



UNIVERZITET U BANJOJ LUCI
POLJOPRIVREDNI FAKULTET



**ANALIZA PRUŽALACA USLUGA
U RURALNOM TURIZMU REPUBLIKE SRPSKE**

MASTER RAD

Mentor:

Prof. dr Gordana Rokvić Knežić

Kandidat:

Nikolina Pronj, dipl. inž. polj.

Banja Luka, 2024. godine



UNIVERSITY OF BANJA LUKA
FACULTY OF AGRICULTURE



**ANALYSIS OF SERVICE PROVIDERS
IN RURAL TOURISM OF THE REPUBLIC OF SRPSKA**

MASTER THESIS

Mentor:

Prof. dr Gordana Rokvić Knežić, PhD

Candidate:

Nikolina Pronj, B.Sc. Agr.

Banja Luka, 2024.

Članovi komisije imenovani Odlukom Nastavno-naučnog vijeća Poljoprivrednog fakulteta Univerziteta u Banjoj Luci broj 10/3.2242-13.7.2/24 od 09.09.2024. godine za ocjenu i odbranu master rada kandidata Nikoline Pronj, dipl. inž. poljoprivrede, studenta II ciklusa studija na studijskom programu Agrarna ekonomija i ruralni razvoj, smjer Ruralni razvoj I, na temu “Analiza pružalaca usluga u ruralnom turizmu Republike Srpske”:

1. dr Vesna Mrdalj, vanredni profesor,

Univerzitet u Banjoj Luci,

Poljoprivredni fakultet, predsjednik

2. dr Gordana Rokvić Knežić, redovni profesor,

Univerzitet u Banjoj Luci,

Poljoprivredni fakultet, mentor - član

3. dr Tamara Stojanović, vanredni profesor,

Univerzitet u Banjoj Luci,

Poljoprivredni fakultet, član

Datum odbrane: 23.12.2024. godine

ANALIZA PRUŽALACA USLUGA U RURALNOM TURIZMU REPUBLIKE SRPSKE

Nikolina Pronj, dipl. inž. poljoprivrede

SAŽETAK

Ruralni razvoj, kao jedna od oblasti regionalne i poljoprivredne politike, ključan je instrument za restrukturiranje poljoprivrednog sektora, sa zadatkom da usmjeri i strateški iskoristi potencijal turistički atraktivnih sela Republike Srpske. U Republici Srpskoj, ruralni turizam predstavlja značajan segment turističke ponude koji obuhvata različite oblike kao što su: agroturizam, sportsko-rekreativni turizam, gastronomski, banjski, eko-etno turizam i planinski turizam. Razvoj ruralnog turizma u Republici Srpskoj, trebalo bi da doprinese, očuvanju seoske sredine, kulturne baštine, ali i da ekonomski osnaži i motiviše lokalno stanovništvo da ostane, živi i radi u seoskim predjelima.

Cilj ovog rada je analiza pružalaca usluga u ruralnom turizmu Republike Srpske kako bi se prikazalo trenutno stanje. Primjenom metode anketiranja, korištenjem strukturiranog upitnika, obavljeno je istraživanje na području opštine Srbac koje prikazuje stanje i stavove subjekata o uslovima i pružanju turističkih/ugostiteljskih usluga za 2024. godinu. Istraživanje polazi od postavljene hipoteze da pružaoci usluga u ruralnom turizmu, čine lanac vrijednosti zasnovan na prirodnim i društvenim posebnostima ruralnih područja, te predstavljaju alat očuvanja ruralnih regija, njihovog okoliša te lokalnog stanovništva.

Rezultati istraživanja pokazuju da na području opštine Srbac postoji razvijen lanac vrijednosti u turizmu, počev od pristupačnosti opštine sa aspekta geografskog položaja i saobraćajne povezanosti, preko dostupnosti smještajnih kapaciteta, prirodnih i kulturnih atrakcija, ponude u gastronomiji i zanatskoj radinosti do zabave i rekreacije, odnosno različitih manifestacija koje se organizuju tokom godine. Za razvoj ruralnog turizma, neophodna je snažna strateška i finansijska podrška države.

Ključne riječi: Ruralni razvoj, poljoprivreda, Republika Srpska, ruralni turizam, održivi razvoj

Naučna oblast: Agrarna ekonomija i ruralni razvoj

Naučno polje: Poljoprivredne nauke

**ANALYSIS OF SERVICE PROVIDERS
IN RURAL TOURISM OF THE REPUBLIC OF SRPSKA**

Nikolina Pronj, BSc of Agriculture

SUMMARY

Rural development, as one of the areas of regional and agricultural policy, is a key instrument for the restructuring of the agricultural sector, with the task of directing and strategically utilizing the potential of the attractive tourist villages of the Republic of Srpska. In the Republic of Srpska, rural tourism represents a significant segment of the tourist offer, which includes various forms such as: agrotourism, sports-recreational tourism, gastronomic, spa, eco-ethnic tourism and mountain tourism. The development of rural tourism in the Republic of Srpska should contribute to the preservation of the rural environment, cultural heritage, but also to economically empower and motivate the local population to stay, live and work in rural areas.

The aim of this work is to analyze the service providers in the rural tourism of Republika Srpska in order to present the current situation. By applying the survey method, using a structured questionnaire, research was carried out in the area of the municipality of Srbac, which shows the state and attitudes of subjects regarding the conditions and provision of tourist/hospitality services for the year 2024. The research starts from the hypothesis that service providers in rural tourism form a value chain based on the natural and social peculiarities of rural areas and represent a tool for preserving rural regions, their environment and the local population.

The results of the research show that there is a developed value chain in tourism in the area of the municipality of Srbac, starting from the accessibility of the municipality in terms of geographical location and traffic connections, through the availability of accommodation facilities, natural and cultural attractions, offers in gastronomy and crafts to entertainment and recreation, i.e. different events that are organized throughout the year. For the development of rural tourism, strong strategic and financial support from the state is necessary.

Key words: Rural development, agriculture, Republic of Srpska, rural tourism, sustainable development

Scientific area: Agricultural economics and rural development

Scientifically field : Agricultural Sciences

SADRŽAJ

1. UVOD	8
2. PREGLED LITERATURE	10
2.1. DEFINISANJE OSNOVNIH POJMOVA U RURALNOM TURIZMU	10
2.2. FUNKCIJE RURALNOG TURIZMA	11
2.3. OBLICI RURALNOG TURIZMA	13
2.4. DEFINISANJE TURISTIČKE USLUGE I TURISTIČKOG LANCA VRIJEDNOSTI	14
3. CILJ I PREDMET ISTRAŽIVANJA	20
4. MATERIJALI I METODE ISTRAŽIVANJA	21
5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	22
5.1. ULOGA I ZNAČAJ RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI SRPSKOJ	22
5.2. KARAKTERISTIKE RAZVOJA TURIZMA OPŠTINE SRBAC	27
5.3. ANALIZA PRUŽALACA USLUGA U RURALNOM TURIZMU NA PODRUČJU OPŠTINE SRBAC	34
6. DISKUSIJA	47
7. ZAKLJUČAK	50
8. LITERATURA	52
9. BIOGRAFIJA KANDIDATA	55
10. PRILOZI	56

POPIS TABELA

Tabela 1. Lanac vrijednosti turističkih proizvoda Republike Srpske	18
Tabela 2. Pregled razvoja turizma u Republici Srpskoj.....	24
Tabela 3. Broj dolazaka turista po vrsti mjesta	24
Tabela 4. Broj noćenja turista prema klasifikaciji djelatnosti.....	26

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Struktura turističkih mjesta prema posjećenosti, 2023. godina	25
Grafikon 2. Struktura turističkih kapaciteta prema djelatnosti i ukupnom broju noćenja turista, 2023. godina.....	26
Grafikon 3. Struktura pružalaca turističkih/ugostiteljskih usluga na području opštine Srbac	34
Grafikon 4. Struktura pružalaca usluga turizma prema stepenu razvijenosti poslovanja	35
Grafikon 5. Učešće porodice u poslovima pružanja usluga	36
Grafikon 6. Struktura turističkih objekata prema mogućnosti noćenja.....	36
Grafikon 7. Vrste podsticaja iskorištenih od strane turističkih subjekata	37
Grafikon 8. Učešće pružalaca turističkih usluga na sajmovima/manifestacijama	38
Grafikon 9. Saradnja pružalaca turističkih usluga sa turističkom organizacijom	38
Grafikon 10. Usluga prehrane u objektu	39
Grafikon 11. Struktura ponude prehrambenim proizvodima u okviru turističkih objekata	39
Grafikon 12. Struktura pružalaca turističkih usluga prema mogućnosti kupovine domaćih proizvoda ili suvenira u objektu	40
Grafikon 13. Struktura pružalaca turističkih usluga prema radnom vremenu domaćinstva/objekta	41
Grafikon 14. Struktura turista prema mjestu dolaska.....	41
Grafikon 15. Struktura turističkih objekata prema prosječnoj dužini noćenja gostiju	42
Grafikon 16. Struktura turista prema godišnjim dobima posjeta	43
Grafikon 17. Struktura pružalaca usluga u turizmu prema ukupnom broju posjetioca u toku godine.....	43
Grafikon 18. Informisanost posjetioca o turističkim/ugostiteljskim uslugama.....	44
Grafikon 19. Stavovi pružalaca turističkih usluga o Srpcu kao mjestu za poslovanje.....	44

1. UVOD

Kretanja ljudi i objedinjavanje svih aktivnosti koje su važne turistima u procesu zadovoljavanja potreba na putovanjima uticali su na nastanak jedne od najrazvijenijih privrednih grana današnjice-turizma. Bolji uslovi života i rada, povećavanje kulturnog nivoa stanovništva, doprinjeli su ubrzanom razvoju putovanja i „izmještanju turizma“ iz ograničenog prostora (užih društvenih krugova) i dostupnosti širim slojevima ljudi. Turizam kao globalni fenomen postaje djelatnost koja je poprimila globalne dimenzije (Čerović S., 2009).

Raznovrsna definisanja ruralnih sredina, utiču i na mnoge razičite definicije ruralnog turizma. Prema svjetskoj turističkoj organizaciji, ruralni turizam je vrsta turističke aktivnosti koja je povezana sa širokim spektrom poizvoda povezanih sa različitim aktivnostima, zasniva se na ruralnim stilom života koji se odvija izvan urbanih sredina sa niskom gustom naseljenosti stanovništva, tradicionalnim načinom života, dominantnom poljoprivrednom proizvodnjom i prirodnom okolinom.

Ruralni turizam podrazumjeva ne samo turizam na seoskim domaćinstvima ili agroturizam, već i određene odmore u prirodi, izlete u seoske predjele, boravišni turizam i usluge. Osim smještaja uključuje i manifestacije, razne festivale, rekreaciju, proizvodnju i prodaju ručnih radova, zanatskih proizvoda, poljoprivrednih proizvoda i druge oblike turističke ponude u ruralnim područjima.

Cilj istraživanja je da se analizom podataka potvrdi ili odbaci glavna hipoteza, od koje se pošlo u istraživanju, a to je da pružaoci usluga u ruralnom turizmu, čine lanac vrijednosti zasnovan na prirodnim i društvenim posebnostima ruralnih područja, te predstavljaju alat očuvanja ruralnih regija, njihovog okoliša te lokalnog stanovništva. Dokazivanje postavljene hipoteze provodiće se na primjeru studije slučaja ruralnog turizma opštine Srbac u Republici Srpskoj.

Značaj istraživanja ogleda se u dobijanju preciznih podataka koji su vezani za motive, potencijale i realne mogućnosti opštine Srbac kao turističke destinacije u Republici Srpskoj, sa ciljem unapređenja sektora usluga i postizanja konkurentske prednosti Srpca kao turističke destinacije u odnosu na njene konkurente na tržištu.

Struktura master rada odgovara ciljevima istraživanja, prati njihov sadržaj i u funkciji je glavne hipoteze od koje se polazi u radu. Master rad "Analiza pružalaca usluga u ruralnom turizmu Republike Srpske" obuhvata više međusobno povezanih dijelova sa kvantitativnim pokazateljima i rezultatima istraživanja.

Sam rad je koncipiran tako da se u prvom uvodnom dijelu definišu osnovni pojmovi vezani za cilj i značaj istraživanja, te da se predstavi struktura rada po poglavljima.

U drugom dijelu rada dat je pregled literature kroz definisanje osnovnih pojmova u ruralnom turizmu, funkcije ruralnog turizma, oblici ruralnog turizma, te definisanje turističkih usluga i pružalaca turističkih usluga, navođenjem rezultata istraživanja različitih samostalnih radova autora.

U trećem dijelu rada predstavljen je predmet istraživanja.

Četvrti dio rada odnosi se na obrađene metode i materijal koji je korišten prilikom istraživanja i pisanja rada, kao i dobijeni rezultati prilikom sprovedene ankete.

U petom poglavlju predstavljeni su rezultati analize trenutnog stanja ruralnog turizma u Republici Srpskoj, kao i analiza prikupljenih podataka na osnovu sprovedene ankete na području opštine Srbac shodno postavljenoj hipotezi.

Šesto poglavlje odnosi se na diskusiju u kojoj je obrazložena i potvrđena postavljena hipoteza.

Zaključna razmatranja data su na samom kraju rada uz preporuke za budući razvoj turizma na području opštine Srbac u ovoj oblasti.

2. PREGLED LITERATURE

2.1. Definisiranje osnovnih pojmova u ruralnom turizmu

Za definisanje turizma, neophodno je obuhvatiti sve elemente društvenog i ekonomskog karaktera turizma. Iz toga proizilazi brojnost definicija, jer je veoma teško obuhvatiti sve elemente koji ga čine, ali se često razlikuju i aspekti sa kojih se želi postaviti odgovarajuća definicija.

Početak razvoja ruralnog turizma nazire se od 11. i 12. vijeka, a njegov razvoj nastavlja se u 18. vijeku, kada je imućnije stanovništvo moglo priuštiti privilegiju odmora u ruralnim predjelima, a krajem 18. vijeka pridružuje im se i srednja klasa koja je željela odmor u prirodi. U drugoj polovini 19. vijeka, Švicarska je postala cilj turističkih putovanja kada je ruralni turizam u inkrementu jer raste potražnja za penjanjem, zdravstvenim tretmanima i pješaćenjem (Demonja, 2012).

Zahvaljujući razvoju turizma brojni proizvođači i kreatori usluga su međusobno uslovljeni jedni drugima, ali su, u isto vrijeme, i različiti prostori i ekonomsko geografske cjeline međusobno povezani. Zahvaljujući pojavi turizma mnogi, do tada, neproduktivni prostori postaju prirodna dobra. Osim toga, brojni spomenici kulture, kao i prirodne rijetkosti dobijaju prometnu vrijednost zahvaljujući turističkim kretanjima.

Kako navodi Jovičić (1982): „Prema tome, pored visoke tačke saturacije turističke potrebe, istovremenost „proizvodnje i potrošnje“ je primarno svojstvo turističkog prometa. To je, takođe, važan momenat za karakterisanje, sa stanovišta društvene podjele rada i njegovog uticaja na specifično transformisanje lične u produktivnu potrošnju“. Sve ovo uticalo je na razvoj turizmologije kao nauke koja treba da nam da i brojna teoretska shvatanja, odnosno koja treba da ima i svoje posebne discipline.

Ruralni turizam lociran je u ruralnim područjima, utemeljen na malom preduzetništvu, na prostoru u direktnom kontaktu sa prirodom, koji se zasniva na tradicionalnim aktivnostima, naslijeđu i dozvoljava učestvovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva, osigurava lični kontakt, povezan s lokalnim porodicama, različitih vrsta, predstavlja kompleksan uzorak ruralnog okruženja, istorije, lokaliteta i ekonomije, sa visokim učešćem turističkog prihoda koji koristi lokalnoj zajednici (Defilippis, 2005).

Za turizam, kao većini poznat pojam, postoje različite definicije te različita pojašnjenja. Jedna definicija iz 1954. godine, koja je prihvaćena od strane Međunarodnog udruženja turističkih eksperata, glasi da je turizam skup odnosa i pojava, koje nastaju kao rezultat putovanja i posjete nekom mjestu, s uslovom da taj boravak ne postane stalno prebivalište te da se s tim boravkom ne povezuje nikakva privredna djelatnost.

Ruralni turizam može se definisati i kao turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na turističkom mjestu, a kao njegove najvažnije karakteristike izdvajaju se (Ružić, 2009):

- očuvani okoliš;
- mirna sredina;
- odsutnost buke i vibracija;
- domaća hrana;
- komunikacija sa domaćinima;
- upoznavanje seljačkih poslova.

2.2. Funkcije ruralnog turizma

Kroz razvoj ruralnog turizma omogućava se uključenost žena u rad u seoskim domaćinstvima, smanjuje se broj nezaposlenog stanovništva, a samim tim i pospješuje razvoj lokalno-ekonomskih zajednica.

Prema definiciji turizma, turizam je skup odnosa i pojava koje proizilaze iz putovanja i boravka turista izvan svog domicilnog mjesta stanovanja što upućuje na složenu društveno-ekonomsku pojavu, jer ju karakterizuje višestruka funkcionalnost. Iako se funkcije turizma isprepliću, postoji način da ih karakterizujemo u dvije kategorije, ekonomsku i neekonomsku (društvenu) kategoriju, odnosno funkciju. (Bartoluci i saradnici, 2011).

Pomenute funkcije zavise jedna o drugoj, međusobno se nadopunjuju i u uzročno posljedičnom su odnosu. Uz pomoć ekonomskih funkcija ostvaruje se privreda i privredni razvoj.

Neekonomske funkcije doprinose humanističkim vrijednostima turizma, ne donose privredu ni materijalnu korist, ali unapređuju čovjekove sfere života, kako obrazovne tako i zdravstvene funkcije.

Alfier (1994) razlikuje društvene funkcije turizma, u koje ubraja: zdravstvenu, odgojnu, kulturnu i političku funkciju. Posebno ističe ulogu turizma u zapošljavanju, ulogu turizma u valorizaciji neiskorištenih prirodnih resursa. Ljudi će ostvariti turističko putovanje, radi zadovoljenja svojih potreba i time se kreira turistički proizvod koji se sastoji od raznovrsnih usluga. Te usluge mora neko realizovati što znači da se otvaraju nova radna mjesta. Takođe se moraju podstaknuti turisti da posjete upravo tu turističku destinaciju aktivirajući do sada neaktivne resurse. Ekonomske funkcije se bez neekonomskih funkcija ne bi mogle postići, jer bez čovjekovog motiva za putovanjima nema razvoja privrede, a čovjek prvenstveno kreće na svoj odmor radi zadovoljenja svojih potreba, bile one sportsko-rekreacijskog tipa, kulturno-obrazovnog ili zdravstvenog sadržaja.

Kad se dakle ima na umu da rekreacijske funkcije turizma, motivišu glavninu tokova turističkog prometa, postaje jasno da neekonomske funkcije uveliko utiču i na ekonomski razvoj što omogućuje razvoj turizma. Ako neko mjesto, područje ili zemlja ne pruža istodobno turistima rekreacijske uslove, onda se ne može očekivati ni da djeluju ekonomske funkcije turizma, pa ni privredni razvoj zasnovan ili ojačan putem turizma. (Bartoluci i sar. 2011). Misli se na one turiste koji nisu preduzeli turističko putovanje motivisani isključivo rekreacijskim motivima, ali ako vide rekreacijske elemente u turističkoj ponudi, mogu biti privučeni istima iako nisu zbog toga prvenstveno došli.

Ekonomska funkcija utiče i na cirkulaciju dohotka jedne zemlje. Sama raspodjela ostvarenog dohotka, utiče na ponašanja turista tokom putovanja koja se razlikuju od uobičajnog svakodnevnog života, ogleda se u drugačijem stilu života, načinu ishrane turista, stanovanja, upražnjavanju razonode u mjestu privremenog boravka. (Njegovan, 2016).

2.3. Oblici ruralnog turizma

Ruralni turizam predstavlja različite i složene oblike turizma koji se nalaze isključivo u ruralnim sredinama, te se razvijaju u prirodnom okruženju i selima. Kao glavni ruralni oblik izdvaja se agroturizam, te slijede ostali oblici ruralnog turizma kao što su (Berardi, 2010):

- sportsko-rekreacijski,
- avanturistički,
- kulturni,
- gastronomski,
- ekoturizam,
- aktivnosti u prirodi (rekreacija i odmor),
- edukacijski,
- zdravstveni,
- enogastronomski,
- kamping,
- lovni,
- ribolovni,
- nostalgičarski,
- poslovni,
- rekreacijski,
- rezidencijalni turizam,
- tranzitni,
- vinski,
- vjerski,
- zavičajni,
- nautički i
- turizam zaštićenih dijelova prirode.

Ovi oblici turizma odvijaju se isključivo izvan gradskog jezgra, na ruralnim područjima i međusobno se razlikuju zbog obilježja i atrakcijskih činioca svakog područja, te nastaju iz posebnosti i resursa koje nudi samo područje.

2.4. Definisanje turističke usluge i turističkog lanca vrijednosti

Ovaj rad ima namjeru da ukaže i na potrebu definisanja pojma usluga i proizvoda u turizmu, ali i da se ukaže na određene dileme i neslaganja oko upotrebe ovih termina u teoriji i praksi. S obzirom na karakter rada, veća pažnja će se posvetiti predstavljanju rezultata istraživanja turističkih usluga u odnosu na one koji se odnose na usluge u ostalim uslužnim djelatnostima.

U pokušaju objašnjavanja, pa samim time i razumijevanja turističke aktivnosti, veoma je važno proučiti proizvođače, odnosno kreatore, zatim vrijednosti koje se formiraju (unutar proizvoda i usluga) i razmjenjuju, kao i konzumente određenog proizvoda ili usluge. To važi za sve djelatnosti, pa, samim time i turističke. Centralno mjesto na tržištu pripada proizvodima i uslugama, kao dijelu ponude organizacija u turizmu. Svakako da određene aktivnosti u turizmu ne bi ni postojale da tu ne postoje određene pretpostavke vezane za prirodna i društvena dobra. Zahvaljujući njima razvile su se i određene aktivnosti koje smo nazvali turističkim jer su uglavnom namijenjene posjetiocima koji tu dolaze da zadovolje određene potrebe, a koje smo nazvali turistima. Turistima je najvažniji osjećaj zadovoljstva, oni ne stvaraju već se koriste određenom uslugom, te se stvaraju prihodi u okviru turističkih destinacija i preduzeća koja pružaju usluge turistima.

U turističkom privređivanju ne postoji predmet rada pa time ni roba (opredmećeni rad). Turizam ne učestvuje u stvaranju društvenog proizvoda. Ali, investiranje u turizam i zapošljavanje donosi dohodak. Na taj način, turizam može imati određeni ekonomski značaj.

Turista je, prije svega, korisnik, a ne i tvorac (stvaralac) usluge. Karakteristika usluge će zavistiti prije svega od potrebe korisnika i želje i mogućnosti da se ona razriješi. Osobe, kada promijene mjesto boravka, postaju turisti i dok god koriste uslugu ili proizvod van mjesta stalnog stanovanja i privređivanja može se govoriti o turističkim uslugama ili proizvodima.

Turisti idu ka mjestu pružanja usluge ili proizvodnje određenih dobara i po tome se turistička usluga koja im se pruža, ili proizvod koji im se nudi razlikuje od svake druge usluge i proizvoda. Kod usluga u turizmu radi se o objedinjenoj usluzi (ugostiteljskoj, saobraćajnoj, vodičkoj i sl.), to jest usluzi karakterističnoj po tome što je dobila naziv prema korisniku, a ne pružaocu usluga. Kod turizma je usluga (pa i sam turizam) dobila naziv po njenom potrošaču, što je izdvaja od usluga u drugim djelatnostima. Usluge su objedinjene u ličnosti potrošača, te su po njemu i dobile naziv.

Samo tako objedinjene mogle su biti nazvane turističkim. Koji će obim usluga biti iskorišćen zavisi od samog pojedinca, odnosno njegovih potreba i platežnih sposobnosti.

Kada je u pitanju turistička usluga najvažnije je pitanje kako će turista doživjeti boravak. Tako možemo utvrditi da u osnovi svake turističke ponude stoje doživljaji koje turista stiže konzumirajući uslugu.

I na kraju, za termin turističke usluge mogla bi se koristiti formulacija, pretežno nematerijalno (fizički neopipljivo) stvaralaštvo namijenjeno zadovoljenju potreba turista, a koje je nastalo kao rezultat interakcije nosioca ponude i konzumenata prilikom putovanja i boravka posjetilaca jednog ili više turističkih odredišta.

Turističko mjesto, može se posmatrati u užem i širem smislu (Marković, S. i Z., 1970):

- **Turistička mjesta u užem smislu** odnose se na naselja, bez obzira na njihovu veličinu, kod kojih je u sezoni izražen priliv turista, da oni privremeno sačinjavaju značajan dio stanovništva određenog mjesta, te koja su zainteresovana za turističku privredu.
- **Turistička mjesta u širem smislu** su ona mjesta koja su za turiste naročito privlačna, te ih oni posjećuju u većem broju i u toku više godina, obično u istim periodima tokom godine, a koja svojim uređenjem i opremljenošću omogućuju kako prihvatanje i boravak turista, tako i ostvarenje znatnog dijela svog dohotka.

Osnova razvoja turističkih mjesta počiva na receptivnim faktorima koji uključuju prirodne uslove, radom stvorene materijalne objekte i ljudski rad.

Sama podjela receptivnih faktora vrši se sa stanovišta onih koji na direktan način učestvuju u pružanju turističkih usluga i predstavljaju osnovu turističke privrede određenog mjesta, isto tako i sa stanovišta onih koji se na indirektan način uključuju u ovaj proces, ali nisu u stanju da efektuiraju svoje usluge, već to čine preko direktnih faktora (Unković, Zečević, 2009).

Direktnim turističko-receptivnim faktorima se smatraju:

- objekti za smještaj turista, osobito hotelijerstvo;
- objekti koji pridonose raznovrsnijem sadržaju boravka, kao što su objekti i ustanove kulturnog, zabavnog, sportskog i ostalog rekreacionog karaktera i sadržaja;
- ugostiteljske radnje, koje turistima pružaju prehranu, piće i razonodu;
- trgovinske radnje;
- zanatske radnje i servisi;
- poštanski i telekomunikacioni uređaji;
- sredstva komunalnog saobraćaja;
- socijalne turističke djelatnosti i službe;
- turistički biro i druge odgovarajuće službe turističke organizacije.

Indirektnim receptivnim faktorima se smatraju:

- javni ukrasni objekti kao što su vodotoci, fontane, skulpture;
- vodosnabdijevanje, kanalizacioni sistemi, ostala infrastruktura;
- parkovi, šetališta, obalni putevi, vidikovci;
- putevi, javna parkirališta;
- uređaji za iluminaciju, zgrada, spomenika i sl.

Kapaciteti za smještaj i ishranu turista predstavljaju najznačajniji receptivni faktor ili bar osnovu pružanja turističkih usluga, te utiču na obim turističkog prometa u konkretnom turističkom mjestu. Sama djelatnost pružanja usluga smještaja i ishrane svrstava se u ugostiteljstvo, a ono obuhvata hotelijerstvo i restoraterstvo.

Pored osnovnog predmeta djelatnosti, ugostiteljstvo u objektima koji su namjenjeni smještaju turista često proširuje svoju ponudu, nudeći različite oblike zabave i razonode, različite informacije, kao i druge neophodne usluge kao što su prodaja raznih suvenira, doček i prevoz gostiju, iznajmljivanje opreme za sport i rekreaciju, te mogućnost smještaja kućnih ljubimaca i slično.

Ugostiteljstvo za smještaj čini hotelijerstvo i smještaj u kampovima i ostalim objektima za smještaj kao što su: apartmani, prenoćišta, kuće za odmor, sobe za iznajmljivanje, svratilišta i druga odmarališta.

Hotel je smještajni objekat koji veličinom može biti manjeg sadržaja, porodično vođen i većeg sadržaja kada je obično dio međunarodnih lanaca u vlasništvu velikog broja dioničara. (Berc-Radišić, 1999).

Prema WTO-u, hotel je smještajni objekt u kojem se usluge smještaja pružaju u određenom broju soba koji pruža određene usluge, uključujući čišćenje i pospremanje soba i prostorija za ličnu higijenu gostiju, posluživanje u sobama, koji je kategorizovan prema uslugama i opremi koje nudi, te kojim upravlja jedinstveni menadžment (Bunja, 2007).

Turističko naselje odnosi se na smještajni objekt za pružanje usluga smještaja, a takođe i pružanja drugih dostupnih usluga i raznih sadržaja koji će turistima omogućiti ugodan i kvalitetan odmor, te zadovoljiti njihove osnovne potrebe tokom boravka u naselju. Smještajnim objektima koji se mogu nalaziti unutar turističkog naselja, treba poslovati ugostitelj koji posluje u tom turističkom naselju. U turističkom naselju mogu se nalaziti smještajni objekti kao što su: hotel, aparthotel i/ili kamp koji se kategorizuju zasebno. (Cerović i sar., 2005).

Pansioni su smještajni objekti u kojima gosti osim usluga smještaja imaju mogućnost prehrane, recepcije i drugih ugostiteljskih usluga. Smještajne jedinice mogu biti sobe, porodične sobe ili hotelski apartmani.

Turistički apartmani spadaju u kategoriju hotela, a opremljeni su i definišu se kao smještajni objekti koji gostima pružaju usluge smještaja u smještajnim jedinicama uz mogućnost samostalnog pripremanja obroka.

Tabela 1. Lanac vrijednosti turističkih proizvoda Republike Srpske

Pristupačnost i prevoz	Aerodrom, autobusi i agencije koje se bave iznajmljivanjem automobila, informacije, saobraćajni znakovi i putokazi, turistička signalizacija
Smještaj	Hoteli, moteli, pansioni, ruralni smještaj, kampovi i dr.
Resursi, iskustva i doživljaji i aktivnosti	Priroda i sportsko-rekreativni sadržaji, kultura i nasljeđe Avantura (zemlja, vazduh, voda), banje i lječilišta Kultura, istorija, arheologija, religija
Usluge turistima	Informativni centri i turistički vodiči
Gastronomija i vina	Restorani, autentična hrana i vinski turizam
Zanati	Tkalje, metalni, drveni i drugi tradicionalni zanati
Manifestacije i festivali	Kulturne
Zabava i rekreacija	Kafići, barovi, klubovi, trgovine, vodeni parkovi, kuglane, joga, organizacije i centri za meditaciju

Izvor: Strategija razvoja turizma Republike Srpske 2021-2027. godina

Turistički lanac vrijednosti podrazumijeva cjelokupni doživljaj i iskustva turista vezanih uz njihovo turističko putovanje, te se pod turističkim doživljajem smatra sveukupno iskustvo turista od motiva i planiranja putovanja pa sve do post prodajnih impresija. (Bakan, R.2017).

Dakle, turistički lanac vrijednosti započinje posmatranjem turističke destinacije i prikupljanjem informacija o samoj turističkoj destinaciji prije polaska na putovanje, nakon čega je bitno donijeti odluku o kupovini turističkog aranžmana nekog putovanja. Potom slijedi realizacija putovanja do tačke odredišta, pri čemu se stavlja fokus na dobrodošlicu turista, smještajne kapacitete, raspoložive resurse, gastronomiju, zabavu, rekreaciju, prostor i okolinu.

Razvoj turizma ima pozitivne efekte na regionalnu ekonomiju tj. na razvoj proizvodnje i zaposlenosti lokalne radne snage uz iskorišćavanje lokalnih resursa.

Prikaz turističkih potencijala pokazuje raznovrsnost prirodnih i antropogenih turističkih resursa, što čini solidnu osnovu za razvoj različitih oblika turizma: kulturni, manifestacioni, sportsko rekreativni, seoski i vjerski. Izuzetno su pogodni uslovi za razvoj seoskog i rekreativnog turizma s obzirom na očuvanu prirodu, čist vazduh, gastronomiju, kulturno nasljeđe, mogućnost odmora, šetnju i rekreaciju.

Ruralni turizam je dio ruralne ekonomije, naučne oblasti koja se veže za razvoj ekonomije seoske sredine i njenu samoodrživost. U ruralnim područjima mogu se razvijati lovni i ribolovni turizam, vjerski, te različiti oblici avanturističkog, sportsko-rekreativnog, manifestacionog i sličnih oblika turizma. Ponuda turističkih proizvoda na turističkom tržištu, utemeljenog na ključnim elementima pomenutih vidova turizma, podrazumjeva vrednovanje ukupnih ruralnih potencijala.

Na ovaj način ruralni turizam postaje pokretačka snaga ukupnog ruralnog razvoja. (Strategija razvoja turizma Republike Srpske za period od 2011-2020. godine). Najznačajnije karakteristike ruralnog turizma su: očuvani okoliš, mirna sredina, dobra komunikacija sa domaćinima, domaća tradicionalna hrana i cijeli niz turističkih usluga koje se mogu pružati na ruralnom prostoru.

3. CILJ I PREDMET ISTRAŽIVANJA

Cilj ovog rada je analiza pružalaca usluga u ruralnom turizmu Republike Srpske.

U ovom radu istražuje se ruralni turizam, s aspekta njegovih posebnosti i turističke percepcije, te različitih pružalaca usluga na području Republike Srpske.

Ruralni turizam, odnosi se na turizam koji se odvija u ruralnim područjima izvan gradskih sredina. Vešan je za prirodne resurse određenog područja, koji obuhvata veliki broj turističkih aktivnosti, na kojem živi stanovništvo sa dominantnim korišćenjem zemljišta u poljoprivredne svrhe i na kojem su društvena struktura, tradicija i običaji, dijelom sačuvani.

U turističke usluge ubrajaju se: turističko-agencijske usluge, ugostiteljske usluge, sportski lov i ribolov, iznajmljivanje motornih vozila i plovila, kao i usluge turističkih putovanja i izleta u zemlji i inostranstvu. Takođe, pod turističkim uslugama podrazumijevaju se i usluge zdravstveno-rekreativnog turizma.

U poslovima obavljanja turističkih usluga, uključen je sve veći broj subjekata koji pružaju turističke usluge. Razvojem turizma daje se na značaju turističkim agencijama, koje nastoje da pored posredničkih i agencijskih funkcija, sve češće samostalno pružaju turističke usluge u svoje ime i za svoj račun.

U radu se polazi od sljedeće postavljene hipoteze kojom se tvrdi: ***da pružaoci usluga u ruralnom turizmu, čine lanac vrijednosti zasnovan na prirodnim i društvenim posebnostima ruralnih područja, te predstavljaju alat očuvanja ruralnih regija, njihovog okoliša te lokalnog stanovništva.***

Dokazivanje postavljene hipoteze provodiće se na primjeru studije slučaja ruralnog turizma opštine Srbac u Republici Srpskoj.

4. MATERIJALI I METODE ISTRAŽIVANJA

Za izradu master rada korišteni su primarni i sekundarni izvori podataka. Kao sekundarni izvori podataka poslužile su informacije prikupljene iz stručnih radova i literature o navedenoj temi. Geografsko-istorijskom metodom istraživanja dobijeni su podaci na nivou opštine Srbac: geografski položaj, agroekološke karakteristike te stanje u oblasti turizma na području opštine.

U svrhu prikupljanja primarnih izvora podataka, kreirana je anketa za analizu stavova subjekata o uslovima i pružanju turističkih/ugostiteljskih usluga na području opštine Srbac za 2024. godinu, pomoću koje se došlo do odgovora na postavljenu hipotezu kojom se tvrdi da pružaoci usluga u ruralnom turizmu, čine lanac vrijednosti zasnovan na prirodnim i društvenim posebnostima ruralnih područja, te predstavljaju alat očuvanja ruralnih regija, njihovog okoliša te lokalnog stanovništva.

Anketa je izvršena direktnim kontaktom između ispitanika i ispitivača, te je anketu ispunilo 30 ispitanika koji pružaju turističke usluge na području opštine Srbac, uključujući hotel, motele, restorane i privatna domaćinstva, kamp i kućice za odmor.

Korišćeni su indikatori ruralnog razvoja prema OECD metodologiji i to grupe indikatora koje se odnose na stanovništvo i socijalno blagostanje i jednakost. Ocjenjivan je ukupan broj radno sposobnog stanovništva u sektoru turizma, razvijenost poslovanja, elementi kvaliteta života po pitanju pristupa turističkoj infrastrukturi, posjećenost turista kulturnim sadržajima i manifestacijama, mogućnosti unapređenja poslovnog okruženja i dr.

Nakon sprovedene ankete, za obradu dobijenih podataka korišten je Microsoft Excel, alat Microsoft Office, a pomoću grafičkog prikaza predstavljeni su dobijeni rezultati.

Kao pružaoci usluga u ruralnom turizmu uzeti su u obzir svi raspoloživi kapaciteti za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga na području Opštine Srbac uzimajući u obzir da je kompletna teritorija opštine ruralna (sa gustom stanovništvom ispod 150 stanovnika/km²), te da su postojeći kapaciteti ograničenog obima te se ne mogu podvesti pod kategoriju masovnog turizma.

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

5.1. Uloga i značaj ruralnog turizma u Republici Srpskoj

Republika Srpska jedan je od dva entiteta u Bosni i Hercegovini. Nalazi se u jugoistočnoj Evropi, tačnije na zapadnom dijelu Balkanskog poluostrva, te ukupne površine od 24.641 km², čini 49% teritorije Bosne i Hercegovine. (Strategija razvoja turizma Republike Srpske 2021-2027).

Prema popisu stanovništva iz 2013. godine, na teritoriji Republike Srpske rasprostranjeno je oko 1,3 miliona stanovnika, a glavni grad Republike Srpske je Banja Luka. Prema teritorijalnoj organizaciji teritoriju Republike Srpske čini deset gradova (Banja Luka, Istočno Sarajevo, Prijedor, Doboj, Bijeljina, Trebinje, Zvornik, Gradiška, Laktaši i Derвента) i 55 opština.

Republika Srpska ima veoma bogatu kulturnu baštinu, sa mnogim kulturno-istorijskim znamenitostima, manastirima i crkvama. Prepoznatljiva je po prirodnim ljepotama, uključujući planine (Kozara, Jahorina, Zelengora, Treskavica, Romanija, Ozren i druge) sa ogromnim šumskim bogatstvom.

U planinskim predjelima, posebno su značajni nacionalni parkovi kao što su Nacionalni park Sutjeska koji gazduje bogatim lovištima, Nacionalni park Kozara poznat kao mjesto održavanja časova istorije i novozaštićeno područje Nacionalni park Drina koji predstavlja stanište biljnih vrsta naročito Pančićeve omorike.

Pored bogate mreže rijeka, (Sava, Vrbas, Bosna, Drina, Una, Sana i dr.), Republika Srpska je poznata po termalnim izvorima, naročito u mjestima kao što su Banja Luka, Teslić i Višegrad. Ova termomineralna izvorišta predstavljaju osnovu za razvoj banjskog turizma koja privlače posjetioce iz okoline i regiona.

Republika Srpska ima bogate prirodne resurse i veliki turistički potencijal, a među najznačajnijim oblicima turizma izdvajaju se:

- Agroturizam,
- Planinski turizam,
- Banjski turizam,
- Vjerski turizam,
- Avanturistički turizam,
- Eko turizam i
- Gastronomski turizam.

Ruralni turizam obuhvata čitav spektar aktivnosti i usluga koje organizuje ruralno stanovništvo. Zasnovan je na principima održivosti i nudi elemente ruralnog okruženja i prirode, ali i predstavlja tradicionalnu gostoljubivost i životne vrijednosti lokalnog stanovništva (Strategija razvoja turizma Republike Srpske, 2021-2027). Ono što čini ruralni turizam tako jedinstvenim jeste kontakt sa ovakvom prirodom, kao i lični kontakt sa lokalnim stanovnicima.

Ruralni turizam usredsređuje se na očuvanje prirodnih resursa i daje podršku očuvanju seoskih tradicionalnih zanata kao turističke atrakcije. Jedan od osnovih ciljeva ruralnog turizma je da ruralnom stanovništvu obezbjedi dodatnu zaradu u ruralnim sredinama, a time poboljša njegov životni standard i smanji migracije stanovništva ka većim gradovima.

U zemljama sa razvijenom turističkom ponudom, izražena je sve veća pažnja koja je usmjerena ka razvoju ne samo ruralnog turizma koji danas čini jednu od važnih komponenti, već i ukupnog održivog razvoja ruralnih regiona.

Tabela 2. Pregled razvoja turizma u Republici Srpskoj

Godina	Sobe	Ležaji	Dolasci turista			Noćenja turista		
			ukupno	domaći	strani	ukupno	domaći	strani
2019	5 051	10 740	400 268	181 401	218 867	972 855	466 815	506 040
2020	5 017	10 653	190 271	123 966	66 305	531 447	335 624	195 823
2021	5 238	11 134	295 038	175 763	119 275	748 275	478 830	269 445
2022	5 395	11 768	439 781	217 634	222 147	1 036 569	547 534	489 035
2023	5 427	12 074	481 041	200 976	280 065	1 112 306	480 729	631 577

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srpske

Posmatrajući period 2020. godine u odnosu na 2019. godinu po broju dolazaka i noćenja, uočljiv je pad broja domaćih i stranih turista, što je uzrokovano pandemijom virusa korona, a posmatrajući period od 2021. godine pa zaključno sa proteklom godinom uočljiv je trend porasta broja turista, naročito u pogledu noćenja na području Republike Srpske, što ukazuje da posjećenost turista opravdava sliku da Republika Srpska ima kvalitetnu i raznovrsnu osnovu za uspješan rast i razvoj turizma.

Tabela 3. Broj dolazaka turista po vrsti mjesta

		Ukupno	Banjska mjesta	Planinska mjesta	Ostala turistička mjesta ¹	Ostala mjesta ²
UKUPNO	2019	400 268	65 866	61 927	257 001	15 454
	2020	190 271	37 232	43 942	102 565	6 532
	2021	295 038	49 229	48 206	173 573	24 030
	2022	439 781	63 701	59 031	284 337	32 712
	2023	481 041	63 261	56 822	327 564	33 394
DOMAĆI TURISTI	2019	181 401	36 761	36 051	103 069	5 520
	2020	123 966	28 671	27 416	63 708	4 171
	2021	175 763	39 063	29 482	90 153	17 065
	2022	217 634	44 541	32 243	120 977	19 873

¹ Ostala turistička mjesta su druga mjesta koja posjeduju atraktivne faktore (npr. klimatske, zatim kulturno-istorijske spomenike i sl.), riječna i jezerska mjesta i dr, a koja se ne mogu razvrstati u naprijed navedena mjesta.

² Ostala mjesta su sva ostala mjesta koja se ne mogu razvrstati ni u jednu od prethodnih grupa, a raspolažu ugostiteljskim objektima za smještaj.

	2023	200 976	33 508	28 483	119 947	19 038
STRANI TURISTI	2019	218 867	29 125	25 876	153 932	9 934
	2020	66 305	8 561	16 526	38 857	2 361
	2021	119 275	10 166	18 724	83 420	6 965
	2022	222 147	19 160	26 788	163 360	12 839
	2023	280 065	29 753	28 339	207 617	14 356

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srpske



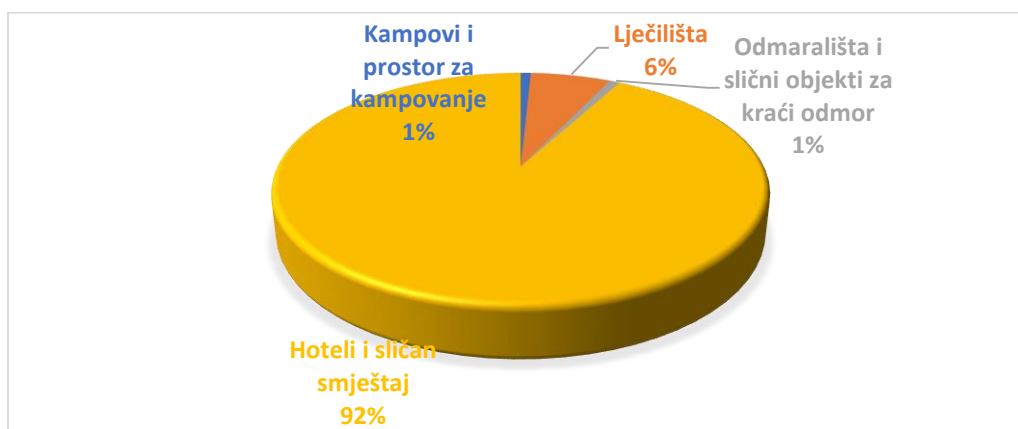
Grafikon 1. Struktura turističkih mjesta prema posjećenosti, 2023. godina

Prema pogledu ostvarenih dolazaka turista na području Republike Srpske znatno je veća posjećenost stranih turista u odnosu na domaće turiste. U protekloj 2023. godini uočljiv je visok postotak turista koji su posjetili ostala turistička mjesta njih 68,1%, banjska mjesta je posjetilo 13,2%, nešto manja posjećenost turista planinskim mjestima 11,8%, a svega 6,9% je posjetilo ostala mjesta.

Tabela 4. Broj noćenja turista prema klasifikaciji djelatnosti

UKUPNO	2019	2020	2021	2022	2023
	972 855	531 447	748 275	1 036 569	1 112 306
Hoteli i sličan smještaj	860 838	476 451	658 304	936 941	1 023 835
Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	11 621	4 663	7 014	9 731	9 042
Kampovi i prostor za kampovanje	8035	4 026	8 041	11 153	9 107
Lječilišta	92 361	46 307	74 916	78 744	70 322
DOMAĆI TURISTI	466 815	335 624	478 830	547 534	480 729
Hoteli i sličan smještaj	381 529	288 970	400 690	468 924	417 259
Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	4 383	2 675	3 331	4 213	3 106
Kampovi i prostor za kampovanje	1 306	1 076	1 849	1 580	1 203
Lječilišta	79 597	42 903	72 960	72 817	59 161
STRANI TURISTI	506 040	195 823	269 445	489 017	631 577
Hoteli i sličan smještaj	479 309	187 481	257 614	468 017	606 576
Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	7 238	1 988	3 683	5 518	5 936
Kampovi i prostor za kampovanje	6 729	2 950	6 192	9 573	7 904
Lječilišta	12 764	3 404	1 956	5 927	11 161

Izvor: Zavod za statistiku Republike Srpske



Grafikon 2. Struktura turističkih kapaciteta prema djelatnosti i ukupnom broju noćenja turista, 2023. godina

U pogledu noćenja turista prema klasifikaciji djelatnosti uočljiv je trend tendencije rasta i domaćih i stranih turista, a naročito stranih. U odnosu na prethodne godine izražena je posjećenost turista po broju ostvarenih noćenja u protekloj 2023. godini, te hoteli i sličan smještaj ostvarili su posjećenost od 92,1%, zatim lječilišta 6,3%, a dok je zastupljenost kampova i prostora za kampovanje i odmarališta jednaka sa 0,8%.

5.2. Karakteristike razvoja turizma opštine Srbac

Kao osnovni nosioci razvoja turizma opštine Srbac mogu se istaći Turistička organizacija opštine Srbac, te pravna lica i subjekti koji se na području opštine bave turističkom djelatnošću ili su na drugi način nosioci turističke ponude (hotel, moteli, ugostiteljska preduzeća, turističke agencije, sportska, kulturna i druga udruženja i organizacije).

Na teritoriji opštine mogu se prepoznati sljedeći resursi u turizmu i naznačiti kao potencijalni za razvoj u bliskoj budućnosti (Strategija razvoja opštine Srbac, 2022-2028):

- prirodni resursi: močvarno-barski rezervat Bardača, planina Motajica, rijeke Vrbas i Sava te lov i ribolov;
- kulturno - istorijska baština: vjerski objekti, arheološka nalazišta;
- manifestacije i
- turistička infrastruktura.

Područje opštine Srbac pripada regionu umjereno-kontinentalne klime sa toplim ljetima i relativno blagim zimama, što pogoduje razvoju različitih vidova poljoprivredne proizvodnje. U pogledu klimatskih faktora nema značajnijih razlika između brdskog i ravničarskog dijela opštine (župski i ljevčanski dio).

Najveći dio područja opštine, oko dvije trećine, je brdovito-brežuljkastog reljefa, dok su ostalo plodne ravnice. Najviša nadmorska visina na području opštine je na planini Motajici (vrh Gradina) i iznosi 652 m, a najniža tačka od 89 m je na lokalitetu Vlakničkog polja. Izdižući se kao ostrvo iz Savske nizine, Motajica dominira ovim područjem. Ova niska planina ima nekoliko vrhova iznad 500 m nadmorske visine, a najviši su: Gradina (652 m.n.v.), Lipaja (643 m.n.v.) i Oštraja (521 m.n.v.).

Područje srbačke opštine obiluje vodom. Njenom teritorijom protiču dvije velike rijeke – Vrbas i Sava, čije se ušće nalazi nedaleko od samog centra Srpa. Hidrografsku mrežu prostora opštine Srbac, pored Vrbasa i Save čine još i njihove pritoke (Matura, Povelich, Ina, Savica, Lepenica i Osovica). Na nekim dijelovima Vrbas napušta svoj osnovni tok i korito, stvarajući tako veliki broj starača (mrtvaja). Geološka građa i pedološki pokrivač, nizak reljef i obilje vode čija je izdan plitka (blizu površine), utiče na povremeno izlivanje voda. Više naselja formirano je složenim

hidrotehničkim radovima na isušivanju močvarnog prostora od kraja 19. do kraja 20. vijeka čijim su uređenjem stvoreni uslovi za naseljavanje i poljoprivredu. Povoljan geografski položaj, reljef, te hidrografija i klima, omogućili su intenzivan razvoj i održavanje biljnog i životinjskog svijeta na ovom području.

Močvarni kompleks Bardača obuhvata istoimeno naselje i vještačka jezera ribnjaka smještena u sjeveroistočnom dijelu Lijevča polja. Poznata je i u svijetu cijenjena kao rijedak rezervat prirode i rekreaciono ekološko područje, te 2. februara 2007. godine proglašena je „ramsarskim mjestom“ odnosno uvrštena je na svjetsku listu zaštićenih močvarnih područja od međunarodnog značaja.

Nakon privatizacije Ribnjaka Bardača i davanja pod koncesiju većeg dijela teritorije ovog kompleksa, priroda ovog područja je prilično devastirana, a od nekadašnjih 11 danas postoje samo 2 jezera.

Bardača je poslednjih decenija izgubila svoj nekadašnji značaj ali su zadržani neki od sadržaja, turističkih proizvoda i usluga, kao što su: ribolov, lov, gastro ponuda, staze za šetnju, škole u prirodi, đačke ekskurzije, razne manifestacije, izletnički turizam sakupljanje ljekovitog bilja, i dr.

Jedna od najpoznatijih manifestacija na Bardači je Gastro fest koji okuplja hiljade posjetilaca i na ovaj način podiže turizam na viši nivo, takođe područje Bardače čuveno je i po lovištu na divlje patke, fazane, prepelice i druge ptice.

Vodotoci i starače su bogati raznim vrstama bijele ribe: šaran, mrena, klen, linjak, štuka, crvenperka, som idr., što pruža mogućnosti za bavljenje ribolovom. Bardača danas predstavlja raj za ribolovce i posjetioce željne mira i tišine.

Na prostoru Bardače nalazi se turističko-ugostiteljski kompleks Konoba i bazeni Bardača koji u svojoj ponudi ima restoran tradicionalne kuhinje kapaciteta oko 150 mjesta. U ljetnim danima na raspolaganju je vanjski olimpijski bazen, staze za šetnju, dječije igralište i prostor za piknik.

Planina Motajica predstavlja najomiljenije mjesto izletnika i ljubitelja prirode. Idealna je za razvoj lovnog turizma jer raspolaže velikim šumskim bogatstvom. Veoma je bogata bjelogoričnom šumom, a naročito se ističe nadaleko poznata hrastova i bukova šuma. Tu su još grab, lipa, cer, a u nižim predjelima pored riječnih tokova: topola, vrba, joha, jasen, bagrem. Šume i proplanci obiluju ljekovitim biljem, šumskim plodovima, kao i raznim vrstama jestivih gljiva (vrganj, bukovača, hrastovača, lisičarka, rujnica, sunčanica, paprenjača idr.).

Pored mogućnosti za razvoj lovnog turizma, pruža uslove i za razvoj sportsko-rekreativnog turizma, izletničkog turizma, odmor, šetnju i planinarenje.

Na prostoru planine Motajice nalazi se nekoliko uređenih pješačkih staza, izletišta i kampova od kojih se izdvajaju izletišta „Gradina“, izletišta „Zlatibor“, izletišta „Ljeskov Konak“ u Kocima, a najatraktivnije i najposjećenije destinacije su „Etno kamp Platane“ i „Konačište Durova“ u selu Gornja Lepenica, te turistički kompleks „Krug ljubavi“ u selu Nožičko.

Gornja Lepenica, je smještena u podnožju planine Motajice, na udaljenosti od 17 km od Srpca, na tromeđi gradova Dervente i Prnjavora, te opštine Srbac. Od sela Gornja Lepenica preko planine Motajice vodi asfaltni put do Manastira Osovica koji je udaljen oko 6 km.

Posljednjih nekoliko godina značajan segment u razvoju turizma opštine Srbac predstavlja vjerski turizam, zahvaljujući Manastiru Osovica koji privlači sve veći broj posjetilaca.

Manastir Osovica se nalazi na obroncima planine Motajice, na ušću potoka Manastirica u rječicu Osovicu u naselju Nova Ves. Od Srpca, koji je administrativni centar opštine, udaljen je oko 27 km. Do manastira se može doći magistralnim putem Srbac-Derventa gdje se u naselju Nova Ves skreće na lokalni asfaltni put koji vodi do manastira.

Ostaci Manastira koji datira iz 14. vijeka pronađeni su 2003. godine kada su i počela sistematska iskopavanja lokaliteta, a 2010. godine počela je izgradnja sadašnjeg manastira. Danas se manastirski kompleks sastoji od saborne crkve posvećene Blagovjestima presvete Bogorodice, kapele Vaskrsenja Hristovog kao i kapele Svetog Nikolaja Mirpikijskog u zvoniku, zimske crkve posvećene Svetom Prokopiju i pratećih manastirskih objekata.

U sabornoj crkvi se nalazi ikona, jedne od naših najvećih svetinja, Presvete Bogorodice Trojeručice, koja je dar Svete Carske Lavre manastira Hilandar manastiru Osovica. U sklopu Manastira postoji i pješačka staza za šetnju kao i spomenik posvećen majci.

Značajan segment turističke ponude opštine Srbac čine i manifestacije. U toku godine organizuje se čitav niz turističkih manifestacija pod pokroviteljstvom JU Turističke organizacije opštine Srbac i drugih subjekata.

„Srbačka džipijada“ (maj)

Of rovd sekcija ronilačkog kluba „Žabac“ iz Srpeca, tradicionalno organizuje manifestaciju Srbačka džipijada. Manifestacija obuhvata takmičarski dio u okviru otvorenog prvenstva Republike Srpske i predstavljanje profesionalnih vozača-krosera iz cijele Bosne i Hercegovine i regiona.

„Srbačka biciklijada“ (maj)

Manifestacija predstavlja jednodnevno rekreativno druženje biciklista. Odvija se na relaciji Srbac - Manastir Osovica u džini od oko 55 km. Broj učesnika se kreće oko 250-300 biciklista različitih uzrasta. Organizator manifestacije je Turistička organizacija opštine Srbac i Biciklistički klub Srbac.

„Bik Fest“ (jun)

Manifestacija je prvi put organizovana 2018. godine u selu Sitneši, a želja organizatora je da vrata duh prošlih vremena kada su se organizovali zborovi i seoska prela, zbog čega je u program manifestacije uvršten koncert folklora i igranka u društvenom domu, a glavna kulinarska atrakcija je pečenje bika na ražnju.

„Likovno ekološka kolonija Bardača“ (jul)

Ovo je najstarija likovna kolonija u Bosni i Hercegovini. Osnovana je 1984. godine u Prirodnom rezervatu Bardača i njen rad nije nikada prekidan. U dosadašnjem radu kolonije nastao je veliki broj umjetničkih dijela velike vrijednosti od kojih mnoge krasi institucije Republike Srpske.

„Urban fest“ (jul)

U organizaciji Udruženja žena Srbac od 2021. godine organizuje se muzički festival „Urban fest“ u sklopu kog se organizuju nastupi mnogobrojnih pop-rok bendova uz bogatu ponudu uličnih štandova sa hranom, pićem i proizvodima Udruženja žena Srbac.

„Srbačka regata“ (jul)

Manifestacija predstavlja spust čamcima niz rijeku Vrbas od sela Kukulje do Srpca i nije takmičarskog karaktera. Organizuje se sa ciljem širenja svijesti o značaju zaštite vodotoka i očuvanja zdrave prirodne sredine. Održava se od 2005. godine, a okuplja oko 100-150 učesnika odnosno, oko 30-40 čamaca.

„Srbačka motorijada“ (avgust)

Manifestacija koja okuplja ljubitelje motora i moto sporta. Učesnici su bajkeri iz velikog broja evropskih zemalja, a okupi više stotina učesnika. U sklopu druženja se organizuju i rok koncerti na otvorenom, te brojni drugi zabavni sadržaji.

„Gastro fest Srbac - Bardača“ (septembar)

Centralna aktivnost manifestacije je gastronomsko takmičenje u pripremanju ribljeg paprikaša i jela od piletine, a pored takmičarskog dijela u sklopu manifestacije se održava i mini sajam proizvođača domaće hrane i pića, narodnih rukotvorina i suvenira, prezentacija i degustacija domaće hrane i kulturno umjetnički program. Cilj manifestacije je promocija privrednih grana, ribogojstva i peradarstva, koji predstavljaju svojevrsan brend opštine te promocija turističkog lokaliteta Močvarnog kompleksa Bardača i njegove ponude. Na manifestaciji učesvuje oko 400 učesnika i izlagača i više hiljada posjetilaca.

„Srbački Miholjdanski vašar“ (12.- 15. oktobar)

Vašar u Srpcu se održava preko 100 godina. U toku tri dana, koliko traje, obilježava se slava i dan opštine Srbac tako da se organizuju brojni kulturni i zabavni sadržaji. Kako nalaže tradicija u sklopu vašara se organizuje i zabavni park za djecu te brojni štandovi sa raznom robom, hranom i pićem.

Od smještajnih kapaciteta na području opštine Srbac najznačajniji su:

- **Hotel „Lanterna“** koji se nalazi u centru Srpca. Raspolaze sa 5 dvokrevetnih, 3 trokrevetne sobe i 2 apartmana. Ukupan kapacitet hotela je 30 kreveta. Hotel je počeo sa radom 2023. godine tako da su sve sobe namještene po najnovijim standardima.
- **Motel „Hrast“** smješten u širem centru Srpca. Raspolaze sa četiri sobe i dva apartmana. Ukupan kapacitet motela je 15 kreveta. U sklopu motela nalazi se restoran nacionalne kuhinje u kome možete uživati u specijalitetima domaće i strane kuhinje, kao i u širokom asortimanu pića.
- **Motel “Ćubić”** se nalazi na regionalnom putu Srbac-Prnjavor na tri kilometra udaljenosti od centra Srpca. Raspolaze sa 12 udobno namještenih soba od kojih su dva apartmana. Ukupan kapacitet motela je 30 kreveta. Sve sobe imaju mogućnost korištenja: klima uređaja, frigo bara, telefona, televizora i internet konekcije. Ugodan motelski restoran raspolaze sa 120 mjesta i ljetnom baštom, gdje gostima nudi specijalitete domaće i internacionalne kuhinje, te raspolaze salom za sastanke sa 50 sjedišta.

Od smještaja u seoskim područjima u selu Gornja Lepenica nalazi se **“Etno kamp Platane“** gdje u dva bungalova postoji 16 kreveta za smještaj, a u selu Nožičko registrovan je turistički kompleks **„Krug ljubavi“** u okviru firme „MB Impeks“, sa 22 ležaja u bungalovima.

„Etno kamp Platane“ okružen je bukovom i hrastovm šumom i smješten je odmah pored bistrog šumskog potoka. U svojoj ponudi ima dva bungalova za smještaj gostiju ukupnog kapaciteta 16 ležajeva, sportske terene za fudbal, odbojku, badmington, boćanje, stoni tenis, viseću kuglanu, kafe bar i prostor za roštilj. Za ljubitelje šetnje postoji obilježena planinarska staza koja vodi do vrha planine Motajice. Ovaj kamp je pogodan za održavanje sporstkih kampova, proslave rođendana, poslovne ručkove, školske izlete, sve vrste boravka u prirodi i sl. Kamp je udaljen 6 km od manastira Osovica do kojeg vodi asfaltirani šumski put tako da je idealan i za smještaj gostiju koji posjećuju ovaj manastir.

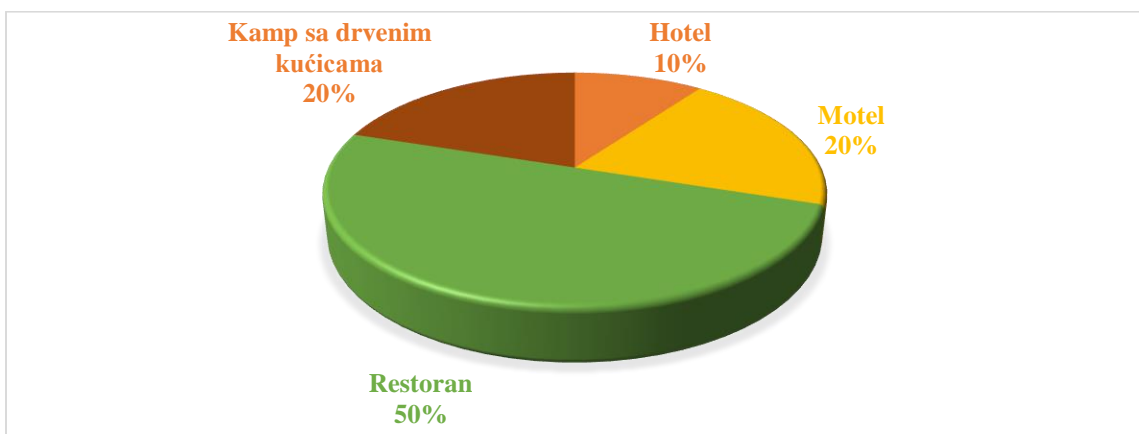
Turistički kompleks **“Krug ljubavi”** nalazi se u podnožju planine Motajice, u selu Nožičko, na površini od 45 hektara. Turistički centar okružen je voćnjacima koji zauzimaju najveći dio prostora. Izuzetan ambijent za odmor, sa ponudom kulinarskih specijaliteta, prenoćišta u drvenim kućicama, raznih rekreativnih aktivnosti i mogućnosti različitih radionica. Mjesto za odmor i relaksaciju. Za one koji vole aktivniji odmor u ponudi su sportski tereni za odbojku, fudbal, košarku, vožnju biciklom šumskim putevima koji se takođe mogu koristiti za šetnju, trčanje, stolni tenis, bilijar, pikado i stolni fudbal. Smještaj je u drvenim kućicama sa 8 dvokrevetnih i 2 trokrevetne prostorije. Svaka prostorija posjeduje kupatilo. Kuće su napravljene od prirodnih materijala i namještene su u starinskom duhu ovdašnje tradicije. Mjesto se može posjetiti uz prethodnu najavu.

5.3. Analiza pružalaca usluga u ruralnom turizmu na području opštine Srbac

Istraživanje sektora turizma na području opštine Srbac, provedeno je u mjesecu julu 2024. godine, s ciljem da se dođe do seta kvalitativnih i kvantitativnih informacija o poslovnoj klimi na području opštine Srbac.

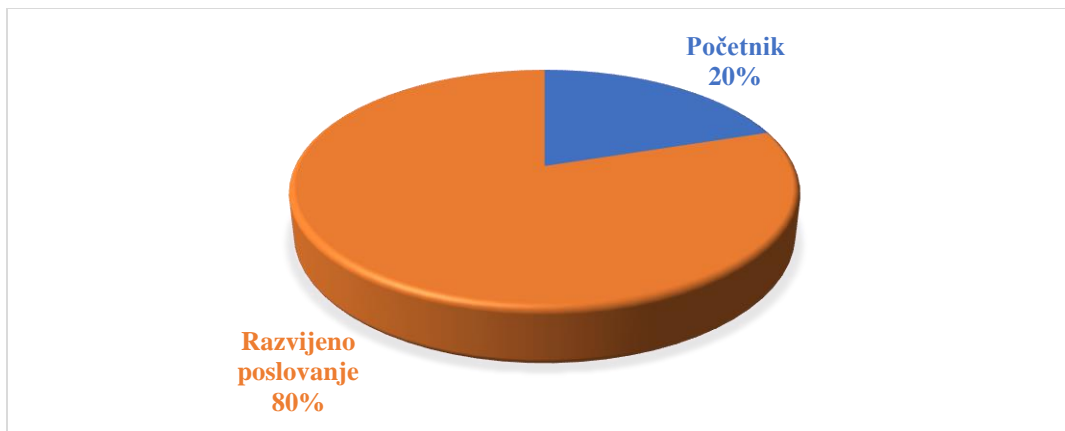
Kao što je pojašnjeno u metodologiji istraživanja, kao pružaoci usluga u ruralnom turizmu uzeti su u obzir svi raspoloživi kapaciteti za pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga na području Opštine Srbac uzimajući u obzir da je kompletna teritorija opštine ruralna (sa gustom stanovništvom ispod 150 stanovnika/km²), te da su postojeći kapaciteti ograničenog obima te se ne mogu podvesti pod kategoriju masovnog turizma.

U svrhu ovog istraživanja pripremljen je anketni upitnik, koji je dostavljen lično turističkim i ugostiteljskim objektima na području opštine putem terenske posjete. Imajući u vidu da su ovim istraživanjem obuhvaćeni svi subjekti koji pružaju turističke usluge i ugostiteljske usluge (restorani), možemo konstatovati da su dobijeni podaci dovoljno relevantni za opšti utisak o stavovima poslovnih subjekata o razvijenosti turizma na području opštine. Podaci u istraživanju su predstavljeni brojčano, procentualno, grafički i tekstualno u zavisnosti od složenosti pitanja, odnosno odgovora ispitanika.



Grafikon 3. Struktura pružalaca turističkih/ugostiteljskih usluga na području opštine Srbac

Najbrojniji pružaoci usluga su restorani koji su činili 50% ispitanika, zastupljenost kampova i motela jednaka je s 20% učešća, a zastupljenost hotela je najmanja i iznosi 10%.



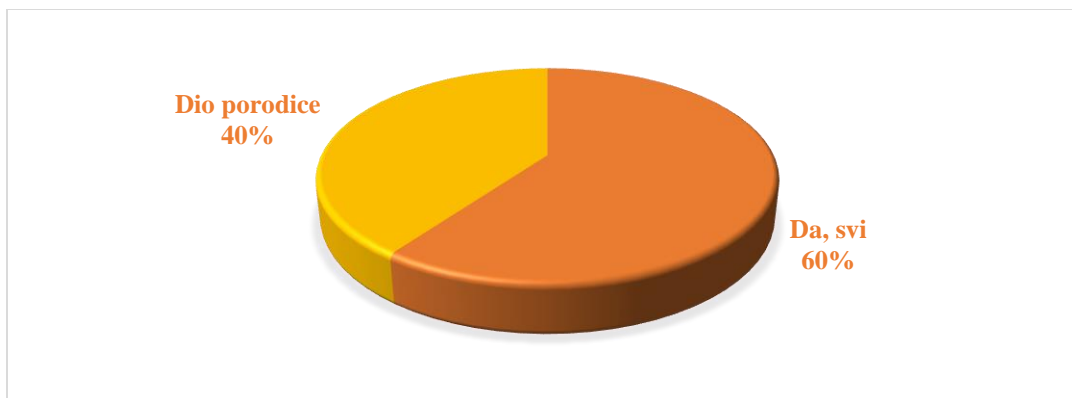
Grafikon 4. Struktura pružalaca usluga turizma prema stepenu razvijenosti poslovanja

Od svih ispitanika njih 80 % je odgovorilo da ima razvijeno poslovanje, dok je 20 % ispitanika tek u fazi razvoja ideje. Važne su im informacije koje mogu prikupiti na različitim stručnim savjetovanjima te na taj način lakše realizovati svoje ideje.

Na pitanje koji su bili Vaši razlozi za bavljenje turizmom ispitanici su naveli sljedeće motive:

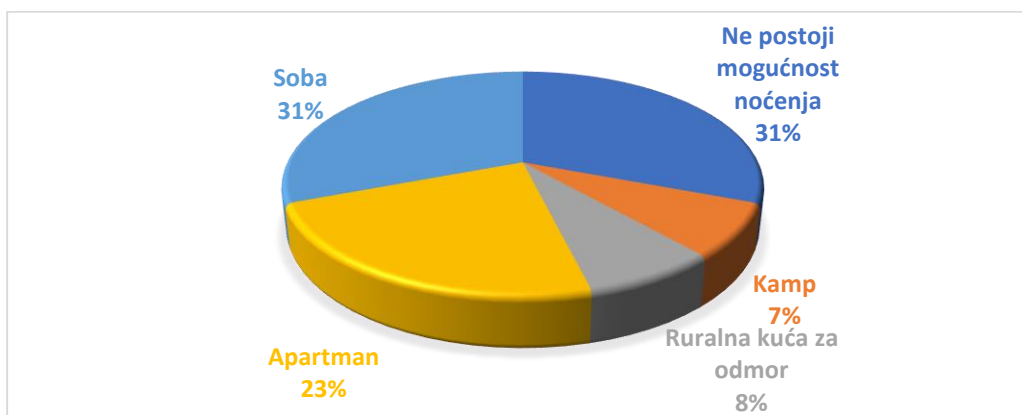
- lični poslovni uspjeh,
- strast prema turizmu,
- nova poznanstva i druženje sa stranim državljanima,
- pozitivan protok novca,
- šansa zaposlenja svih članova porodice,
- blizina prirode i
- opredjeljenje ka drugačijim stilovima života.

Iz ovih odgovora možemo zaključiti da pružaoci usluga u ruralnom turizmu imaju lične preferencije i strast prema turizmu kao djelatnosti, a da ekonomski interes dolazi tek na četvrto mjesto na listi motiva.



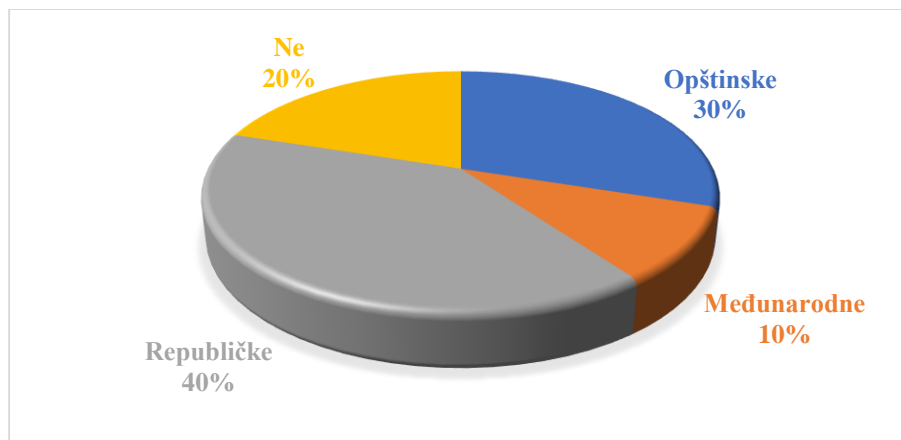
Grafikon 5. Učešće porodice u poslovima pružanja usluga

Na osnovu stavova anketiranih ispitanika, dolazimo do podatka, da su većina turističkih kompleksa na području opštine porodičnog tipa, gdje je 60% ispitanika odgovorilo da su svi članovi porodice uključeni u porodični biznis što prikazuje dobru sliku da će se trend razvoja turizma nastaviti prenosom generacije na generaciju.



Grafikon 6. Struktura turističkih objekata prema mogućnosti noćenja

Na osnovu podataka vezanih za tipove objekata za smještaj turista, možemo zaključiti da smještajnih kapaciteta soba i apartmana ima na zavidnom nivou. Turizam na području opštine razvija se naročito sa novoosnovanim hotelom, a isto tako podatak govori, da na području opštine posluje i znatan broj restorana, dok je daleko manji broj seoskih gazdinstava koji posjeduju kamp i drvene kućice za iznajmljivanje, ali je pohvalno da ove porodice već duži niz godina pozitivno posluju.

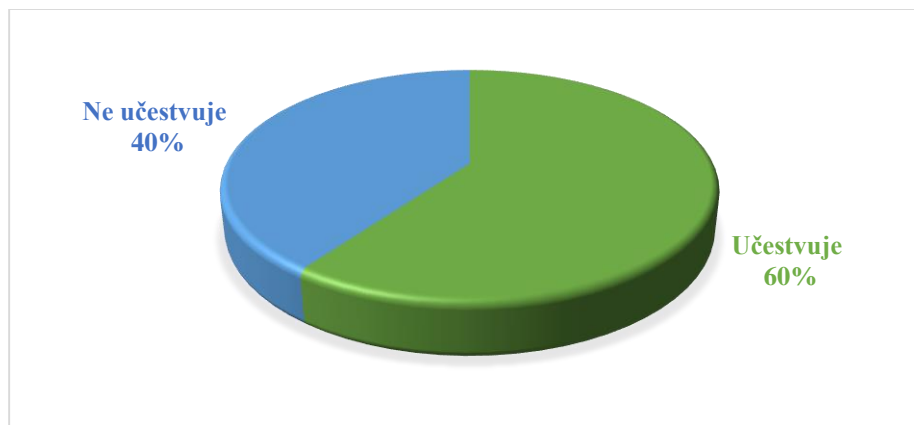


Grafikon 7. Vrste podsticaja iskorištenih od strane turističkih subjekata

Na pitanje, da li ste koristili neke vrste podsticaja u privredi, 30% ispitanika je odgovorilo da su koristili opštinske podsticaje, 40% ispitanika je koristilo republičke podsticaje, međunarodne podsticaje je koristilo 10% ispitanika i 20% nije koristilo podsticaje u privredi. Takođe, ispitanici su se u većoj mjeri u toku intervjua izjasnili da i u narednom periodu očekuju kako podršku države, tako i opštine i da će im podsticaji u dobrom dijelu pomoći da održe svoje poslovanje u pogledu turizma na području opštine, te da će u narednom periodu nastojati da prošire svoje turističke kapacitete.

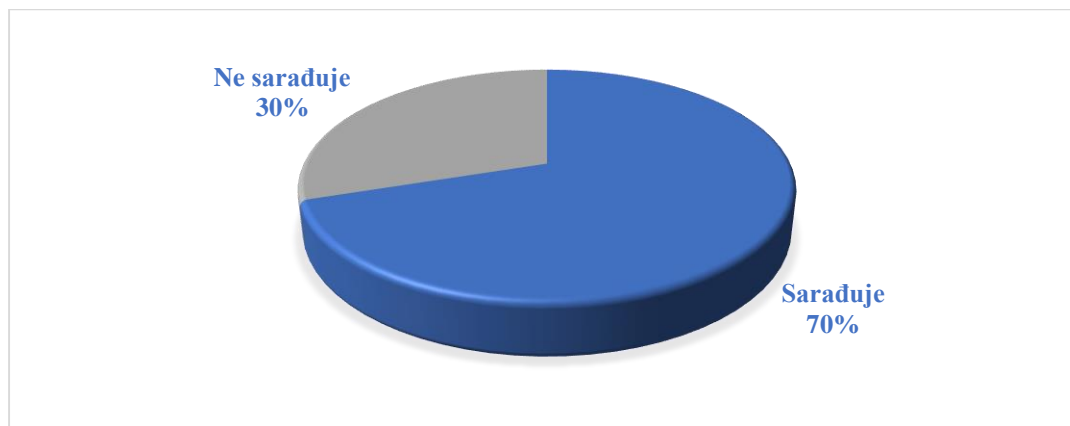
Na pitanje, za koje aktivnosti su Vam potrebni podsticaji lokalne uprave i viših nivoa vlasti, po mišljenju anketiranih ispitanika su:

- zapošljavanje novih radnika,
- nabavka opreme i mašina,
- finansijska pomoć za unapređenje poslovanja,
- dodatne obuke radne snage,
- posjete sajmovima.



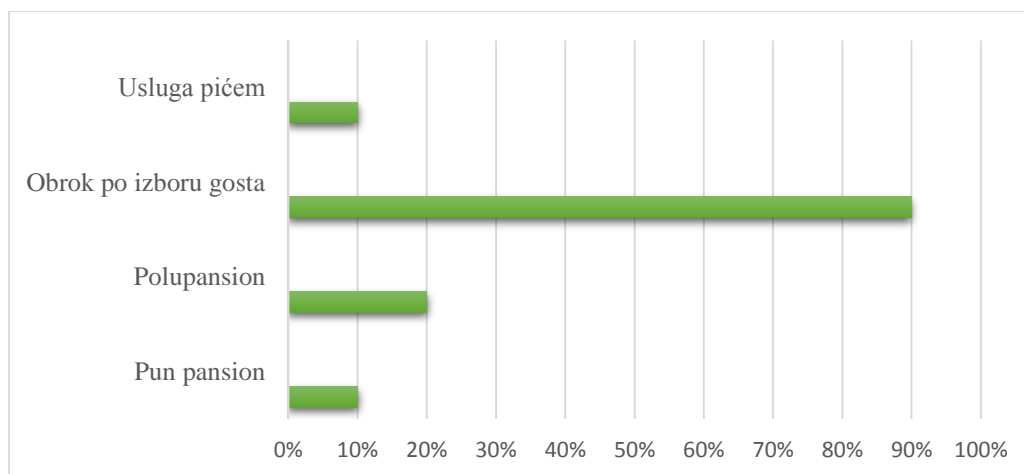
Grafikon 8. Učešće pružalaca turističkih usluga na sajmovima/manifestacijama

Na pitanje da li učestvujete na sajmovima/manifestacijama, 60% ispitanika je navelo da rado učestvuju, te su neki istakli da svake godine posjećuju sajam turizma u Banjoj Luci i Sarajevu, gdje razmjenjuju svoja iskustva i znanja, dok je 40% njih odgovorilo da ne učestvuju na događajima.



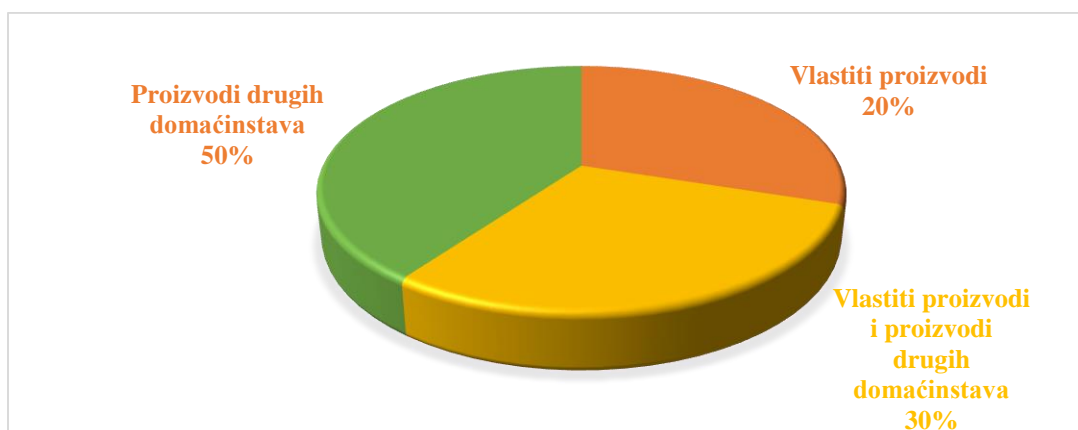
Grafikon 9. Saradnja pružalaca turističkih usluga sa turističkom organizacijom

Veći broj ispitanika, njih 70% se izjasnilo da saraduje sa Turističkom organizacijom na području opštine što je zaista i pohvalno i obećavajuće za daljnji napredak turizma s obzirom da osnovni zadatak turističke organizacije opštine Srbac jeste da se turistička ponuda Srpca zasniva na povezanosti i interesu različitih privrednih djelatnosti i društvenih činilaca, da se uveže na regionalnom nivou sa sličnim turističkim organizacijama, a sve sa ciljem valorizovanja prirodnog i kulturnog nasljeđa opštine.



Grafikon 10. Usluga prehrane u objektu

Što se tiče dobijenih podataka o pružanju usluge prehrane od anketiranih ispitanika, uočljiv je podatak da veći broj turističkih kompleksa pruža uslugu mogućnosti samog odabira obroka po izboru gosta, što se većim dijelom odnosi na restorane, dok se u manjoj mjeri pruža usluga ishrane na bazi polupansiona i pansiona, a 10% ispitanika se izjasnilo da u svom objektu ne pruža usluge prehrane, već vrše uslugu ponude pićem.

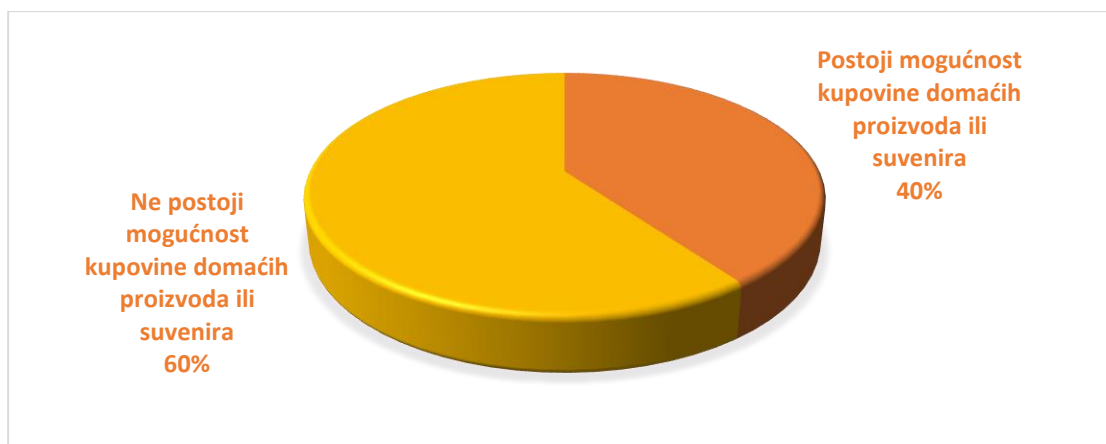


Grafikon 11. Struktura ponude prehrambenim proizvodima u okviru turističkih objekata

Na osnovu dobijenih podataka, većina od 50% ispitanika je odgovorila da svoje turističke objekte opskrbljuje prehrambenim proizvodima sa drugih seljačkih domaćinstava, dok je manji postotak od 20% ispitanika koji na domaćinstvu koriste isključivo samo vlastite proizvode, te su pojedini istakli da u budućem periodu imaju cilj da prošire svoju vlastitu proizvodnju na gazdinstvima, a dok 30% ispitanika koristi vlastite proizvode ali podjednako i proizvode sa drugih domaćinstava.

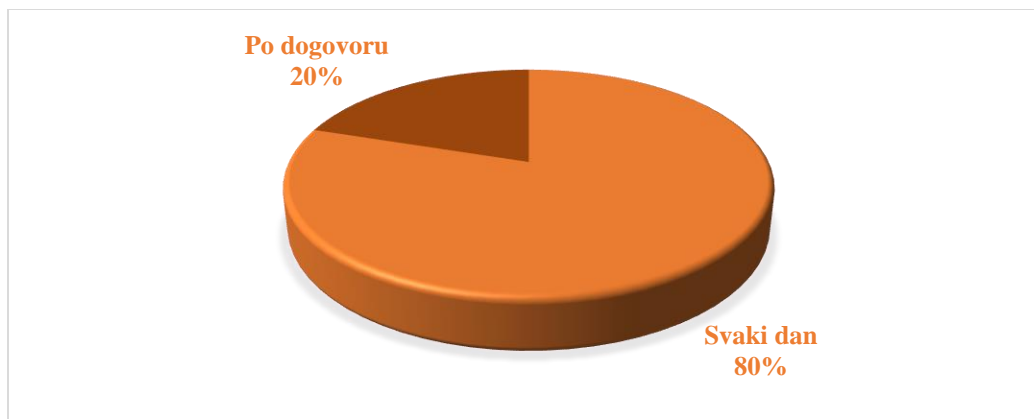
Anketirani ispitanici navode sljedeće aktivnosti koje su na raspolaganju posjetiocima:

- organizovani izleti,
- školski izleti, pješačke i biciklističke staze,
- sve vrste boravka u prirodi,
- dostupne sportske terene za fudbal, odbojku i košarku,
- mogućnost proslave svadbi i rođendana,
- poslovne sastanke i ručkove,
- mogućnost različitih radionica,
- te ugodna mjesta za konzumiranje tradicionalnih jela, odmor i relaksaciju.



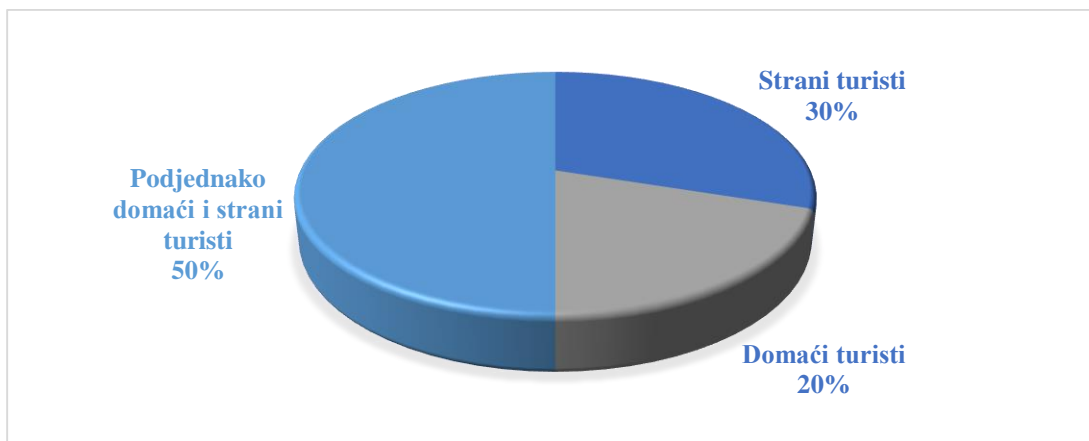
Grafikon 12. Struktura pružalaca turističkih usluga prema mogućnosti kupovine domaćih proizvoda ili suvenira u objektu

Broj ispitanika od 40% u toku intervjua se izjasnio da se u njihovom objektu pored konzumacije tradicionalnih jela mogu kupiti i domaći proizvodi proizvedeni na njihovom gazdinstvu kao što su prerađeni proizvodi od svinjskog mesa (suvo meso, slanina, kobasice, čvarci), od voća (jabuka, kruška, šljiva) i od pića rakija, dok 60% njih je odgovorilo da nemaju mogućnost prodaje domaćih proizvoda ili suvenira.



Grafikon 13. Struktura pružalaca turističkih usluga prema radnom vremenu domaćinstva/objekta

Na osnovu dobijenih rezultata možemo uočiti visok procenat od 80% ispitanika, koji svoje turističke usluge pružaju svakodnevno, dok njih od 20% ispitanika naglasilo je da bi bilo poželjno da gosti svoj dolazak najave što se odnosi na kamp noćenje i na noćenje u drvenim kućicama, a dok nema onih turističkih objekata koji su ograničili svoje radno vrijeme na rad radnim danom ili striktno na rad vikendom.

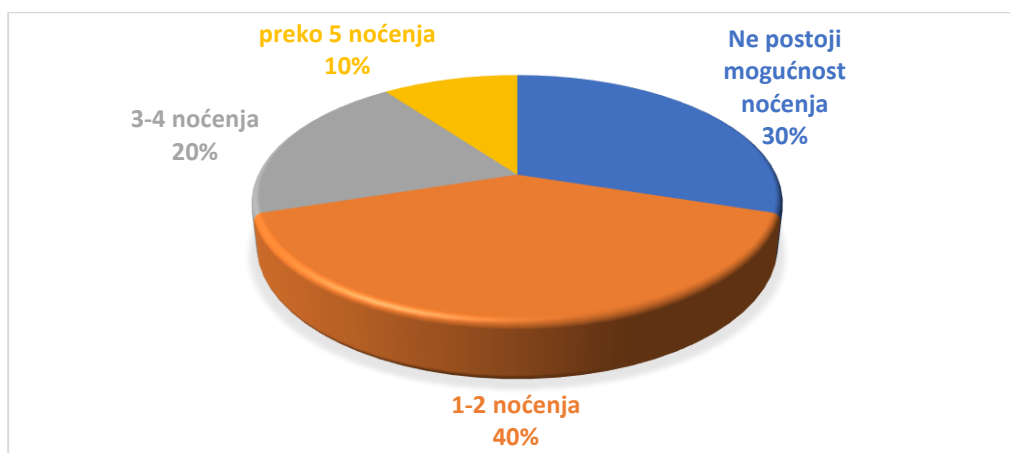


Grafikon 14. Struktura turista prema mjestu dolaska

Što se tiče strukture turista prema mjestu iz kojeg dolaze, dobijeni podaci govore da većinom strani turisti i podjednako i domaći i strani turisti posjećuju objekte, što ukazuje na pozitivan prihod ostvaren od strane stranih turista koji svoj novac ostavljaju na području opštine Srbac i da je značajna posjećenost stranih turista, dok je svega njih 20% odgovorilo da su to domaći turisti iz okolnih opština i gradova.

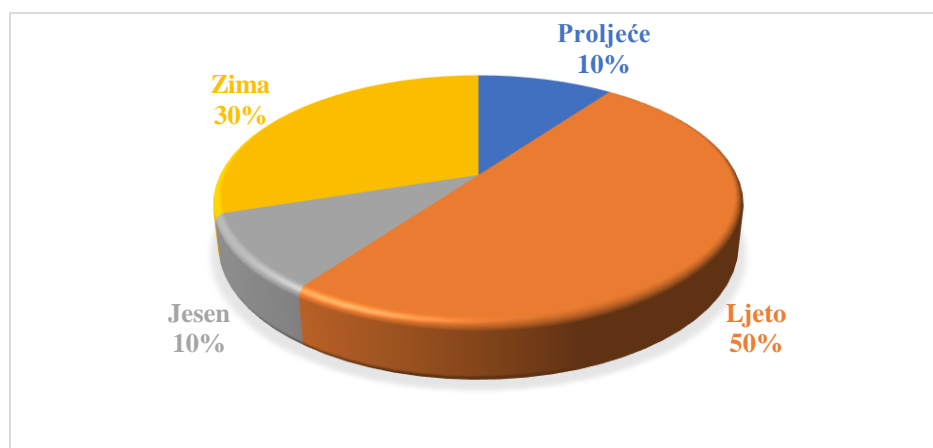
Pri anketiranju poslovnih subjekata, dobijeni su podaci da turisti koji najviše odsjedaju u Srpce su najvećim dijelom iz:

- Srbije,
- Slovenije,
- Hrvatske,
- Austrije,
- Njemačke,
- Švajcarske,
- te manji broj iz Češke, Poljske i Italije.



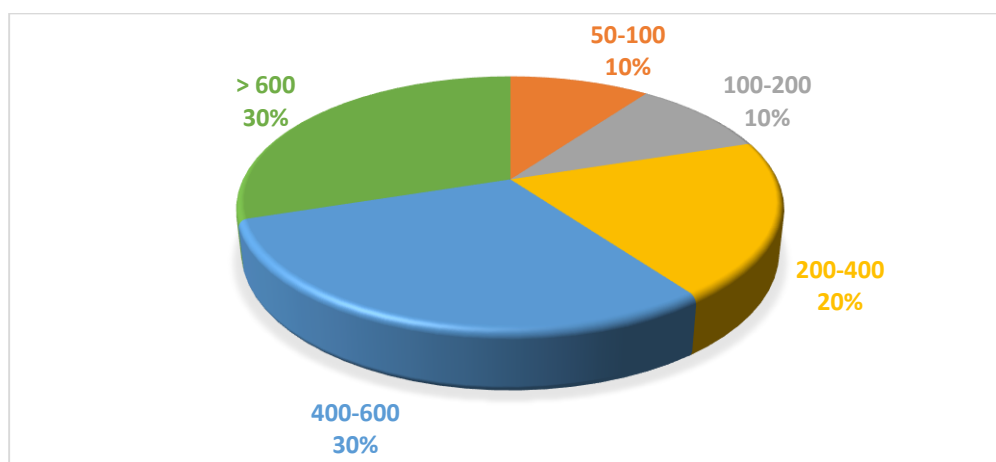
Grafikon 15. Struktura turističkih objekata prema prosječnoj dužini noćenja gostiju

Na pitanje koja je prosječna dužina noćenja gostiju u Vašem domaćinstvu, 40% ispitanika je odgovorilo da su to kratka noćenja od 1-2 noćenja, gdje turisti najčešće borave posjećujući manifestacije tokom godine, proslave kod familije i prijatelja, vikend posjete bazenima i obilazak manastira Osovice, dok je manji broj subjekata kod kojih se turisti zadržavaju 3-4 noćenja i preko 5 noćenja, a kod 30% ispitanika nema mogućnost noćenja u njihovim objektima.



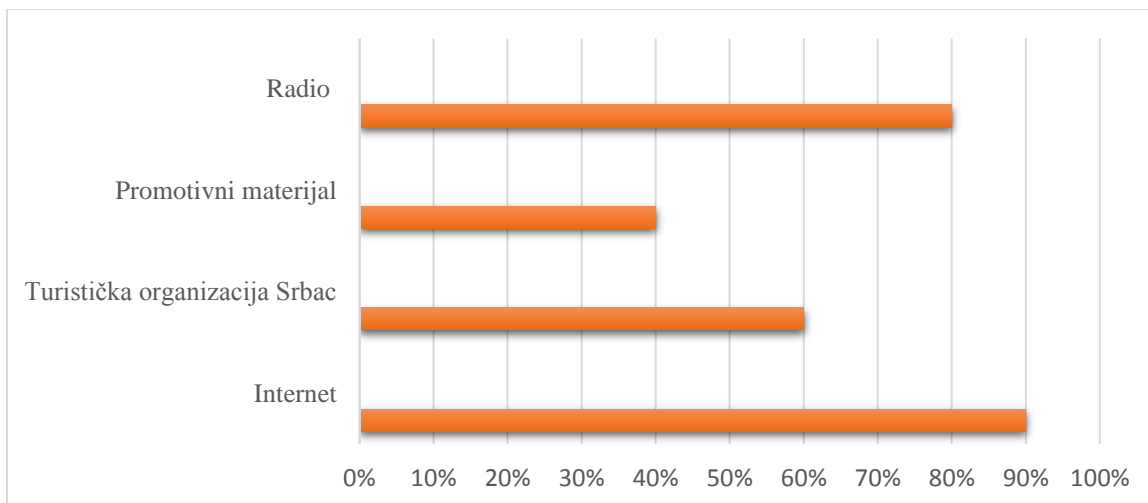
Grafikon 16. Struktura turista prema godišnjim dobima posjeta

Najveća posjećenost turista tokom godine je u ljetnom periodu, što se zaista može i pravdati jer se veći niz manifestacija na području opštine održava u toku ljeta, gdje je turistička ponuda bogatija. Zatim slijedi posjećenost u toku zime gdje su ispitanici odgovorili da se posjete vežu za praznike na kraju godine, dok svega 10% turista dolazi u toku proljeća i jeseni.



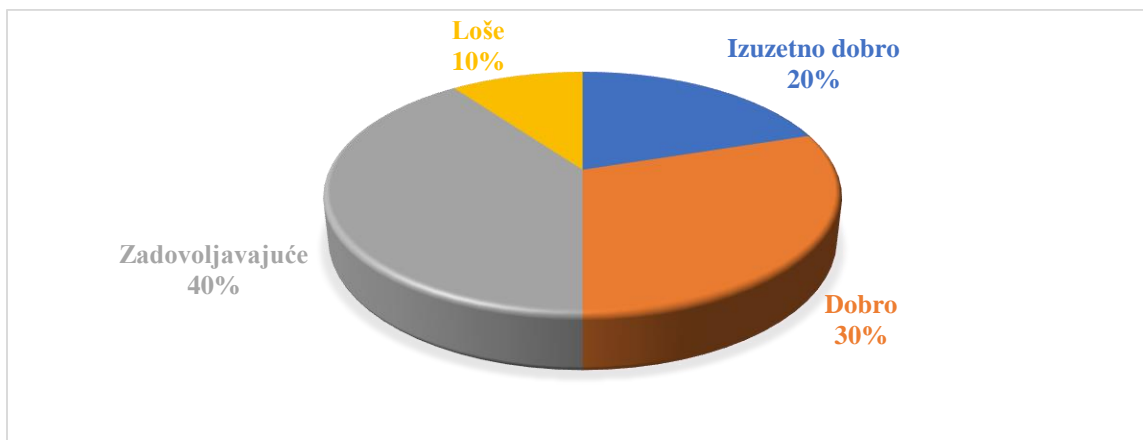
Grafikon 17. Struktura pružalaca usluga u turizmu prema ukupnom broju posjetioca u toku godine

Na osnovu dobijenih podataka od ispitanika, uočljiv je podatak da 30% ispitanika ima tokom cijele godine znatan broj turista koji ih posjećuju i odsjedaju u njihovim turističkim objektima, od 400-600 gostiju i preko 600 gostiju što je zaista i pohvalno, dok je 20% ispitanika odgovorilo da tokom godine imaju oko 200-400 posjetioca, a svega 10% ispitanika oko 100 posjetioca.



Grafikon 18. Informisanost posjetioca o turističkim/ugostiteljskim uslugama

Na pitanje na koji način se posjetioci mogu informisati za Vaše usluge, veći broj ispitanika od 90% je odgovorio putem interneta, 80% ispitanika informisanost pružaju preko radija, zatim 60% ispitanika putem Turističke organizacije Srbac sa kojom imaju saradnju, dok letke i promotivne brošure pojedini dijele na sajmovima/manifestacijama i u samoj posjeti objekta, njih 40%.



Grafikon 19. Stavovi pružalaca turističkih usluga o Srpcu kao mjestu za poslovanje

Kada je u pitanju percepcija opštine Srbac kao mjesta za poslovanje, anketirani subjekti su u najvećem broju slučajeva mišljenja, da je stanje u opštini zadovoljavajuće, odnosno dobro i izuzetno dobro, dok je najmanji broj njih mišljenja da je stanje loše.

Kada govorimo o pozitivnim okolnostima o poslovanju turističkih/ugostiteljskih subjekata veći broj ispitanika smatra da je **geografski položaj** najbitnija pozitivna okolnost za poslovanje na području opštine. Pored geografskog položaja ispitanici su naveli i sljedeće pozitivne okolnosti:

- povoljna poslovna klima i
- povoljan poslovni ambijent.

Kao glavni problem koji negativno utiče na poslovanje ispitanika na području opštine, većina ih je navela **odlazak mlade radne snage**. Odmah iza toga slijede faktori koji se odnose na parafiskalne namete (takse, naknade i sl.) i administrativna ograničenja.

Kada govorimo o najvažnijim faktorima poslovnog okruženja, najveći broj ispitanika njih 50% navodi da su to **ekonomski faktori** (stope nezaposlenosti i zaposlenosti, cijene rada, inflacija, kamatne stope, nivo poreza i doprinosa itd.), zatim slijede **demografski faktori** poslovnog okruženja 40% (polna i etnička struktura stanovništva, ponuda radne snage, migracije), **društveni faktori** 40% (stil života, stavovi, etika, mentalitet), **tehnologija** 30% (tehnološka i organizaciona struktura, nivo tehničke opremljenosti), **konkurencija iz zemalja u okruženju** 20%, dok je **konkurenciju na globalnom nivou** 10% ispitanika navelo kao bitan faktor poslovnog okruženja.

Kada su u pitanju prijedlozi i inicijative za unaprijeđenje poslovnog okruženja u sektoru turizma na području opštine Srbac, ispitanici su naveli sljedeće mjere kao neophodne:

- razvoj turističke infrastrukture,
- pomoć kroz bespovratna sredstva i podsticaje,
- povećanje broja kvalifikovanih kadrova kroz obuku i obrazovanje,
- promocija turističkih potencijala opštine i
- podizanje svijesti o važnosti turizma.

Na pitanje koji su Vaši daljnji planovi za razvoj u budućnosti, ispitanici su odgovorili sljedeće:

- proširenje smještajnih kapaciteta,
- proširenje ponude ishrane,
- saradnja sa internetskim stranicama za prodaju domaćih proizvoda i suvenira,
- učešće na sajmovima i edukacija zaposlenih,
- održavanje kulinarskih programa u vidu manifestacije,
- saradnja sa turističkom organizacijom i turističkim agencijama,
- proširenje smještajnih kapaciteta i
- zaposlenje mladog kadra.

6. DISKUSIJA

Prilikom osmišljavanja i formulisanja hipoteze rad je bio usmjeren na analizu turizma na području opštine Srbac kao pokretača rasta i razvoja opštine.

Temeljni su ciljevi istraživanja ovog rada detektiranje posebnosti i percipiranja pružaoca usluga u ruralnom turizmu na području naše države. Dokazivanje postavljene hipoteze provodilo se na primjeru studije slučaja ruralnog turizma opštine Srbac u Republici Srpskoj. U vezi s navedenim ciljevima postavljena je hipoteza koju možemo smatrati potvrđenom, da pružaoci usluga u ruralnom turizmu, čine lanac vrijednosti zasnovan na prirodnim i društvenim posebnostima ruralnih područja, te predstavljaju alat očuvanja ruralnih regija, njihovog okoliša te lokalnog stanovništva.

Kroz ovo istraživanje dokazano je da u prkos tome što su pojedini predjeli opštine devastirani, da područja opštine Srbac jesu značajan resurs za ukupni materijalni i društveni razvoj ruralnih zajednica, ugodna za život, rad i boravak. Rezultati istraživanja pokazuju da na području opštine Srbac postoji razvijen lanac vrijednosti u turizmu, počev od pristupačnosti opštine sa aspekta geografskog položaja i saobraćajne povezanosti, preko dostupnosti smještajnih kapaciteta, prirodnih i kulturnih atrakcija, ponude u gastronomiji i zanatskoj radinosti do zabave i rekreacije, odnosno različitih manifestacija koje se organizuju tokom godine. Analiza pružalaca usluga u okviru datog lanca vrijednosti omogućila je njegovu kvalitativnu analizu i ocjenu stepena razvijenosti različitih aktera u lancu vrijednosti. Analizom su, između ostalog, identifikovani motivi subjekata za bavljenje turističkom djelatnosti, pri čemu je ustanovljeno da su dominantni motivi lične preferencije i strast prema turizmu kao djelatnosti, a da ekonomski interes dolazi tek na četvrto mjesto na listi motiva. Ovo potvrđuju i istraživanja drugih autora kao što je Cunha i saradnici (2020) na području Portugala koji su utvrdili da životni stil preduzetnika u ruralnom turizmu predstavlja centralni motiv za njihov biznis. Studija iz Portugala takođe potvrđuje da konkretno, oni preduzetnici vođeni motivacijom vezanom za životni stil pokazuju zabrinutost za održivost, koja se ogleda u strategijama direktne prodaje, ulaganjima u organsku poljoprivredu, ekološki ispravnom menadžmentu ili njegovanju vrijednosti lokalne kulture. Sljedeći očekivani rezultat analize pružalaca usluga u ruralnom turizmu na području opštine Srbac je da je većina pružalaca usluga zapravo porodični biznis gdje su svi članovi domaćinstva uključeni u navedenu

djelatnost. Mnogi drugi autori takođe potvrđuju značaj ruralnog turizma, a naročito agroturizma za sticanje dodatnih izvora prihoda za porodična gazdinstva, za očuvanje gazdinstva i ostanak u ruralnim područjima (Getz, Carlsen, Morrison, 2004).

Istraživanjem je takođe utvrđeno da su svi pružaoci usluga bili korisnici javne podrške u razvoju turističke ili ugostiteljske djelatnosti bilo da ona dolazi sa lokalnog ili republičkog nivoa, te izrazili potrebu za daljom podrškom prvenstveno u zapošljavanju kvalifikovane radne snage, te u dodatnom opremanju svojih turističkih sadržaja. Da ova vrsta malog biznisa treba podršku javnih politika rezultat je i istraživanja drugih autora koji su se bavili cost-benefit analizom podrške ovakvim subjektima. Tako Fleischer i Felsenstein (2000) u istraživanju provedenom na području Izraela potvrđuju da javna pomoć za ovu vrstu aktivnosti može da generiše znatne prihode.

Sljedeći bitan segment lanca vrijednosti u turizmu je ponuda lokalnih proizvoda. Analiza pružalaca usluga je potvrdila da oni u ponudi dominatno nude vlastite i proizvode drugih domaćinstava, naročito kad su u pitanju domaća hrana i pića. Da je ruralni turizam, a naročito agroturizam, idealan kanal za ponudu regionalnih i lokalnih proizvoda, potvrđuju i istraživanja drugih autora (Tyran, 2007, Jaković, Tubić, Đurović, 2015). U navedenim istraživanjima se naglašava značaj navedene ponude za kreiranje regionalnog identiteta i jedinstvenosti. Osim lokalnih proizvoda, dio turističke ponude su i razne aktivnosti: organizovani izleti, školski izleti, pješačke i biciklističke staze, sve vrste boravka u prirodi, dostupne sportske terene za fudbal, odbojku i košarku, mogućnost proslave svadbi i rođendana, poslovne sastanke i ručkove, mogućnost različitih radionica, te ugodna mjesta za konzumiranje tradicionalnih jela, odmor i relaksaciju. Ovi rezultati takođe imaju potvrdu i u istraživanjima drugih autora koji naglašavaju da je vrsta aktivnosti segmentirana prema ciljnim grupama turista: turisti u potrazi za nasljeđem i prirodom, višestrukim iskustvima, gastronomijom, doživljajima i dr. (Rid, Ezeuduji, Haider, 2014).

Analiza dužine i perioda boravka turista kod navedenih pružalaca usluga pokazala je da se najčešće radi o tzv. vikend turistima koji borave jedno do maksimalno tri noćenja i češće u ljetnjem periodu nego u drugim godišnjim dobima. Ova analiza je bitna radi određivanja dalje strategije razvoja turističkih proizvoda ne samo sa aspekta pojedinih pružalaca turističkih usluga već i sa aspekta unapređenja turističke ponude opštine ili šireg područja, te izbjegavanja pretjerane gužve u

određenim periodima što može uticati na kvalitet usluge ili doživljaja samih posjetilaca (Albaladejo, Banos Pino i dr., 2024).

Preferirani kanali promocije u analizi pružalaca usluga su internet i radio, a zatim Turistička organizacija i neki promotivni materijali. Rezultati istraživanja drugih autora se razlikuju. Tako prema istraživanju Chan Chen (Chan Chen, Lin, Cuo, 2013) ustanovljeno je da je prenos od usta do usta najefikasniji kanal oglašavanja za izbor smještaja u B&B. Mnogobrojna istraživanja o efektima promocije putem interneta upozoravaju na nedostatak vještina kod samih pružalaca usluga za adekvatnu promociju putem internet, a druga studija je otkrila da su veb-sajtovi ruralnog turizma uglavnom vođeni vertikalnim sadržajem, pokazali su lošu interaktivnost i imali samo marginalnu promotivnu vrijednost (Beldona i Cai, 2005).

Kada su u pitanju izazovi s kojima se suočavaju pružaoci turističkih usluga oni su identifikovani kao demografski (odlazak mlade radne snage), ekonomski (fiskalni i parafiskalni nameti), društveni (mentalitet i navike), te problemi sa konkurencijom kako domaćom tako i inostranom. Sharplay (2002) kao glavne izazove identifikuje visoke troškove razvoja, ali niske prinose, nisku potražnju, nedostatak osnovnih vještina i dominaciju operatera masovnog turizma. Stoga se zaključuje da je dugoročna finansijska i tehnička podrška od suštinskog značaja ako se želi da turizam igra efikasnu ulogu u ruralnom razvoju.

7. ZAKLJUČAK

Republika Srpska ima raznovrsnu i kvalitetnu osnovu za uspješan razvoj ruralnog turizma, izrazite su prirodne pogodnosti, bogato historijsko i kulturno nasljeđe, ukupne društvene pretpostavke i povoljan geografski položaj. Ovi preduslovi čine podlogu svakog uspješnog turističkog razvoja.

Za uspješan razvoj ruralnog turizma potrebni su ne samo atraktivni resursi, kapaciteti i kvalitetni proizvodi, nego i efikasna organizacija, adekvatno obrazovanje i dobro osmišljen marketing. U pristupu planiranju razvoja turizma u ruralnim područjima Republike Srpske, od posebnog su značaja istraživanje tržišta i korišćenje svih instrumenata marketinga, te edukacija stanovništva koji imaju želju za ostankom i bavljenjem ovom djelatnošću u ruralnim sredinama. Kroz razne vidove edukacija i razvoj ruralnog turizma, mladi ljudi mogu naći pored ekonomskih i socio-kulturne motive da grade budućnost u ruralnim područjima.

Jedan od najvažnijih zadataka u razvoju ruralnog turizma je edukacija domaćina i članova domaćinstava za bavljenje ovom aktivnošću. Najprije je potrebno, kroz stručnu obradu domaćih i stranih pozitivnih iskustava u bavljenju turizmom na selu, ukazati domaćinima na ekonomsku opravdanost bavljenja ovom djelatnošću. Uz to, primjenom agresivnog marketinga, propagande i tržišnog nastupa može se postaviti cilj da se javnost, odnosno domaći i strani turisti upoznaju sa izuzetnim ljepotama i mogućnostima koje nudi ruralni turizam u Republici Srpskoj.

Cilj ovog rada je analiza pružalaca usluga u ruralnom turizmu Republike Srpske. Sprovedena anketa u opštini Srbac pružila je uvid u stavove anketiranih pružalaca turističkih usluga na području opštine Srbac, kao i o promociji i značaju samog ruralnog turizma na području opštine.

Dobijeni podaci pokazuju da ima značajan broj subjekata koji pružaju turističke/ugostiteljske usluge na području opštine te da su poslovni subjekti obično porodičnog karaktera.

Kada su u pitanju pozitivne okolnosti o poslovanju turističkih subjekata i razvoja ruralnog turizma, anketirani subjekti su u najvećem broju slučajeva mišljenja da je stanje u opštini zadovoljavajuće, te većina ih ističe da su geografski položaj, povoljna poslovna klima i povoljni poslovni ambijent najbitnija pozitivna okolnost za poslovanje na području opštine.

Kada su u pitanju negativne strane i kao najveći problem koji negativno utiče na poslovanje, ispitanici su naveli odlazak mlade radne snage. Demografska slika se ogleda u tome da su sve češća migraciona kretanja mladog i radno sposobnog stanovništva, fokusirana u pravcu napuštanja seoskih predjela, preseljavanjem u veće okolne gradove i države u inostranstvu.

Opština Srbac ima više nego povoljne prirodno-geografske, kulturno-istorijske, lovno-ribolovne i mnoge druge kapacitete koji predstavljaju odličnu osnovu za razvoj turizma.

Prioriteti daljeg turističkog razvoja opštine su seoski turizam u naseljima oko planine Motajice, vjerski turizam, lovni i ribolovni turizam, izletnički turizam, sportsko-rekreativni turizam kao i brojne tradicionalne manifestacije.

Turizam na području opštine Srbac kao i prethodnih godina, najvećim dijelom treba da se sprovodi preko Turističke organizacije Opštine Srbac koja ima osnovni zadatak da turističku ponudu Srpske zasniva na povezanosti i interesu različitih privrednih djelatnosti i društvenih činilaca, da se uveže na regionalnom nivou sa sličnim turističkim organizacijama, a sve sa ciljem valorizovanja prirodnog i kulturnog nasljeđa opštine.

Da bi efekti razvoja turizma bili bolji, neophodno je da se u Opštinskoj upravi uz saradnju Vlade Republike Srpske i stranih donatora, radi na apliciranju projekata podrške razvoju turizma na području opštine Srbac. Uz saradnju lokalnog stanovništva, kroz različite projekte i aktivnosti treba da se unaprijede postojeći turistički potencijali i izgradi nova turistička infrastruktura, kako bi opština Srbac imala veću privlačnost za turiste iz okoline i regiona.

8. LITERATURA

1. Albaladejo, Isabel & Molera, Lourdes (2009): Length of stay in rural tourism: A local case. *International Journal of Tourism Policy*. 2. 10.1504/IJTP.2009.023273.;
2. Alfier, D. (1994), *Turizam*, Zagreb;
3. Bakan, R.(2017), *Turistički lanac vrijednosti*, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virtovica;
4. Baños-Pino, José Francisco, Boto-García, David, Zapico, Emma, Mayor, Matías (2024): Optimal carrying capacity in rural tourism: Crowding, quality deterioration, and productive inefficiency, *Tourism Management*, Volume 105, 104968, ISSN 0261-5177, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104968>.;
5. Bartuloci, M., Čavlek, N., Kesar, O., Prebežac, D. (2011) *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*, školska knjiga, Zagreb;
6. Berardi, S. (2010). *Albergo Diffuso and customer satisfaction a quality service – analysis*;
7. Berc Radišić, B., (1999), *Marketing u hotelijerstvu*, Hotelijerski fakultet u Opatiji, Opatija;
8. Bunja, Đ., (2007), *Turističko poslovanje*, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Zadar.
9. Cerović, Z., Pavia, N., Galičić, V., (2005), *Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija;
10. Chen, Li-Chan, Lin, Shang-Ping Kuo, Chun-Min (2013): Rural tourism: Marketing strategies for the bed and breakfast industry in Taiwan, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 32, Pages 278-286, ISSN 0278-4319, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.07.005>.;
11. Collin Clark, C.. (1960). *The Conditions of Economic Progress*. London: Mc Milan and Co.;
12. Cunha, Conceição, Kastenholz, Carneiro, Elisabeth Maria (2020): João Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 44, Pages 215-226, ISSN 1447-6770, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>.;
13. Čerović S. (2009), *Strategijski menadžment u turizmu*, Beograd;
14. D. Getz, J. Carlsen, A. Morrison (2004): *The family business in tourism and hospitality*, CABI, Digital Library, ISBN : 978-0-85199-808-4214;

15. Defilippis, J. (2005). *Hrvatska u ruralnom prostoru Europe*. Sociologija sela, 43;
16. Demonja, D. (2012). *Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske*. Podravina, Vol. 11, No. 21, 205-218. Koprivnica;
17. Fisher, B., G., A. (1939). *Production, Primary, Secondary and Tertiary*. Melbourne: Economic Journal of Marketing Research, God. 43, Br. 6, Milano, 2010., str. 1-20;
18. Fleischer, Aliza, Felsenstein, Daniel (2000): Support for rural tourism: Does it make a difference?, *Annals of Tourism Research*, Volume 27, Issue 4, Pages 1007-1024, ISSN 0160-7383, [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00126-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00126-7);
19. Jaković, Božidar and Tubić, Dejan and Đurović, Matina (2015): Sustainable Development of Rural Tourism by Developing New and Authentic Tourism Products 3rd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe 2015, Available at SSRN:<https://ssrn.com/abstract=2637276>;
20. Jovičić, Ž. (1982). *Osnovi turizmologije*. Beograd: Naučna knjiga;
21. Kotler, Ph. (1994). *Upravljanje marketingom (analiza, planiranje, primjena i kontrola)*;
22. Marković, S., Marković, Z. (1970), *Osnove turizma*, Zagreb, Školska knjiga;
23. Ministarstvo trgovine i turizma (2021), *Strategija Razvoja turizma Republike Srpske za period 2021-2027*;
24. Njegovan, Z. (2016), *Ekonomika turizma i seoskog turizma*, Univerzitet u Novom Sadu, Poljoprivredni fakultet;
25. Opština Srbac (2022), *Strategija razvoja opštine Srbac za period od 2022-2028. godine*;
26. Republički zavod za statistiku Republike Srpske (2024). godina: *Bilteni-Turizam*;
27. Rid, Ikechukwu, Ezeuduji, O Wolfgang, Pröbstl-Haider, Ulrike (2014): Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia, *Tourism Management*, Volume 40, Pages 102-116, ISSN 0261-5177, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.006>;
28. Rosalina, Putu Devi, Dupre, Karine, Wang, Ying (2021): Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 47, Pages 134-149, ISSN 1447-6770, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.001>;
29. Ružić, D., (2007), *Marketing u turističkom ugostiteljstvu*, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek;
30. Ružić, P. (2009.) *Ruralni turizam Istre*. Poreč: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč;

31. Srikanth, Beldona, Liping A. Cai (2005): An Exploratory Evaluation of Rural Tourism Websites, Pages 69-80, https://doi.org/10.1300/J452v08n01_04;
32. Tyran, E. (2007). REGIONAL AND TRADITIONAL PRODUCTS AS AN IMPORTANT PART OF RURAL TOURISM OFFER. Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia, 6(3), 121-128. Retrieved from <https://js.wne.sggw.pl/index.php/aspe/article/view/3744>;
33. Unković, S., Zečević, B., (2009), *Ekonomika turizma*, Beograd, Ekonomski fakultet; Zagreb: informator.

Web izvori:

<https://www.rzs.rs.ba/>

<https://turizamrs.org/>

<https://businessrpska.com/industrije/turizam/>

<https://bookaweb.com/sr/blog/republika-srpska-odmor>

9. BIOGRAFIJA KANDIDATA

Nikolina Pronj rođena 20.10.1992. godine u Banjoj Luci. Osnovnu školu „Jovan Jovanović Zmaj“ završila 2008. godine u Srpcu. Iste godine u Srpcu upisala Ekonomsku školu u CSS „Petar Kočić“, smjer ekonomija, pravo, trgovina, te 2011. godine stekla zvanje ekonomskog tehničara. Osnovne studije završila 2015. godine, te stekla zvanje diplomiranog inženjera poljoprivrede za agrarnu ekonomiju i ruralni razvoj na Univerzitetu u Banjoj Luci na Poljoprivrednom fakultetu. Na istom Univerzitetu 2022. godine, upisala drugi ciklus studija, studijski program Agrarna ekonomija i ruralni razvoj, usmjerenje Ruralni razvoj I. U sklopu stručnog usavršavanja 2016. godine završila administrativni kurs poznavanja rada na računaru u CSS „Petar Kočić“ u Srpcu, a 2017. godine položila stručni upravni ispit za VŠS u Ministarstvu pravde BiH u Sarajevu. Volonterski rad u trajanju od godinu dana obavljala u Opštinskoj upravi opštine Srbac, 2016. godine. Od 02.03.2020. godine do 30.11.2021. godine, bila zaposlena u RUGIPP BL, PJ Srbac na poslovima uspostave digitalnog arhiva i izlaganja na javni uvid podataka o nepokretnostima. Od 01.01.2022. godine, zaposlena u Opštinskoj upravi opštine Srbac u Odjeljenju za privredu, poljoprivredu i društvene djelatnosti. Od 26.05.2022. godine raspoređena na poslovima u Odsjeku za lokalni ekonomski razvoj i investicije, te je u stalnom radnom odnosu u Odsjeku za strateško planiranje, upravljanje razvojem i investicije, raspoređena na radno mjesto samostalni stručni saradnik za razvoj i ekonomske poslove, te obavlja funkciju sekretara Privrednog savjeta u Srpcu.

10. PRILOZI

PRIMJER ANKETNOG UPITNIKA

„Stavovi anketiranih subjekata o uslovima i pružanju turističkih/ugostiteljskih usluga na području opštine Srbac za 2024. godinu“

Poštovani pružaoci turističkih usluga, kroz ovaj anketni upitnik pomažete izradu master rada i promovišete Vaše mjesto, te podaci ovim upitnikom biće korišćeni isključivo za naučno-istraživački rad. Hvala!

1. Naziv Vašeg objekta: _____

2. Da li ste početnik u sferi pružanja turističkih/ugostiteljskih usluga u domaćinstvu/objektu ili već imate razvijeno poslovanje?

a) Početnik

b) Razvijeno poslovanje

3. Koji su bili Vaši razlozi za bavljenje turizmom?

Dopisati _____

4. Učestvuju li svi članovi Vaše porodice u poslovima pružanja usluga?

a) Da, svi

b) Dio porodice

5. Koji turistički smještajni objekti postoje kod Vas?

(mogućnost odabira više odgovora)

a) Soba

b) Apartman

- c) Ruralna kuća za odmor
- d) Kamp
- e) Ne postoji mogućnost noćenja

6. Da li ste koristili neke vrste podsticaja?

(mogućnost odabira više odgovora)

- a) Opštinske
- b) Međunarodne
- c) Republičke
- d) Ne

7. Za koje aktivnosti su Vam potrebni podsticaji lokalne uprave i viših nivoa vlasti?

Dopisati _____

8. Učestvujete li na sajmovima/manifestacijama?

- a) Da
- b) Ne

9. Saradujete li sa turističkom organizacijom na području Vaše opštine?

- a) Da
- b) Ne

10. Pružate li usluge prehrane na Vašem domaćinstvu/objektu?

(mogućnost odabira više odgovora)

- b) Polupansion

- c) Pun pansion
- d) Obrok po izboru gosta
- e) Usluga pićem

**11. Na koji način opskrbljujete prehrambenim proizvodima Vaše
domaćinstvo/objekat?**

- a) Koristimo vlastite proizvode
- b) Koristimo vlastite proizvode, ali i proizvode drugih seljačkih domaćinstava
- c) Koristimo samo proizvode drugih seljačkih domaćinstava

12. Koje aktivnosti su na raspolaganju turistima tokom boravka?

Dopisati _____

13. Postoji li u Vašem objektu mogućnost kupovine domaćih proizvoda ili suvenira?

- a) Da
- b) Ne

14. Koje je radno vrijeme Vašeg objekta?

- a) Svaki dan
- b) Samo vikendom
- c) Samo radnim danima
- d) Po dogovoru/najavi

15. Koja je struktura turista prema mjestu iz kojeg dolaze?

- a) Većinom domaći turisti
- b) Većinom strani turisti
- c) Podjednako domaći i strani turisti

16. Iz kojih zemalja Vam turisti najviše dolaze?

Dopisati _____

17. Koja je prosječna dužina noćenja gostiju u Vašem domaćinstvu/objektu?

- a) 1 – 2 noćenja
- b) 3 – 4 noćenja
- c) > 5 noćenja
- d) Ne postoji mogućnost noćenja

18. Da li Vaš objekat radi tokom cijele godine?

- a) Da
- b) Ne

19. U kojem dijelu godine je izrazita posjećenost turista?

- a) Proljeće
- b) Ljeto
- c) Jesen
- d) Zima

20. Koliki je ukupan broj posjetioca u togu godine?

- a) < 50
- b) 50 – 100
- c) 100 – 200
- d) 200 – 400
- e) 400- 600
- f) > 600

21. Na koji način posjetioci mogu saznati za Vaše usluge?

(mogućnost odabira više odgovora)

- a) Internet
- b) Turistička organizacija Srbac
- c) Letci, brošure
- d) Radio

22. Vaše mišljenje o Srpcu kao mjestu za poslovanje u sektoru turizma?

- a) Izuzetno dobro
- b) Dobro
- c) Zadovoljavajuće
- d) Loše

23. Koje su po Vašem mišljenju pozitivne okolnosti za poslovanje u turizmu na području opštine Srbac?

Dopisati _____

24. Koje su po Vašem mišljenju negativne okolnosti za poslovanje u turizmu na području opštine Srbac?

Dopisati _____

25. Koji su po Vama najvažniji faktori koji utiču na poslovno okruženje?

(mogućnost odabira više odgovora)

- a) Ekonomski faktori
- b) Društveni faktori
- c) Demografski faktori
- d) Tehnologija
- e) Konkurencija iz zemalja u okruženju
- f) Konkurencija na globalnom nivou

26. Molimo Vas, navedite Vaše prijedloge i inicijative za unaprijeđenje poslovnog okruženja u sektoru turizma na području opštine Srbac

Dopisati _____

27. Koji su Vaši daljnji planovi za razvoj u budućnosti?

Dopisati _____



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
UNIVERSITY OF BANJA LUKA
ПОЉОПРИВРЕДНИ ФАКУЛТЕТ
FACULTY OF AGRICULTURE



УНИВЕРЗИТЕТ У БАЊОЈ ЛУЦИ
ПОЉОПРИВРЕДНИ ФАКУЛТЕТ
Број: 10/3.3375/24
Датум: 09-12-2024

**КОМИСИЈА ЗА ПРЕГЛЕД, ОЦЈЕНУ И ОДБРАНУ ЗАВРШНОГ - МАСТЕР РАДА
НА II ЦИКЛУСУ АКАДЕМСКИХ СТУДИЈА ПОЉОПРИВРЕДНОГ
ФАКУЛТЕТА**

1. **Др Весна Мрдаљ**, ванредни професор, ужа научна област Економика пољопривреде и рурални развој, Универзитет у Бањој Луци, Пољопривредни факултет, председник;
2. **Др Гордана Роквић Кнежић**, редовни професор, ужа научна област Економика пољопривреде и рурални развој, Универзитет у Бањој Луци, Пољопривредни факултет, ментор - члан;
3. **Др Тамара Стојановић**, ванредни професор, Пољопривредног факултета Универзитета у Бањој Луци на ужој научној области: Пословне финансије и Рачуноводство и ревизија, члан;

Одлуком Научно-наставног вијећа Пољопривредног факултета Универзитета у Бањој Луци број 10/3.2242-13.7.2/24 од 09.09.2024. године именовани смо у Комисију за преглед, оцјену и одбрану мастер рада студента **Николине Проњ** под насловом: „Анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске“. Након прегледа преданог мастер рада подносимо сљедећи

ПОЉОПРИВРЕДНИ ФАКУЛТЕТ
Универзитет у Бањој Луци
Булевар војводе Петра Бојовића 1А
78000 Бања Лука
Република Српска, БиХ

FACULTY OF AGRICULTURE
University of Banja Luka
Bulevar vojvode Petra Bojovića 1A
78000 Banja Luka
The Republic of Srpska, BiH

Тел/Phone: +387 (0) 51 31 23 90
+387 (0) 51 33 09 01
Факс/Фах: +387 (0) 51 31 25 80

info@agro.unibl.org
www.agro.unibl.org

ИЗВЈЕШТАЈ

о оцјени урађеног мастер рада

„Анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске“

кандидата **Николине Проњ**

НАУЧНО-НАСТАВНОМ ВИЈЕЋУ ПОЉОПРИВРЕДНОГ ФАКУЛТЕТА

Мастер рад студента **Николине Проњ** је урађен у оквиру II циклуса студија усмјерења Рурални развој 1 студијског програма Аграрна економија и рурални развој под менторством др **Гордане Роквић Кнежић**. Рад је написан на 61 страна, садржи 4 табеле и 19 графикана. Рад је укоричен у тврди повез А4 формата и штампан једнострано.

Рад садржи: Увод, Преглед литературе, Циљ и предмет истраживања, Материјал и методе истраживања, Резултате истраживања, Дискусију, Закључак и Литературу. Поред тога, рад на почетку има сажетак на српском и енглеском језику, а на крају биографију кандидата и прилоге.

ПРИКАЗ АНАЛИЗЕ МАСТЕР РАДА ПО ЦЈЕЛИНАМА (ПОГЛАВЉИМА)

У **уводном дијелу** кандидат појашњава укратко значај руралног туризма као и појмовно одређење руралног туризма као посебног облика туризма те при томе наводи да рурални туризам подразумијева не само туризам на сеоским домаћинствима или агротуризам, већ и одређене одморе у природи, излете у сеоске предјеле и боравишни туризам и услуге. Осим смјештаја укључује и манифестације, разне фестивале, рекреацију, производњу и продају ручних радова, занатских производа, пољопривредних производа и друге облике туристичке понуде у руралним подручјима. Као циљ истраживања кандидат наводи анализу података који би водили ка томе да се потврди или одбаци главна хипотеза, од које се пошло у истраживању, а то је да пружаоци услуга у руралном туризму, чине ланац вриједности заснован на природним и друштвеним посебностима руралних подручја, те представљају алат очувања руралних регија, њиховог околиша те локалног становништва. Доказивање постављене хипотезе проводиће се на примјеру студије случаја руралног туризма општине Србац у Републици Српској. Значај истраживања, према наводима из Уводног дијела рада, огледа се у

добијању прецизних података који су везани за мотиве, потенцијале и реалне могућности општине Србац као туристичке дестинације у Републици Српској, са циљем унапређења сектора услуга и постизања конкурентске предности Српца као туристичке дестинације у односу на њене конкуренте на тржишту. У наставку уводног дијела, кандидат је представила структуру рада према поглављима.

Поглавље **Преглед литературе** кандидат је подијелила у четири потпоглавља. У првом потпоглављу представила је дефиниције основних појмова руралног туризма. При томе су цитирани аутори попут Демоња, Јовичић, Дефилипис, Ружић. Једна од дефиниција каже да је рурални туризам лоциран у руралним подручјима, утемељен на малом предузетништву, на простору у директном контакту са природом, који се заснива на традиционалним активностима, наслијеђу и дозвољава учествовање у активностима, традицијама и начину живота локалног становништва, осигурава лични контакт, повезан с локалним породицама, различитих врста, представља комплексан узорак руралног окружења, историје, локалитета и економије, са високим учешћем туристичког прихода који користи локалној заједници (Дефилипис, 2005). У другом потпоглављу под насловом Функције развоја туризма, кандидат цитира ауторе као што су Бартолучи, Алфиер, Његован. Већина дефиниција класификује функције руралног туризма у двије категорије, економску и некономску (друштвену) категорију, односно функцију (Бартолучи и сарадници, 2011). Поменуте функције зависе једна о другој, међусобно се надопуњују и у узрочно посљедичном су односу. Уз помоћ економских функција остварује се привреда и привредни развој. Некономске функције доприносе хуманистичким вриједностима туризма, не доносе привредну ни материјалну корист, али унапређују човјекове сфере живота, како образовне тако и здравствене функције. У трећем поглављу кандидат представља Облике руралног туризма и између многобројних подјела бира ону представљену од стране Берардија (2010), према којој се као главни облик руралног туризма истиче агротуризам, а поред њега као други облици руралног туризма, Берарди наводи: спортско-рекреацијски, авантуристички, културни, гастрономски, екотуризам, активности у природи (рекреација и одмор), едукацијски, здравствени, еногастрономски, кампинг, ловни, риболовни, носталгичарски, пословни, рекреацијски, резиденцијални туризам, транзитни, вински, вјерски, завичајни, наутички и туризам заштићених дијелова природе. Према њему, ови облици туризма одвијају се искључиво изван градског језгра, на руралним подручјима и међусобно се разликују због обиљежја и атракцијских чиниоца сваког подручја, те настају из посебности и ресурса

које нуди само подручје. У даљем прегледу литературе, кандидат дефинише туристичку понуду и туристички ланац вриједности. При томе наводи да се код услуга у туризму ради о обједињеној услузи (угоститељској, саобраћајној, водичкој и сл.), то јест услузи карактеристичној по томе што је добила назив према кориснику, а не пружаоцу услуга. Код туризма је услуга (па и сам туризам) добила назив по њеном потрошачу, што је издваја од услуга у другим дјелатностима. Услуге су обједињене у личности потрошача, те су по њему и добиле назив. Само тако обједињене могле су бити назване туристичким. Који ће обим услуга бити искоришћен зависи од самог појединца, односно његових потреба и платежних способности. Кандидат даље представља појам туристичког ланца вриједности и при томе наводи да он подразумева цјелокупни доживљај и искуства туриста везаних уз њихово туристичко путовање, те се под туристичким доживљајем сматра свеукупно искуство туриста од мотива и планирања путовања па све до пост продајних импресија. (Бакан, Р.2017). Дакле, туристички ланац вриједности започиње посматрањем туристичке дестинације и прикупљањем информација о самој туристичкој дестинацији прије поласка на путовање, након чега је битно донијети одлуку о куповини туристичког аранжмана неког путовања. Потом слиједи реализација путовања до тачке одредишта, при чему се ставља фокус на добродошлицу туриста, смјештајне капацитете, расположиве ресурсе, гастрономију, забаву, рекреацију, простор и околину.

Циљ и предмет истраживања. У овом поглављу кандидат наводи да је циљ рада анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске, те да се у овом раду истражује рурални туризам, с аспекта његових посебности и туристичке перцепције, те различитих пружалаца услуга на подручју Републике Српске. У туристичке услуге убрајају се: туристичко-агенцијске услуге, угоститељске услуге, спортски лов и риболов, изнајмљивање моторних возила и пловила, као и услуге туристичких путовања и излета у земљи и иностранству. Такође, под туристичким услугама подразумевају се и услуге здравствено-рекреативног туризма. У пословима обављања туристичких услуга, укључен је све већи број субјеката који пружају туристичке услуге. Развојем туризма даје се на значају туристичким агенцијама, које настоје да поред посредничких и агенцијских функција, све чешће самостално пружају туристичке услуге у своје име и за свој рачун. У раду се полази од сљедеће постављене хипотезе којом се тврди да пружаоци услуга у руралном туризму, чине ланац вриједности заснован на природним и друштвеним посебностима руралних подручја, те представљају алат очувања руралних регија, њиховог околиша те локалног становништва. Доказивање постављене хипотезе

проведено је на примјеру студије случаја руралног туризма општине Србац у Републици Српској.

У поглављу **Материјал и метод истраживања** кандидат је презентovala методе и начин истраживања примјењен током израде мастер рада. При томе наводи да су за израду мастер рада кориштени примарни и секундарни извори података. Као секундарни извори података послужиле су информације прикупљене из стручних радова и литературе о наведеној теми. Географско-историјском методом истраживања добијени су подаци на нивоу општине Србац: географски положај, агроколошке карактеристике те стање у области туризма на подручју општине. У сврху прикупљања примарних извора података, креирана је анкета за анализу ставова субјеката о условима и пружању туристичких/угоститељских услуга на подручју општине Србац за 2024. годину, помоћу које се дошло до одговора на постављену хипотезу којом се тврди да пружаоци услуга у руралном туризму, чине ланац вриједности заснован на природним и друштвеним посебностима руралних подручја, те представљају алат очувања руралних регија, њиховог околиша те локалног становништва. Анкета је извршена директним контактом између испитаника и испитивача, те је анкету испунило 30 испитаника који пружају туристичке услуге на подручју општине Србац, укључујући хотел, мотеле, ресторане и приватна домаћинства, камп и кућице за одмор. Као пружаоци услуга у руралном туризму узети су у обзир сви расположиви капацитети за пружање туристичких и угоститељских услуга на подручју Општине Србац узимајући у обзир да је комплетна територија општине рурална (са густином становништва испод 150 становника/км²), те да су постојећи капацитети ограниченог обима те се не могу подвести под категорију масовног туризма.

Поглавље **Резултати истраживања** подијељено је у три потпоглавља. У потпоглављу Улога и значај руралног туризма у Републици Српској, кандидат је представила основне факторе и претпоставке за развој руралног туризма, као и статистичку долазака и ноћења туриста према врсти мјеста. Према погледу остварених долазака туриста на подручју Републике Српске знатно је већа посјећеност страних туриста у односу на домаће туристе. У протеклој 2023. години уочљив је висок постотак туриста који су посјетили остала туристичка мјеста њих 68,1%, бањска мјеста је посјетило 13,2%, нешто мања посјећеност туриста планинским мјестима 11,8%, а свега 6,9% је посјетило остала мјеста у која спада и посјета руралним дестинацијама. У погледу ноћења туриста према класификацији дјелатности уочљив је тренд тенденције

раста и домаћих и страних туриста, а нарочито страних. У односу на претходне године изражена је посјећеност туриста по броју остварених ноћења у протеклој 2023. години, хотели и сличан смјештај остварили су посјећеност од 92,1%, затим љечилишта 6,3%, а док је заступљеност кампова и простора за камповање и одмаралишта једнака са 0,8%. У потпоглављу Карактеристике развоја туризма општине Србац кандидат представља носиоце развоја туризма, као и ресурсе на којима се заснива његов развој, цитирајући при томе дијелове из Стратегије развоја општине Србац до 2028 године у којој се као нарочито значајни ресурси наводе: природни ресурси: мочварно-барски резерват Бардача, планина Мотајица, ријеке Врбас и Сава те лов и риболов; културно - историјска баштина: вјерски објекти, археолошка налазишта; манифестације и туристичка инфраструктура. У трећем подпоглављу представљени су резултати примарног дијела истраживања који се односи на Анализу пружалаца услуга у руралном туризму на подручју општине Србац. При томе кандидат поново наглашава да су као пружаоци услуга у руралном туризму узети су у обзир сви расположиви капацитети за пружање туристичких и угоститељских услуга на подручју Општине Србац узимајући у обзир да је комплетна територија општине рурална (са густином становништва испод 150 становника/км²), те да су постојећи капацитети ограниченог обима те се не могу подвести под категорију масовног туризма. Најбројнији пружаоци услуга су ресторани који су чинили 50% испитаника, заступљеност кампова и мотела једнака је с 20% учешћа, а заступљеност хотела је најмања и износи 10%. На питање који су били Ваши разлози за бављење туризмом испитаници су навели сљедеће мотиве: лични пословни успјех, страст према туризму, нова познанства и дружење са страним држављанима, позитиван проток новца, шанса запослења свих чланова породице, близина природе и одређене ка другачијим стиловима живота. Из ових одговора можемо закључити да пружаоци услуга у руралном туризму имају личне преференције и страст према туризму као дјелатности, а да економски интерес долази тек на четврто мјесто на листи мотива. На питање, за које активности су Вам потребни подстицаји локалне управе и виших нивоа власти, по мишљењу анкетираних испитаника су: запошљавање нових радника, набавка опреме и машина, финансијска помоћ за унапређење пословања, додатне обуке радне снаге, посјете сајмовима. На основу добијених података, већина од 50% испитаника је одговорила да своје туристичке објекте опскрбљује прехранбеним производима са других сељачких домаћинстава, док је мањи постотак од 20% испитаника који на домаћинству користе искључиво само властите производе, те су поједини истакли да у будућем периоду имају циљ да прошире своју властиту

производњу на газдинствима, а док 30% испитаника користи властите производе али подједнако и производе са других домаћинстава. Анкетирани испитаници наводе сљедеће активности које су на располагању посјетиоцима: организовани излети, школски излети, пјешачке и бицикличке стазе, све врсте боравка у природи, доступне спортске терене за фудбал, одбојку и кошарку, могућност прославе свадби и рођендана, пословне састанке и ручкове, могућност различитих радионица, те угодна мјеста за конзумирање традиционалних јела, одмор и релаксацију. Око 40% испитаника се изјаснио да се у њиховом објекту поред конзумације традиционалних јела могу купити и домаћи производи произведени на њиховом газдинству као што су прерађени производи од свињског меса (суво месо, сланина, кобасице, чварци), од воћа (јабука, крушка, шљива) и од пића ракија, док 60% њих је одговорило да немају могућност продаје домаћих производа или сувенира. Као главни проблем који негативно утиче на пословање испитаника на подручју општине, већина их је навела одлазак младе радне снаге. Одмах иза тога слиједе фактори који се односе на парафискалне намете (таксе, накнаде и сл.) и административна ограничења.

Дискусија. У дискусији кандидат се одредила према постављеној хипотези на начи да је резултате истраживања сучелила са резултатима истраживања других аутора. При томе кандидат констатује да је основна хипотеза према којој: пружаоци услуга у руралном туризму, чине ланац вриједности заснован на природним и друштвеним посебностима руралних подручја, те представљају алат очувања руралних регија, њиховог околиша те локалног становништва, потврђена. Кроз ово истраживање доказано је да у пркос томе што су поједини предјели општине девастирани, да подручја општине Србац јесу значајан ресурс за укупни материјални и друштвени развој руралних заједница, угодна за живот, рад и боравак. Резултати истраживања показују да на подручју општине Србац постоји развијен ланац вриједности у туризму, почев од приступачности општине са аспекта географског положаја и саобраћајне повезаности, преко доступности смјештајних капацитета, природних и културних атракција, понуде у гастрономији и занатској радиности до забаве и рекреације, односно различитих манифестација које се организују током године. Анализа пружалаца услуга у оквиру датог ланца вриједности омогућила је његову квалитативну анализу и оцјену степена развијености различитих актера у ланцу вриједности. Анализом су, између осталог, идентификовани мотиви субјеката за бављење туристичком дјелатности, при чему је установљено да су доминантни мотиви личне преференције и страст према туризму као

дјелатности, а да економски интерес долази тек на четврто мјесто на листи мотива. Ово потврђују и истраживања других аутора као што је Цунха и сарадници (2020) на подручју Португала који су утврдили да животни стил предузетника у руралном туризму представља централни мотив за њихов бизнис. Студија из Португала такође потврђује да конкретно, они предузетници вођени мотивацијом везаном за животни стил показују забринутост за одрживост, која се огледа у стратегијама директне продаје, улагањима у органску пољопривреду, еколошки исправном менаџменту или његовању вриједности локалне културе. Сљедећи очекивани резултат анализе пружалаца услуга у руралном туризму на подручју општине Србац је да је већина пружалаца услуга заправо породични бизнис гдје су сви чланови домаћинства укључени у наведену дјелатност. Многи други аутори такође потврђују значај руралног туризма, а нарочито агротуризма за стицање додатних извора прихода за породична газдинства, за очување газдинства и останак у руралним подручјима (Гец, Карлсен, Морисон, 2004).

Закључак. У закључку је кандидат резимирала циљ и предмет истраживања те констатовала да Република Српска има разноврсну и квалитетну основу за успјешан развој руралног туризма, изразите природне погодности, богато историјско и културно наслеђе, укупне друштвене претпоставке и повољан географски положај. Ови предуслови чине подлогу сваког успјешног туристичког развоја. За успјешан развој руралног туризма потребни су не само атрактивни ресурси, капацитети и квалитетни производи, него и ефикасна организација, адекватно образовање и добро осмишљен маркетинг. У приступу планирању развоја туризма у руралним подручјима Републике Српске, од посебног су значаја истраживање тржишта и коришћење свих инструмената маркетинга, те едукација становништва који имају жељу за останком и бављењем овом дјелатношћу у руралним срединама. Кроз разне видове едукација и развој руралног туризма, млади људи могу наћи поред економских и социо-културне мотиве да граде будућност у руралним подручјима. Један од најважнијих задатака у развоју руралног туризма је едукација домаћина и чланова домаћинства за бављење овом активношћу. Најприје је потребно, кроз стручну обраду домаћих и страних позитивних искустава у бављењу туризмом на селу, указати домаћинима на економску оправданост бављења овом дјелатношћу. Уз то, примјеном агресивног маркетинга, пропаганде и тржишног наступа може се поставити циљ да се јавност, односно домаћи и страни туристи упознају са изузетним љепотама и могућностима које нуди рурални туризам у Републици Српској.

У Прегледу литературе кандидат је навела 33 библиографских јединица и 4 интернет извора везаних за предмет истраживања, а који су кориштени и цитирани су у раду.

Рад се завршава са биографијом кандидата и прилогом који садржи примјер упитника кориштеног током примарних истраживања.

Комисија је добила увјерење да је извршена провјера аутентичности текста овог мастер рада и да је та провјера показала подударност од 8% текста са другим изворима који су исправно наведени (цитирани) у раду.

На основу претходно изнесеног, даје се сљедећа

ОЦЈЕНА НАУЧНЕ ВАЛИДНОСТИ РАДА

Кандидат Николина Проњ је за истраживање одабрала актуелну тему која на начин представљен у овом раду, није до сад била довољно истражена на простору Републике Српске, и њени резултати представљају значајан допринос сагледавању значаја примјене резултата истраживања у унапређењу развоја руралног туризма. Током истраживања користила је научне методе у поступку прикупљања и обраде података, што проведеном истраживању даје научни карактер. Резултати истраживања имају практичну вриједност јер могу послужити као користан инпут доносицима одлука у сектору туризма и пољопривреде, који су надлежни за програмирање мјера развоја ове двије привредне гране, у доношењу нових мјера којима би се на ефикаснији начин подржали субјекти у области руралног туризма у правцу даљег развоја и унапређења услуга. Резултати могу бити корисни и другим истраживачима који ће даље радити на овим истраживањима, и поредити резултате властитих истраживања са резултатима наведеним у овом раду.

ЗАКЉУЧАК И ПРИЈЕДЛОГ

На основу увида у садржај мастер рада студента Николине Проњ под насловом „Анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске“, методологију примијењену током истраживања, као и резултате истраживања и њихову дискусију, комисија закључује да је кандидат систематично, стручно и научно обрадила одабрану тему, да је правилно интерпретирала резултате истраживања и извела валидне закључке. Резултати истраживања имају научну и практичну вриједност, и представљају допринос развоју руралног туризма Републике Српске кроз унапређење мјера подршке пружаоцима услуга у руралном туризму.

На основу претходних констатација Комисија предлаже Наставно-научном вијећу Пољопривредног факултета Универзитета у Бањој Луци да усвоји позитиван извјештај и оцјену урађеног мастер рада кандидата Николине Проњ под насловом „Анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске“ и да га упути на даље поступање, тј. да омогући јавну одбрану.

У Бањој Луци, 09.12.2024. године

КОМИСИЈА

1.

Др Весна Мрдаљ, ванредни професор, предсједник

2.

Др Гордана Роквић Кнежић, редовни професор, ментор-члан

3.

Др Тамара Стојановић, ванредни професор, члан

ИЗЈАВА О АУТОРСТВУ

**Изјављујем да је
мастер/магистарски рад**

Наслов рада: Анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске

Наслов рада на енглеском језику: Analysis of service providers in rural tourism of the Republic of Srpska

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да мастер/магистарски рад, у цјелини или у дијеловима, није био предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршила ауторска права и користила интелектуалну својину других лица.

У Бањој Луци 23.12.2024.

Потпис кандидата

N. Pranj

**Изјава којом се овлашћује Пољопривредни факултет/ Академија умјетности
Универзитета у Бањој Луци да мастер/магистарски рад учини јавно доступним**

Овлашћујем Пољопривредни факултет / Академију умјетности Универзитета у Бањој Луци да
мој мастер/магистарски рад, под називом:

Анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске

који је моје ауторско дјело, учини јавно доступним.

Мастер/магистарски рад са свим прилозима предала сам у електронском формату,
погодном за трајно архивирање.

Мој мастер/магистарски рад, похрањен у д и г и т а л н и р е п о з и т о р и ј у м Универзитета
у Бањој Луци, могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце
Креативне заједнице (*Creative Commons*), за коју сам се одлучила.

1. Ауторство
2. Ауторство - некомерцијално
3. Ауторство - некомерцијално - без прераде
- ④ Ауторство - некомерцијално - дијелити под истим условима
5. Ауторство - без прераде
6. Ауторство - дијелити под истим условима

У Бањој Луци 23.12.2024.

Потпис кандидата

N. Praj

Изјава 3

**Изјава о идентичности штампане и електронске
верзије мастер/магистарског рада**

Име и презиме аутора Николина Проњ

Наслов рада Анализа пружалаца услуга у руралном туризму Републике Српске

Ментор проф. др Гордана Роквић Кнежић

Изјављујем да је штампана верзија мог мастер/магистарског рада идентична електронској верзији коју сам предала за дигитални репозиторијум Универзитета у Бањој Луци.

У Бањој Луци 23.12.2024

Потпис кандидата

N. Proņ