih oblika turizma (Christou i sur., 2018). Svi objekti moraju dati raznovrsnije sadržaje i trebaju prezentirati stare običaje kako bi turisti kroz jačanje socijalnog čimbenika dobili nova iskustva.

Da bi se poboljšala konkurentnost agroturističke ponude u BiH, potrebno je razmotriti dobre i loše strane objekata koji su uzeti kao uzorak. Na ovom uzorku su prikazane smjernice, što treba napraviti kako bi se poboljšala konkurentnost ovih objekata i lokalne zajednice. Turističku ponudu treba graditi na prednostima kojima raspolažu ovi objekti, a potrebno je ispraviti loše stvari kako bi se dobio sveobuhvatan turistički proizvod koji će biti privlačan turistima. Sveobuhvatan turistički proizvod privlači turiste da ponovno posjete određite (Reitsamer i sur., 2016).

Na temelju provedenog istraživanja zaključeno je da BiH ima dobre temelje za razvoj agroturizma jer ima dobre resurse kojima se može koristiti. Neophodno je ojačati svijest vlasnika objekata o važnosti turizma za njih. Nakon toga potrebno je više ulagati u infrastrukturu, jer se pokazalo da postoje objekti koji imaju male smještajne kapacitete. Da bi se razvio agroturizam, potrebno je razviti i infrastrukturu, jer ako jedan od objekata postane turistički atraktivan,

mora svima pružiti potrebne sadržaje. Potrebno je uložiti više sredstava u marketinške aktivnosti, jer nemaju svi promatrani objekti web stranice, tako da su nevidljivi potencijalnim posjetiteljima iz drugih zemalja ili drugih dijelova BiH. Događa se da turisti nisu upoznati s turističkom ponudom ovih objekata. Pored toga, potrebno je provesti i druge aktivnosti planiranja radi daljnjeg jačanja agroturizma u BiH.

6. ZAKLJUČAK

U ovom istraživanju korišten je multikriterijski model za procjenu trenutne ponude agroturizma u BiH na nasumično odabranim objektima. Model je formiran s ciljem da se sagleda trenutna situacija kako bi se pružile smjernice za razvoj agroturizma u BiH. Pri ocjenjivanju agroturističkih objekata korištena je stručna procjena. Tijekom vrednovanja turističke ponude u BiH, od ukupnog broja odabrano je šest objekata uz pomoć slučajnog uzorka.

Korišteni model je pokazao dobre karakteristike u evaluaciji ponude agroturizma u BiH, a model bi se mogao koristiti u mjerenju trenutne situacije i u ostalim vrstama turizma. Međutim, da bi to bilo moguće, ovaj model treba prilagoditi karakteristikama pojedinih vrsta turizma. Zbog toga je potrebno unaprijediti model u budućim istraživanjima koja će poslužiti kao temelj za poboljšanje turizma.

Korištenjem ovog modela dobiveni su rezultati koji su pokazali da su agroturistički objekti Marica Gaj, Pećanin, Čardaklija i Matuško dobili ocjenu "dobro", dok su objekti Ćosić i Kovačević dobili ocjenu "srednja". Daljnjom analizom istraženi su negativni aspekti, a to su primjena ekoloških standarda na njima i upotreba obnovljivih izvora energije. Dobre strane ovih objekata su kulturni i prirodni resursi kojima raspolažu. Prednosti objekata moraju se graditi na tržišnoj konkurentnosti, a nedostaci moraju biti otklonjeni kako bi agroturizam u BiH bio privlačniji potencijalnim turistima.

Provedeno istraživanje već je dalo dobar temelj za promociju agroturizma u BiH. Dobiveni rezultati pridonijeli su razumijevanju trenutne ponude u tim objektima. Na temelju dobivenih rezultata potrebno je poboljšati ponudu agroturizma kako bi se ovi objekti učinili atraktivnijim za turiste. Na temelju rezultata istraživanja, vlasnici ovih objekata i država trebaju provesti određene aktivnosti u svrhu poboljšanja poslovnih rezultata, poboljšanja životnog standarda u tim područjima i zadržavanja mladih u ruralnim područjima. Model bi se trebao primijeniti na ostale objekte koji nisu obuhvaćeni ovim istraživanjem kako bi se dobila detaljnija slika stanja agroturizma u BiH.

LITERATURA

Ainley, S. (2014). A Phenomenological Study of Agritourism Entrepreneurship on Ontario Family Farms. *Tourism Planning & Development*, 11(3), 317–329. doi:10.1080/21568316.2014.890128

Barbieri, C. (2013). Assessing the sustainability of agritourism in the US: a comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 252–270. doi:10.1080/09669582.2012.685174

Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms. *Sociologia Ruralis*, 48(2), 166–183. doi:10.1111/j.1467-9523.2008.00450.x

Barbosa, L. G. M., Oliveira, C. T. F. d. & Rezende, C. (2010). Competitiveness of tourist destinations: the study of 65 key destinations for the development of regional tourism. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1067–1095. doi: 10.1590/S0034-76122010000500004.

Boys, K. A., DuBreuil White, K., & Groover, G. (2017). Fostering rural and agricultural tourism: exploring the potential of geocaching. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1474–1493. doi: 10.1080/09669582.2017.1291646

Broccardo, L., Culasso, F., & Truant, E. (2017). Unlocking Value Creation Using an Agritourism Business Model. *Sustainability*, 9(9), 1618. doi: 10.3390/su9091618

Choo, H., & Petrick, J. F. (2013). Resource Exchanges for Agritourism Service Encounters. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(7), 770–780. doi:10.1080/19368623.2013.723996

Christou, P., Poljoprivredno gospodarstvoki, A., & Evangelou, G. (2018). Nurturing nostalgia?: A response from rural tourism stakeholders. *Tourism Management*, 69, 42–51. doi: 10.1016/j.tourman.2018.05.010

Chuang, S.-T. (2011). Residents' Attitudes Toward Rural Tourism in Taiwan: a Comparative Viewpoint. *International Journal of Tourism Research*, 15(2), 152–170. doi:10.1002/jtr.1861

Folorunso Adeyinka-Ojo, S., & Khoo-Lattimore, C. (2013). Slow food events as a high yield strategy for rural tourism destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(4), 353–364. doi: 10.1108/whatt-03-2013-0012

Gao, J., & Wu, B. (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism Management*, 63, 223–233. doi: 10.1016/j.tourman.2017.04.003

Gil Arroyo, C., Barbieri, C., & Rozier Rich, S. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, 39–47. doi:10.1016/j.tourman.2012.12.007

Hung, W.-T., Ding, H.-Y., & Lin, S.-T. (2015). Determinants of performance for agritourism farms: an alternative approach. *Current Issues in Tourism*, 19(13), 1281–1287. doi:10.1080/13683500.2015.1037254

Karampela, S., & Kizos, T. (2018). Agritourism and local development: Evidence from two case studies in Greece. *International Journal of Tourism Research*, Online first, doi:10.1002/jtr.2206

- Khanal, A. R., & Mishra, A. K. (2014). Agritourism and off-farm work: survival strategies for small farms. *Agricultural Economics*, 45(S1), 65–76. doi:10.1111/agec.12130
- Kim, B. (2010). Agri-Tourism and its Internationalization Strategy. *International Area Review*, 13(2), 3–19. doi:10.1177/223386591001300201
- Kline, C., Barbieri, C., & LaPan, C. (2015). The Influence of Agritourism on Niche Meats Loyalty and Purchasing. *Journal of Travel Research*, 55(5), 643–658. doi:10.1177/0047287514563336
- Lun, L.-M., Pechlaner, H., & Volgger, M. (2016). Rural Tourism Development in Mountain Regions: Identifying Success Factors, Challenges and Potentials. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17(4), 389–411. doi: 10.1080/1528008x.2015.1096754
- Maksimović, A., Grgić, Z., Puška, A., Šakić Bobić, B., & Čejvanović, F. (2018). Primjena višekriterijskog odlučivanja za izbor optimalne sorte jabuke za sjeverozapadnu regiju BiH. *Journal of Central European Agriculture*, 19(3), 740–759. doi: 10.5513/JCEA01/19.3.2062
- Pavlović, M., Cerenaka, A., Pavlović, V., Rozman, Č., Pažek, K., & Bohanec, M. (2011). Development of DEX-HOP multi-attribute decision model for preliminary hop hybrids assessment. *Computers and Electronics in Agriculture*, 75(1), 181–189. doi: 10.1016/j.compag.2010.11.002
- Prevolšek, B., Maksimović, A., Puška, A., Pažek, K., Žibert, M., & Rozman, Č. (2020). Sustainable Development of Ethno-Villages in Bosnia and Herzegovina-A Multi Criteria Assessment. *Sustainability*, 12(4), 1399. doi: 10.3390/su12041399
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. doi:10.1016/j.tourman.2009.08.001
- Puška, A., Šadić, S., Maksimović, A. & Stojanović, I. (2020). Decision support model in the determination of rural touristic destination attractiveness in the Brčko District of Bosnia and Herzegovina. *Tourism and Hospitality Research*, online first, doi: 10.1177/1467358420904100
- Puška, A., Stojanović, I., Maksimović, A. (2019). Evaluation of sustainable rural tourism potential in Brcko district of Bosnia and Herzegovina using multi-criteria analysis. *Operational Research in Engineering Sciences: Theory and Applications (ORESTA)*, 2(2), 40–54, doi: 10.31181/oresta1902039p
- Rozman, Č., Maksimović, A., Puška, A., Grgić, Z., Pažek, K., Prevolšek, B., & Čejvanović, F. (2017). The Use of Multi Criteria Models for Decision Support System in Fruit Production. *Erwerbs-Obstbau*, 59(3), 235–243. doi: 10.1007/s10341-017-0320-3
- Rozman, Č., Potočnik, M., Pažek, K., Borec, A., Majkovič, D., & Bohanec, M. (2009). A multi-criteria assessment of tourist farm service quality. *Tourism Management*, 30(5), 629–637. doi: 10.1016/j.tourman.2008.11.008
- Sadowski, A., & Wojcieszak, M. M. (2019). Geographic differentiation of agritourism activities in Poland vs. cultural and natural attractiveness of destinations at district level. *PLOS ONE*, 14(9), e0222576. doi: 10.1371/journal.pone.0222576
- Sgroi, F., Donia, E., & Mineo, A. M. (2018). Agritourism and local development: A methodology for assessing the role of public contributions in the creation of competitive advantage. *Land Use Policy*, 77, 676–682. doi: 10.1016/j.landusepol.2018.06.021

Steel, G. (2012). Local encounters with globetrotters. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 601–619. doi: 10.1016/j.annals.2011.08.002

Stubelj Ars, M., Bahovec, M., (2010). Towards the ecotourism: A decision support model for the assessment of sustainability of mountain huts in the Alps. *Journal of Environmental Management*, 91(12), 2554–2564. doi: 10.1016/j.jenvman.2010.07.006

Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, 33(1), 215–224. doi:10.1016/j.tourman.2011.02.005

Topolansky Barbe, F., Gonzalez Triay, M., & Häufe, C. (2016). The competitiveness of the Uruguayan rural tourism sector and its potential to attract German tourists. *Competitiveness Review*, 26(2), 166–187. doi: 10.1108/cr-06-2015-0050

Veeck, G., Hallett, L., Che, D., & Veeck, A. (2016). The Economic Contributions of Agricultural Tourism in Michigan. *Geographical Review*, 106(3), 421–440. doi:10.1111/j.1931-0846.2016.12161.x

Zhou, L. (2014). Online rural destination images: Tourism and rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4), 227–240. doi: 10.1016/j.jdmm.2014.03.002

Adis Puška, PhD

Institute for Scientific Research and Development Brčko District BiH
E-mail: adispuska@yahoo.com

Aleksandar Maksimović, PhD

Assistant Professor
Institute for Scientific Research and Development Brčko District BiH
E-mail: a.maksimovic22@gmail.com

Zoran Grgić, PhD

Full Professor
University of Zagreb
Faculty of Agriculture
E-mail: zgrgic@agr.hr

Branka Šakić Bobić, PhD

Assistant Professor
University of Zagreb
Faculty of Agriculture
E-mail: bsakic@agr.hr

IMPROVING COMPETITIVENESS OF AGRITOURISM IN BOSNIA AND HERZEGOVINA BY USING THE DECISION SUPPORT MODEL

Abstract

Agritourism as a term occurred in the early 20th century. The main reason for introducing agritourism was to obtain better income and better living standards for the rural population. The aim of this paper is to assess the sustainable agritourism offer in Bosnia and Herzegovina (BiH) and thus provide guidelines for improving the competitiveness of this type of tourism in BiH. To reach this aim, this two-step study was conducted. The first step was to assess the current situation, and the second step was to provide guidelines for the development of this type of tourism in BiH. The assessment of the current state of agritourism was made using the DEX (Decision EXpert) method and expert decision-making using a decision-making model with sustainability criteria. A random sample of 6 facilities in BiH was selected, evaluated by experts who gave the current state of agritourism in these facilities. The obtained results have shown that each object has its advantages and disadvantages. The greatest disadvantage in all facilities is the (non)application of environmental standards, while the advantages are in the form of cultural and natural resources. Each facility must remedy the disadvantages and use its best characteristics to build market competitiveness.

Keywords: Agritourism, Bosnia and Herzegovina, DEX method, expert rating, sustainability

JEL classification: L83, Q01 Q10, C29