

Analiza mogućnosti za razvoj
AGROTURIZMA
u MZ Kiseljak (Grad Tuzla)

Regija jezera Modrac • lokalni proizvodi • održivi razvoj



PROJEKAT:	„Zelene zajednice: partnerstvo za pravednu tranziciju – ekonomski, okolišni i društveni razvoj“
KONTEKST AKTIVNOSTI:	Analiza mogućnosti za razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac, sa posebnim fokusom na MZ Kiseljak (Grad Tuzla)
NOSILAC PROJEKTA:	Fondacija tuzlanske zajednice (FTZ)
PARTNERI:	Centar za ekologiju i energiju Tuzla (CEE) i drugi lokalni akteri u MZ Kiseljak
PERIOD REALIZACIJE PROJEKTA:	01.11.2025 – 31.12.2027.
DONATORI/FINANSIJERI:	Freudenberg fondacija; Savezno ministarstvo za ekonomsku saradnju i razvoj SR Njemačke (BMZ); Fondacija tuzlanske zajednice sa partnerima
LOKACIJA:	MZ Kiseljak (Grad Tuzla) / Regija jezera Modrac
NARUČILAC:	Centar za ekologiju i energiju Tuzla (CEE)
IZRADA ANALIZE:	Februar – april,
PERIOD IZRADE ANALIZE	februar – april, 2026. godina
ANGAŽOVANI KONSULTANT	Prof.dr. Bahrija Umihanić

NAPOMENA

Pred Vama je sažeta verzija Analize mogućnosti za razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac, sa posebnim fokusom na MZ Kiseljak. Dokument je pripremljen na način da zadrži ključne analitičke nalaze, zaključna razmatranja, preporuke i prijedlog faznog modela implementacije, uz istovremeno reduciranje pojedinih teorijskih, deskriptivnih i preglednih dijelova radi veće preglednosti i praktične upotrebljivosti.

Sažimanje dokumenta izvršeno je tako da ne naruši njegovu stručnu, razvojnu i konsultantsku vrijednost. Posebna pažnja posvećena je očuvanju suštine nalaza empirijskog istraživanja, interpretacije razvojnih potencijala i ograničenja, kao i preporuka koje mogu poslužiti kao osnova za dalje planiranje aktivnosti i oblikovanje budućih projektnih intervencija.

Ova verzija dokumenta namijenjena je prije svega lakšem pregledu ključnih sadržaja i efikasnijem korištenju Analize u komunikaciji sa partnerima, institucijama i drugim relevantnim akterima. Za detaljniji uvid u sve teorijske, metodološke i empirijske elemente moguće je koristiti integralnu verziju dokumenta.

Contents

SAŽETAK.....	6
Kontekst i svrha analize	6
Metodološki pristup	6
Ključni nalazi.....	6
Ključna ograničenja	7
Procjena razvojne izvodljivosti	7
Preporučeni pravci djelovanja	7
Zaključna napomena	8
I DIO – UVODNA ODREĐENJA ANALIZE	9
UVOD	9
Predmet analize	9
Svrha i ciljevi analize	9
Prostorni i tematski obuhvat analize	10
Struktura dokumenta	10
II DIO – TEORIJSKI, STRATEŠKI I PLANSKI OKVIR	11
POJMOVNO I KONCEPTUALNO ODREĐENJE AGROTURIZMA	11
Pojmovno određenje agroturizma, ruralnog turizma i seoskog turizma	11
Dimenzije agroturizma u svjetlu zvaničnih međunarodnih i evropskih dokumenata	11
PREGLED RELEVANTNIH POLITIKA, STRATEGIJA I ZAKONODAVNOG OKVIRA	12
Evropska unija	12
Bosna i Hercegovina	13
Federacija Bosne i Hercegovine	13
Tuzlanski kanton.....	13
Sintetički osvrt.....	14
III DIO – REGIJA JEZERA MODRAC KAO RAZVOJNI OKVIR.....	15
REGIJA JEZERA MODRAC KAO RAZVOJNI OKVIR ZA AGROTURIZAM.....	15
Polazni kontekst Regije jezera Modrac: prostor, okoliš, infrastruktura i stanovništvo.....	15
Prostorni obuhvat i upravljački kontekst Regije jezera Modrac.....	15
Prostorna struktura i postojeća izgrađenost u priobalnom pojasu	15
Ograničenja, režimi zaštite i okolišni pritisci relevantni za razvoj agroturizma.....	15
Infrastrukturni okvir.....	16
Stanovništvo i posjete.....	16
Planski okvir i prostorni pokazatelji: vizija razvoja, infrastrukturni model i bilansi namjene	16
Vizija razvoja i koncept integralnog upravljanja resursom.....	16
Trostruki infrastrukturni model razvoja: prirodna, prostorna i tehnološka infrastruktura	17
Bilansi osnovne namjene prostora na nivou obuhvata	17
Struktura namjene prostora na području Grada Tuzla i implikacije za MZ Kiseljak.....	17

Površine preklapanja: mineralna voda, sport i rekreacija, vodno dobro i obalni pojas	17
AGROTURIZAM U STRATEŠKIM I PLANSKIM DOKUMENTIMA SA POSEBNIM OSVRTOM NA MZ KISELJAK	19
Agroturizam u strateškim dokumentima sa posebnim osvrtom na MZ Kiseljak	19
Agroturizam u planskom i prostornom kontekstu MZ Kiseljak	20
Ključne pretpostavke za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak	21
Ograničenja i prepreke za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak	22
IV DIO – METODOLOŠKI OKVIR I ISTRAŽIVAČKI PRISTUP	24
METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	24
Cilj empirijskog istraživanja	24
Istraživačka pitanja i analitički fokus	24
Metodološki pristup i istraživački dizajn	24
Područje istraživanja i ciljne grupe	25
Desk analiza relevantne dokumentacije	25
Mapiranje proizvođača i domaćinstava	25
Anketiranje proizvođača i domaćinstava	25
Strukturirani upitnici za ključne aktere	25
Fokus grupe i konsultativni sastanci	26
Uzorak i obuhvat istraživanja	26
Način obrade i analize podataka	26
Ograničenja istraživanja	26
V DIO – REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA I ANALITIČKA INTERPRETACIJA	27
REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA	27
Profil lokalne baze za razvoj agroturizma	27
Proizvodna osnova i lokalni proizvodi kao jezgro agroturističke ponude	27
Tržišni potencijal i potražnja za agroturističkim iskustvima	28
Infrastrukturni, tehnički i minimalni standardi usluge	29
Organizacioni kapaciteti, koordinacija i modeli saradnje	29
Znanja, vještine, potrebe podrške i razvojna spremnost lokalnih aktera	30
Uloga žena i mladih u razvoju agroturizma	31
Fokus grupe kao validacija i produbljivanje nalaza	31
Procjena razvojne izvodljivosti agroturizma u MZ Kiseljak	32
Sintetička interpretacija rezultata istraživanja	33
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	35
Ključni nalazi analize	35
Procjena razvojne izvodljivosti agroturizma u MZ Kiseljak	36
Kritična ograničenja i rizici razvoja	37
PREPORUKE ZA RAZVOJ AGROTURIZMA U MZ KISELJAK	37
Preporuke za okolišnu i komunalnu sanaciju kao preduslov razvoja	37

Preporuke za jačanje proizvođača i domaćinstava	38
Preporuke za razvoj tržišno održive agroturističke ponude	38
Preporuke za organizaciju, koordinaciju i upravljanje ponudom	39
Preporuke za promociju, brendiranje i tržišno pozicioniranje	39
Preporuke za uključivanje žena, mladih i početnika	40
PRIJEDLOG FAZNOG MODELA IMPLEMENTACIJE	40
Kratkoročne mjere (0–12 mjeseci)	40
Srednjoročne mjere (1–3 godine)	41
Mogući pilot-model agroturizma za MZ Kiseljak	42
POPIS REFERENCI	42

SAŽETAK

Kontekst i svrha analize

Ova analiza razmatra mogućnosti razvoja agroturizma u Regiji jezera Modrac, sa posebnim fokusom na MZ Kiseljak (Grad Tuzla), u okviru projekta „Zelene zajednice: partnerstvo za pravednu tranziciju – ekonomski, okolišni i društveni razvoj“. Polazna osnova dokumenta jeste stav da se agroturizam ne može razumjeti kao izolirana turistička aktivnost, nego kao razvojni model koji povezuje poljoprivredu, lokalne proizvode, domaćinstva, iskustvo prostora, rekreativne i edukativne sadržaje, te šire ciljeve održivog lokalnog razvoja. U tom smislu, analiza ne pristupa agroturizmu kao unaprijed zadanoj razvojnoj orijentaciji, nego kao mogućnosti čija se izvodljivost procjenjuje na osnovu teorijskog, planskog, prostornog i empirijskog uvida.

Dokument je oblikovan tako da pruži stručnu osnovu za razumijevanje razvojnih potencijala, ograničenja i mogućih pravaca budućeg djelovanja, ali i da omogući širu interpretaciju mjesta agroturizma u razvoju Regije jezera Modrac. Njegova funkcija nije samo da utvrdi šta je u Kiseljaku i širem prostoru razvojno realno, nego i da ukaže na koji način lokalni resursi mogu postati osnova za pažljivo vođene razvojne i projektne intervencije koje povezuju ekonomsku aktivaciju, kvalitet života, zaštitu prostora i teritorijalnu prepoznatljivost.

Metodološki pristup

Analiza je zasnovana na kombinaciji više izvora i metoda kako bi se razvojni potencijal MZ Kiseljak i Regije jezera Modrac sagledao višedimenzionalno i iz više međusobno povezanih perspektiva. U radu su korišteni desk analiza relevantne planske, strateške i stručne dokumentacije, institucionalno pribavljeni sekundarni i administrativni izvori podataka, terensko mapiranje, anketiranje proizvođača i domaćinstava, strukturirani upitnici za institucije i javne službe, kao i za tržišne i turističke aktere, te fokus grupe sa proizvođačima, ženama i mladima.

Takav metodološki okvir omogućio je da se pitanje razvoja agroturizma ne sagleda parcijalno, nego kroz povezanost proizvodne osnove, lokalnih proizvoda, tržišne perspektive, infrastrukturnih i okolišnih uslova, organizacionih kapaciteta i ljudskih potencijala lokalne zajednice. Time je stvorena analitička osnova ne samo za procjenu postojećih resursa, nego i za razumijevanje njihove razvojne upotrebljivosti u širem regionalnom kontekstu.

Ključni nalazi

Analiza pokazuje da se mogućnosti razvoja agroturizma ne mogu valjano razumjeti ako se posmatraju isključivo na nivou MZ Kiseljak, bez uvažavanja šire Regije jezera Modrac kao strateški važnog prostorno-resursnog sistema. Iako Kiseljak predstavlja ključni lokalni fokus istraživanja, stvarna razvojna logika upućuje na potrebu da se agroturizam sagledava kao dio šire regionalne strukture u kojoj se prepliću prirodni resursi, obalni prostor, poljoprivredna proizvodnja, lokalne zajednice, tokovi posjetilaca i različite institucionalne nadležnosti. U tom smislu, Kiseljak se može razumjeti kao pilot-prostor i razvojno žarište, ali ne i kao jedini okvir budućeg djelovanja.

Nalazi istovremeno potvrđuju da lokalni proizvodi i porodična domaćinstva predstavljaju najsnažnije jezgro buduće ponude, ali da njihova razvojna vrijednost raste onda kada se povežu sa širim identitetom prostora jezera Modrac. Buduća ponuda ne treba se zasnivati na jednoj dimenziji agroturizma, nego na

kombinaciji više međusobno povezanih dimenzija: proizvodne, gastronomsko-prodajne, doživljajno-edukativne, rekreativno-prostorne, ekonomsko-diverzifikacijske i dimenzije lokalne zajednice i održivosti. Upravo u toj povezanosti leži mogućnost da lokalni proizvodi, domaća hrana, edukativni sadržaji, boravak u prirodi, male manifestacije i iskustvo prostora postanu osnova tržišno razumljive i razvojno održive ponude.

Posebno važan nalaz odnosi se na ulogu žena i mladih, koji se potvrđuju kao ključni nosioci budućih razvojnih aktivnosti. Žene su prepoznate kao nositeljice prerade, domaće kuhinje, gostoprimstva i mikro-usluga, dok mladi imaju značajan potencijal u digitalnoj promociji, interpretaciji prostora, organizaciji sadržaja i razvoju novih oblika lokalnog poduzetništva. Istovremeno, analiza pokazuje da najveće razvojne prepreke nisu samo resursne, nego i organizacione, infrastrukturne, standardizacijske i tržišne: raspršenost aktera, ograničena koordinacija, nedovoljna komunalna uređenost, slabija standardizacija proizvoda i usluga, te nedostatak zajedničkog identiteta i pouzdanih promotivnih kanala..

Ključna ograničenja

Pored razvojnih potencijala, analiza pokazuje da razvoj agroturizma ograničavaju slaba organizovanost aktera, nedovoljna povezanost proizvodnje, ponude i tržišta, ograničeni tehnički i infrastrukturni kapaciteti domaćinstava, nizak stepen standardizacije proizvoda i usluga, te slaba digitalna vidljivost i promocija. Dodatno opterećenje predstavljaju okolišni i komunalni problemi prostora, naročito u vezi sa jezerom Modrac, pristupačnošću, higijenom i uređenošću lokaliteta, kao i odsustvo jasnijeg teritorijalnog identiteta regije. Zbog toga glavni razvojni izazov nije samo u postojanju resursa, nego u njihovom povezivanju u funkcionalan, vjerodostojan i tržišno održiv sistem ponude.

Procjena razvojne izvodljivosti

Opći zaključak analize jeste da je razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac izvodljiv, ali ne kao model brze turističke ekspanzije, nego kao model pažljivo vođene, fazne i prostorno odgovorne diversifikacije lokalne ekonomije. U užem smislu, MZ Kiseljak posjeduje dovoljno elemenata da posluži kao pilot-područje za testiranje tržišno održivih oblika ponude, dok u širem smislu Regija jezera Modrac posjeduje dovoljno prostorne, okolišne i simboličke snage da toj lokalnoj ponudi osigura širi kontekst, veću prepoznatljivost i više razvojnih pravaca.

Razvojna izvodljivost naročito je vidljiva u segmentima koji ne traže velika početna ulaganja, a omogućavaju brzo testiranje interesa tržišta i lokalne spremnosti. To se prije svega odnosi na prodaju na imanju, male degustacijske formate, radionice, sezonske manifestacije, obrazovne posjete, obilazak domaćinstava, povezivanje sa školama i izletničkim grupama, te razvoj manjih ruta koje povezuju lokalne proizvode, priču o prostoru i boravak uz jezero. Takvi formati predstavljaju realnu osnovu za prve razvojne intervencije i za postepeno građenje regionalno prepoznatljive ponude..

Preporučeni pravci djelovanja

Na osnovu rezultata analize preporučuje se da se naredne aktivnosti usmjere na nekoliko međusobno povezanih pravaca: okolišnu i komunalnu sanaciju prioriternih lokaliteta, jačanje proizvođača i domaćinstava, razvoj tržišno održive i višedimenzionalne ponude, uspostavljanje funkcionalne koordinacione strukture, postepeno razvijanje promocije i brendiranja, te ciljano uključivanje žena, mladih i početnika. Posebno je važno da se budući razvoj ne vodi improvizirano, nego kroz pilot-pristup,

faznu implementaciju, aktivno uključivanje stručnjaka, edukaciju, studijske posjete, konseling pri pokretanju biznisa i mentoring u fazi vođenja i rasta aktivnosti.

Analiza se stoga može koristiti ne samo kao procjena mogućnosti razvoja agroturizma, nego i kao podloga za oblikovanje širih razvojnih projekata u Regiji jezera Modrac. Njena posebna vrijednost jeste u tome što omogućava da se agroturizam uklopi u širi okvir lokalnog ekonomskog razvoja, zelene tranzicije, unapređenja kvalitete života, jačanja razvojnih žarišta i teritorijalnog pozicioniranja prostora. U tom smislu, Kiseljak se nameće kao prioritarna početna tačka, dok Regija jezera Modrac predstavlja odgovarajući okvir za oblikovanje integrisanih, fazno osmišljenih i razvojno održivih projektnih intervencija.

Zaključna napomena

Na osnovu cjelokupne analize može se zaključiti da MZ Kiseljak i Regiju jezera Modrac ne treba posmatrati ni kao prostor bez razvojne perspektive, ni kao područje spremno za široku turističku transformaciju bez prethodne pripreme. Riječ je o prostoru koji raspolaže autentičnim resursima, lokalnim proizvodima, domaćinstvima, ljudskim potencijalima i prostornim identitetom, ali kojem su potrebni pažljivo usmjereni, stručno vođeni i razvojno disciplinirani koraci kako bi ti resursi postali dio funkcionalne i tržišno održive ponude.

Zbog toga je najracionalniji pristup onaj koji polazi od manjih, pažljivo odabranih pilot-aktivnosti, osnaživanja lokalnih aktera, poboljšanja osnovnih standarda, uređenja prostora i postupnog građenja tržišne vidljivosti. Takav razvojni model ne samo da je u skladu sa stvarnim kapacitetima lokalne zajednice i regije, nego pruža i najviše izgleda da se buduće aktivnosti zasnivaju na iskustvu, provjeri i postepenom širenju onoga što se u praksi pokaže funkcionalnim, održivim i razvojno korisnim.

I DIO – UVODNA ODREĐENJA ANALIZE

UVOD

Prostor MZ Kiseljak, kao dio šire Regije jezera Modrac, predstavlja specifičan razvojni prostor u kojem se prirodni resursi, poljoprivredna osnova, lokalna zajednica i okolišna osjetljivost ukrštaju na način koji zahtijeva pažljivo i višedimenzionalno sagledavanje. Riječ je o području koje raspolaže određenim resursima za razvoj lokalno utemeljenih ekonomskih aktivnosti, ali istovremeno i o prostoru opterećenom nizom razvojnih, infrastrukturnih i okolišnih ograničenja. U takvom kontekstu, pitanje mogućnosti razvoja agroturizma ne može se posmatrati izdvojeno, niti se može svesti na procjenu pojedinačnih turističkih sadržaja. Ono traži širi analitički pristup koji povezuje poljoprivredu, lokalne proizvode, prostor, društvene aktere, tržište, okoliš i institucionalni okvir.

Analiza mogućnosti za razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac, sa posebnim fokusom na MZ Kiseljak, nastala je u okviru projekta „Zelene zajednice: partnerstvo za pravednu tranziciju – ekonomski, okolišni i društveni razvoj“, koji se realizira u periodu od 01.11.2025. do 31.12.2027. godine. Projektni okvir, usmjeren na povezivanje ekonomskih, okolišnih i društvenih dimenzija razvoja, pruža posebno važan kontekst za razmatranje agroturizma kao mogućeg oblika lokalne diversifikacije i održivog korištenja raspoloživih resursa. U tom smislu, ova analiza ne pristupa agroturizmu kao izoliranoj djelatnosti, nego kao razvojnom modelu koji može imati smisla samo ukoliko je zasnovan na stvarnim kapacitetima lokalne zajednice, usklađen sa stanjem prostora i povezan sa širim principima održivog i uključivog razvoja.

Predmet analize

Predmet ove analize jesu mogućnosti za razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac, sa posebnim fokusom na MZ Kiseljak kao lokalnu zajednicu u okviru administrativnog područja Grada Tuzla. U užem stručnom smislu, predmet analize obuhvata procjenu raspoloživih prirodnih, poljoprivrednih, prostornih, društvenih, tržišnih i institucionalnih pretpostavki za oblikovanje održivog i razvojno realnog modela agroturističke ponude. To uključuje sagledavanje proizvodne osnove domaćinstava i proizvođača, značaja lokalnih proizvoda, stepena spremnosti domaćinstava za uključivanje u različite oblike ponude, tržišnog potencijala, infrastrukturnih uslova, organizacionih kapaciteta, kao i uloge žena, mladih i drugih lokalnih aktera.

Predmet analize ne svodi se na identifikaciju pojedinačnih turističkih atrakcija, niti na procjenu opće privlačnosti prostora. Riječ je o znatno složenijem zadatku koji podrazumijeva ispitivanje da li postoje dovoljni realni uslovi da se poljoprivreda, lokalni proizvodi, domaćinstva i iskustvo prostora povežu u funkcionalnu, tržišno razumljivu i razvojno održivu formu agroturističke ponude. U tom smislu, predmet analize nije turistički proizvod u operativnom smislu, nego razvojna mogućnost i njena stvarna izvodljivost u konkretnom lokalnom i regionalnom kontekstu.

Svrha i ciljevi analize

Svrha ove analize jeste da pruži stručno utemeljenu osnovu za procjenu mogućnosti razvoja agroturizma u MZ Kiseljak, unutar šireg prostora Regije jezera Modrac. Analiza je oblikovana tako da objedini teorijski okvir, planske i razvojne osnove, empirijske nalaze i interpretativno-konsultantski pristup, kako bi se na toj osnovi mogla donijeti argumentirana procjena o stvarnim mogućnostima, ograničenjima i pravcima

budućeg djelovanja. U tom smislu, njena svrha nije samo opisna ili informativna, nego i analitička i razvojno orijentirana.

Osnovni cilj analize jeste procijeniti realne mogućnosti razvoja agroturizma u MZ Kiseljak. Pored tog općeg cilja, analiza ima i više međusobno povezanih posebnih ciljeva. Prvi je teorijski i konceptualno razjasniti mjesto agroturizma u odnosu na ruralni i seoski turizam, kako bi se razvojne mogućnosti Kiseljaka razmatrale u jasno definisanom okviru. Drugi je sagledati relevantne politike, strategije, planske dokumente i zakonodavni okvir koji su od značaja za ovaj prostor. Treći je empirijski identificirati i protumačiti resurse, aktere, potrebe, ograničenja i očekivanja na lokalnom nivou. Četvrti je procijeniti koji su oblici agroturističke ponude razvojno najrealniji i organizaciono najizvodljiviji. Peti je izvesti preporuke i prijedlog faznog modela djelovanja koji će imati praktičnu vrijednost u daljnjem radu.

Prostorni i tematski obuhvat analize

Prostorni obuhvat analize definisan je dvonivojski. U širem smislu, analiza obuhvata Regiju jezera Modrac kao prostorni, okolišni i razvojni okvir unutar kojeg se sagledavaju planske, infrastrukturne i funkcionalne pretpostavke relevantne za razvoj agroturizma. U užem i operativnom smislu, fokus analize usmjeren je na MZ Kiseljak kao konkretnu lokalnu zajednicu u okviru Grada Tuzla. Takvo određenje omogućava da se Kiseljak sagleda i kao dio šireg sistema i kao samostalna lokalna jedinica sa vlastitim resursima, akterima i razvojnim ograničenjima.

Tematski obuhvat analize također je definisan široko, ali funkcionalno. On uključuje teorijsko određenje agroturizma, pregled relevantnih politika, strategija i planskih dokumenata, te empirijsko istraživanje usmjereno na domaćinstva, poljoprivrednike, proizvođače, institucije, javne službe, tržišne i turističke aktere, kao i učesnike fokus grupa. U okviru toga razmatraju se proizvodna osnova i lokalni proizvodi, tržišni potencijal, infrastrukturni i minimalni standardi usluge, organizacioni kapaciteti, modeli saradnje, potrebe podrške, te uloga žena i mladih u razvoju agroturizma.

Struktura dokumenta

Dokument je strukturiran tako da postepeno vodi od općeg teorijskog i planskog okvira prema empirijskim nalazima, analitičkoj interpretaciji, zaključcima i preporukama. Takva struktura nije samo formalna, nego metodološki opravdana, jer omogućava da se procjena mogućnosti razvoja agroturizma zasniva na povezanosti konceptualnog okvira, prostorno-planskih i razvojnih činjenica, terenskih nalaza i završnog interpretativnog zaključivanja.

Četvrti dio dokumenta donosi zaključna razmatranja, ključne nalaze, procjenu mogućnosti, ograničenja i preporuke po oblastima, uz prijedlog faznog modela implementacije. U ovom dijelu empirijski nalazi i analitički zaključci prevode se u razvojno usmjerene preporuke i prioritete djelovanja. Time dokument dobija završnu funkcionalnu cjelinu: od analize stanja i mogućnosti ka razmatranju narednih koraka i razvojno primjenjivih pravaca djelovanja.

II DIO – TEORIJSKI, STRATEŠKI I PLANSKI OKVIR

POJMOVNO I KONCEPTUALNO ODREĐENJE AGROTURIZMA

Pojmovno određenje agroturizma, ruralnog turizma i seoskog turizma

Za potrebe ove analize neophodno je jasno razgraničiti pojmove ruralni turizam, seoski turizam i agroturizam, jer se u praksi često koriste paralelno, iako ne označavaju isti nivo sadržajnog obuhvata. U međunarodnoj institucionalnoj i naučnoj literaturi ruralni turizam predstavlja najširi, krovni pojam, dok se agroturizam tretira kao njegov uži i specifičniji oblik, neposredno povezan s aktivnim poljoprivrednim gazdinstvom. Pojam seoski turizam u ovoj analizi koristi se kao opisno koristan termin za aktivnosti vezane za ambijent sela, tradicijski način života, lokalnu gastronomiju i kulturu, ali ne kao pojam koji ima jednako jasno i stabilno normativno uporište kao ruralni turizam i agroturizam. Zbog toga se ova tri pojma ne mogu tretirati kao potpuni sinonimi, nego kao međusobno povezane, ali hijerarhijski različite kategorije.

Za razliku od ova dva pojma, agroturizam je sadržajno uži i operativno precizniji pojam. Njegovo najvažnije obilježje jeste funkcionalna povezanost sa stvarnom poljoprivrednom aktivnošću. To potvrđuju i normativni i stručni izvori. Italijanski Zakon br. 96/2006, koji se često uzima kao jedan od najjasnijih evropskih normativnih okvira za ovu oblast, određuje agroturističke aktivnosti kao aktivnosti prijema i gostoprimstva koje obavljaju poljoprivredni poduzetnici, u vezi s obradom zemljišta, šumarstvom i uzgojem životinja, pri čemu turistička djelatnost mora ostati povezana s osnovnom poljoprivrednom funkcijom gazdinstva (Law No. 96/2006, 2006). Time se agroturizam jasno razlikuje od općeg ruralnog turizma: nije dovoljno da se aktivnost odvija na selu, nego mora postojati organska veza između turističkog iskustva i aktivnog gazdinstva.

Agroturizam je oblik turističke ponude koji se odvija na aktivnom poljoprivrednom gazdinstvu ili je s njim neposredno funkcionalno povezan, u kojem domaćinstvo ili proizvođač pruža gostima usluge i iskustva zasnovana na poljoprivrednoj proizvodnji, lokalnim proizvodima, ruralnom načinu života, edukativnim, rekreativnim i gastronomskim sadržajima, pri čemu turistička aktivnost dopunjuje, a ne zamjenjuje osnovnu poljoprivrednu djelatnost.

Dimenzije agroturizma u svjetlu zvaničnih međunarodnih i evropskih dokumenata

Za potrebe procjene razvojnih mogućnosti u MZ Kiseljak posebno je važno da se agroturizam ne razumije samo kao dodatna turistička usluga, nego kao spoj proizvodnje, gostoprimstva, lokalnih proizvoda, iskustva prostora i diverzifikacije prihoda domaćinstva. Takav pristup proizlazi iz evropskih i međunarodnih dokumenata koji agroturizam povezuju s otpornošću farmi, očuvanjem ruralne baštine, jačanjem lokalne ekonomije i stvaranjem dodatnih prilika za zapošljavanje. Evropski parlament posebno naglašava da ruralni turizam doprinosi ekonomskoj, društvenoj i okolišnoj održivosti ruralnih područja, uključujući očuvanje malih i raznovrsnih farmi te otvaranje radnih mjesta, posebno za žene (European Parliament Research Service [EPRS], 2023).

Iz takvog normativnog određenja mogu se jasno izdvojiti osnovne dimenzije agroturizma relevantne za ovu analizu. Prva je poljoprivredno-proizvodna dimenzija, jer agroturizam pretpostavlja postojanje stvarne poljoprivredne aktivnosti i korištenje resursa gazdinstva kao osnove turističke ponude. U slučaju MZ Kiseljak to znači da procjena potencijala mora obuhvatiti strukturu gazdinstava, vrstu proizvodnje, sezonalnost rada, raspoložive poljoprivredne resurse i stepen njihove moguće integracije u turističku

ponudu. Bez takve osnove može se govoriti o ruralnom ili seoskom turizmu, ali ne nužno o agroturizmu u užem smislu (Law No. 96/2006, 2006).

Četvrta je doživljajno-edukativna dimenzija, jer savremeno razumijevanje agroturizma ne polazi samo od pružanja usluge nego od oblikovanja autentičnog iskustva. Evropski i međunarodni izvori naglašavaju važnost kontakta s domaćinom, lokalne priče, upoznavanja načina proizvodnje, kulturnih obrazaca i svakodnevnog života u ruralnom prostoru. U tom smislu vrijednost agroturizma ne proizlazi samo iz materijalnih resursa, nego i iz sposobnosti lokalne zajednice da znanje, običaje, rad na imanju i ruralni ambijent pretvori u sadržaj koji je posjetiocu razumljiv, uvjerljiv i privlačan (EPRS, 2023; UNWTO, 2019).

Šesta je ekonomsko-diverzifikacijska dimenzija, koju posebno snažno naglašava EU CAP Network. U tom okviru agroturizam se posmatra kao oblik diverzifikacije farme koji doprinosi dodatnim prihodima, otpornosti domaćinstava i njihovoj boljoj prilagodbi tržišnim i klimatskim promjenama. Pri tome se izričito ističe da agroturizam mora ostati dopunski poljoprivredi, odnosno da turističke i ugostiteljske aktivnosti mogu biti ponuđene samo od radnih gazdinstava i da trebaju dopunjavati, a ne zamjenjivati poljoprivrednu proizvodnju (EU CAP Network, 2026). Ova dimenzija je od posebnog značaja za MZ Kiseljak, jer razvoj agroturizma ima smisla upravo onda kada povećava ekonomsku održivost domaćinstava i širi njihove razvojne opcije bez narušavanja osnovne proizvodne funkcije.

Na toj osnovi, agroturizam se u ovoj analizi određuje kao razvojni model koji objedinjuje aktivno gazdinstvo, gostoprimstvo, lokalne proizvode, iskustvo ruralnog prostora i dodatne izvore prihoda. Njegove ključne dimenzije za procjenu mogućnosti razvoja u MZ Kiseljak jesu: poljoprivredno-proizvodna, smještajno-ugostiteljska, gastronomsko-prodajna, doživljajno-edukativna, rekreativno-prostorna, ekonomsko-diverzifikacijska te dimenzija lokalne zajednice i održivosti. Takvo razumijevanje omogućava da se razvojni potencijal Kiseljaka ne procjenjuje parcijalno, nego kroz međusobnu povezanost proizvodnih, prostorno-doživljajnih i tržišnih elemenata koji zajednički oblikuju održiv agroturistički model (Law No. 96/2006, 2006; EPRS, 2023; EU CAP Network, 2026; UNWTO, 2019)

PREGLED RELEVANTNIH POLITIKA, STRATEGIJA I ZAKONODAVNOG OKVIRA

Evropska unija

Na nivou Evropske unije agroturizam se ne uređuje kao zasebna, jedinstveno kodificirana oblast, nego se normativno i razvojno oblikuje na presjeku zajedničke poljoprivredne politike, politike ruralnog razvoja, politike turizma i održivog upravljanja hranom i prostorom. Za ovu analizu posebno je važna činjenica da EU agroturizam ne tretira kao marginalnu dopunsku djelatnost, nego kao legitimni instrument diverzifikacije ruralne ekonomije, jačanja otpornosti gazdinstava i valorizacije lokalnih resursa. U tom smislu, za razumijevanje agroturizma ključni nisu samo turistički dokumenti, nego i propisi i strategije koji uređuju razvoj ruralnih područja, lokalni razvoj vođen zajednicom, kratke lance vrijednosti, održivu proizvodnju hrane i izgradnju nepoljoprivrednih aktivnosti u ruralnom prostoru.

Iz perspektive ove analize, evropski okvir ima tri važne implikacije. Prvo, agroturizam se legitimiše kao dio politike ruralne diversifikacije i lokalnog razvoja. Drugo, njegova održivost se vezuje za lokalne proizvode, saradnju aktera i teritorijalni identitet. Treće, evropski dokumenti dosljedno potvrđuju da uspješan razvoj agroturizma ne zavisi samo od smještaja ili ugostiteljstva, nego od cjelokupnog ekosistema: funkcionalnog gazdinstva, lokalnog lanca vrijednosti, zajednice i održivog upravljanja prostorom.

Bosna i Hercegovina

Na nivou Bosne i Hercegovine osnovni pravni okvir za poljoprivredu i ruralni razvoj čini Zakon o poljoprivredi, prehrani i ruralnom razvoju Bosne i Hercegovine iz 2008. godine. Taj zakon ima okvirni karakter i uspostavlja ciljeve, načela, institucionalnu koordinaciju i strateško planiranje u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja. Njegova važnost za agroturizam nije u tome što ga posebno definira, nego u tome što ruralni razvoj postavlja kao javnopolitičku kategoriju i što predviđa da se politika ruralnog razvoja operacionalizira kroz strateško planiranje. Na taj način državni nivo uspostavlja minimalni zajednički okvir unutar kojeg niži nivoi vlasti razvijaju konkretnije mjere i instrumente.

Najvažniji savremeni strateški dokument na državnom nivou je Strateški plan ruralnog razvoja Bosne i Hercegovine za period 2023–2027 – okvirni dokument. Iz samog dokumenta je vidljivo da je izrađen u saradnji institucija BiH, Federacije BiH, Republike Srpske i Brčko distrikta, te da se domaće politike nastoje približiti Zajedničkoj poljoprivrednoj politici EU, Green Dealu, Strategiji „Od njive do trpeze“ i Strategiji biodiverziteta do 2030. godine. Dokument dodatno naglašava da je njegovo donošenje značajno i za pitanja EU integracija, jer zemlje kandidati za članstvo moraju imati strateški okvir kao osnovu za pripremu IPARD programa. U metodološkom smislu posebno je važno što plan polazi od entitetskih i distriktnog strateških dokumenata, što pokazuje da se ruralni razvoj u BiH gradi kroz višerazinski, koordinirani model upravljanja.

Federacija Bosne i Hercegovine

Na nivou Federacije BiH okvir postaje znatno konkretniji i operativniji. Zakon o poljoprivredi FBiH uređuje ciljeve i mjere poljoprivredne politike, definiše poljoprivredno gazdinstvo, institucionalnu podršku, registre i upravni nadzor. Izmjenama zakona iz 2021. godine dodatno je naglašeno da se poljoprivredna politika provodi prema Strategiji poljoprivrede i ruralnog razvoja Federacije BiH, čime je strateški dokument dobio čvrsto zakonsko uporište. Paralelno s tim, Zakon o novčanim podrškama u poljoprivredi i ruralnom razvoju FBiH uređuje modele podrške, izvore finansiranja, korisnike i način realizacije poticaja, pri čemu se godišnji programi podrške vežu uz srednjoročnu strategiju razvoja sektora. Za agroturizam je to važno jer pokazuje da je njegov razvoj u Federaciji primarno vezan za sistem ruralnorazvojnih i investicionih poticaja, a ne samo za turističke subvencije.

Središnji razvojni dokument predstavlja Strategija poljoprivrede i ruralnog razvoja Federacije BiH 2021–2027, koja je kao zvanični dokument objavljena 2024. godine. Upravo ova strategija daje najjasnije federalno uporište za agroturizam, jer eksplicitno predviđa podršku diverzifikaciji ekonomskih aktivnosti na ruralnom prostoru. U okviru mogućih ulaganja strategija navodi ulaganja u alternativne poljoprivredne proizvodnje, preradu i doradu na gazdinstvu, direktni marketing i prodaju, tradicionalno zanatstvo i – posebno važno – ulaganje u ruralni turizam, koje obuhvata smještaj i prehranu turista na poljoprivrednom gazdinstvu, jahanje, lov, ribolov i srodne aktivnosti. Strategija pritom dodatno favorizira mlade poljoprivrednike, žene nositeljice gazdinstava i gazdinstva u područjima sa prirodnim ograničenjima, što je veoma značajno za oblikovanje uključivog modela agroturizma.

Tuzlanski kanton

Na nivou Tuzlanskog kantona relevantni okvir čine i integrirani razvojni dokumenti i sektorski propisi. Strategija razvoja Tuzlanskog kantona 2021–2027 predstavlja integrirani multisektorski dokument kojim se usmjeravaju javne politike i razvojne intervencije na području kantona. Time je uspostavljen širi institucionalni okvir u kojem se razvoj poljoprivrede, turizma, okoliša i lokalnog ekonomskog razvoja

može povezivati unutar jedinstvene razvojne logike, što je za agroturizam posebno važno jer on po prirodi pripada upravo međusektorskim razvojnim modelima.

Najvažniji sektorski dokument za ovu temu je Strategija razvoja turizma Tuzlanskog kantona 2024–2029. U njoj se izričito navodi da među dominantne oblike turizma Kantona spadaju seoski turizam i agroturizam, zajedno sa gastronomskim, planinskim, eko-, geo-, zdravstvenim i sportsko-rekreacijskim turizmom. Strategija naglašava da su ruralna područja i ruralni turistički proizvodi značajan resurs kantona, ali i da tržište ruralnog turizma nije dovoljno segmentirano. Istovremeno se jasno konstatuje da Tuzlanski kanton ima visoku konkurentnost za seoski turizam i agroturizam, te da je potrebno dublje analizirati i dalje razvijati prirodno-geografske i društveno-geografske potencijale za eko- i agroturizam. Za Kiseljak je naročito važno što strategija ovaj prostor pozicionira unutar šire razvojne logike područja akumulacije Modrac.

Posebnu operativnu težinu imaju i godišnji Programi novčanih podrški u poljoprivredi i ruralnom razvoju Tuzlanskog kantona, jer upravo oni prevode zakonodavni okvir u konkretna budžetska izdvajanja. Zvanični kantonalni dokumenti potvrđuju postojanje programa za 2024. i 2025. godinu, kao i izvještaje o njihovoj realizaciji. U razvojnom smislu to je važno jer pokazuje da na nivou Tuzlanskog kantona postoji ne samo normativna, nego i budžetsko-programaska osnova na koju se buduće agroturističke inicijative mogu nasloniti. Drugim riječima, za Kiseljak je od presudnog značaja činjenica da kantonalni okvir nije samo deklarativan, nego i instrumentalan: on omogućava povezivanje lokalnih projekata sa stvarnim programima podrške.

Sintetički osvrt

Sagledan u cjelini, pregled relevantnih politika, strategija i zakonodavnog okvira pokazuje da se agroturizam na svim nivoima upravljanja razvija kao međusektorska kategorija. Na nivou EU njegovo uporište nalazimo u Zajedničkoj poljoprivrednoj politici, dugoročnoj viziji ruralnih područja, održivim prehrambenim sistemima i zelenoj transformaciji turizma. Na nivou Bosne i Hercegovine uspostavljen je okvirni zakonodavni i strateški temelj za ruralni razvoj i usklađivanje sa EU politikama, ali je neposredna normativna operacionalizacija agroturizma i dalje spuštena na niže nivoe vlasti. Federacija BiH daje najjasnije poljoprivredno-ruralnorazvojno uporište kroz strategiju, poticaje, organsku proizvodnju i zaštitu zemljišta, dok Tuzlanski kanton ovaj okvir dodatno konkretizira kroz sektorsku strategiju turizma, turističke propise i programe novčanih podrški. U tom smislu, razvoj agroturizma u MZ Kiseljak ne počinje u institucionalnom vakuumu; naprotiv, on već ima višerazinski politički i normativni oslonac. Ključni izazov više nije u tome postoji li okvir, nego u tome kako postojeće politike, propise i programe prevesti u lokalno izvodiv, tržišno održiv i prostorno odgovoran model razvoja.

III DIO – REGIJA JEZERA MODRAC KAO RAZVOJNI OKVIR

REGIJA JEZERA MODRAC KAO RAZVOJNI OKVIR ZA AGROTURIZAM

Polazni kontekst Regije jezera Modrac: prostor, okoliš, infrastruktura i stanovništvo

Prostorni obuhvat i upravljački kontekst Regije jezera Modrac

Regija jezera Modrac predstavlja strateški važan prostorno–resursni sistem u središnjem dijelu Tuzlanskog kantona, u kojem se istovremeno odvijaju vodoprivredne, ekološke, privredne i društvene funkcije. Slivno područje regije obuhvata približno 1.189 km² i administrativno je raspoređeno između Banovića, Živinica, Tuzle, Kalesije, Kladnja i Lukavca, te Osmaka (Republika Srpska), dok je hidrološki strukturirano na sliv rijeke Spreče (832 km²), sliv rijeke Turije (240 km²) i neposredni sliv akumulacije (117 km²). Ovakav raspored potvrđuje da se stanje akumulacije i priobalnog pojasa oblikuje uticajima koji nastaju u čitavom slivu, pa se razvoj agroturizma mora posmatrati zajedno sa zaštitom resursa, kvalitetom okoliša i usklađivanjem nadležnosti. Uži obuhvat Regije jezera Modrac iznosi 8.120,54 ha na području Grada Tuzla te gradova Živinice i Lukavac, obuhvatajući vodno tijelo, obale, predloženo vodno dobro i 21 naseljeno mjesto; pri tome dominantno učešće u obuhvatu ima Lukavac sa 5.259,12 ha (64,78%), zatim Živinice sa 2.358,09 ha (29,03%), dok Tuzla učestvuje sa 503,33 ha (6,19%). Površina akumulacije iznosi 1.673,98 ha, pri čemu najveći udio pripada Gradu Lukavac (62,4%), zatim Gradu Živinice (35,8%), a Gradu Tuzla 1,8%, što jasno ukazuje na potrebu zajedničkog pristupa u upravljanju i razvoju ovog resursa.

Prostorna struktura i postojeća izgrađenost u priobalnom pojasu

Prostor regije obilježava susret više namjena—priobalje, naselja, šume i poljoprivredno zemljište—što traži jasnu zonaciju i režime korištenja, naročito u osjetljivoj zoni obale. Postojeća izgrađenost u obuhvatu iznosi 645,50 ha (7,95% ukupne površine) i u značajnoj mjeri prati obale akumulacije, uz prekide kontinuiteta na delti Turije, delti Spreče i području Bokavičke šume. Izgrađenost je pretežno disperzna, ali sa prepoznatljivim tačkama veće koncentracije, među kojima se na sjevernoj obali posebno izdvajaju Prokosovići, Bikodže i Kiseljak. Time se MZ Kiseljak potvrđuje kao jedno od naselja koje, po položaju uz vodu i intenzitetu izgrađenosti, već ima prirodnu ulogu „kapije“ regije prema posjetiocima, ali i prostora u kojem se najjasnije osjećaju posljedice lošeg ili dobrog upravljanja obalom. Struktura izgrađenih površina je dominantno stambena (96,53%), uz individualno stanovanje (P+1), dok sporadični turističko-ugostiteljski i rekreativni sadržaji ukazuju da osnova za posjetilačku funkciju postoji, ali bez sistemskog usmjeravanja i standardizacije.

Ograničenja, režimi zaštite i okolišni pritisci relevantni za razvoj agroturizma

Ograničenja i uslovi zaštite predstavljaju presudan okvir za svaku ozbiljnu razvojnu ambiciju u regiji, uključujući agroturizam. Akumulacija je nastala radi obezbjeđenja tehnološke vode industriji, ali je vremenom razvila prirodne i društvene funkcije koje su danas u stalnom pritisku antropogenih uticaja, prvenstveno zbog zagađenja koje se generiše u širem slivu. Otpadne vode domaćinstava i privrede, kao i industrijski uticaji, putem vodotoka često završavaju u akumulaciji, uz posljedice koje su vidljive kroz narušen kvalitet vode, taloženje otpada i procese eutrofikacije. Ovakvo stanje ne utiče samo na tehničke funkcije akumulacije (vodosnabdijevanje i druge namjene), nego i na doživljaj prostora: agroturizam se ne gradi na narativu, nego na povjerenju posjetioca da dolazi u uredan, siguran i ekološki prihvatljiv ambijent. Zbog toga je razvoj potrebno vezati za mjere revitalizacije resursa, uspostavu i poštivanje

zaštitnih pojaseva, kontrolu gradnje u priobalju te infrastrukturne intervencije koje smanjuju pritiske na vodni resurs.

Infrastrukturni okvir

Infrastrukturni okvir regije potvrđuje povoljan geoprometni položaj (regionalne ceste R471 i R455a, te prisustvo željezničke pruge Brčko–Banovići u zoni obuhvata), što je prednost za dostupnost i organizaciju tržišne ponude. Međutim, ograničenja su izražena u vodoprivrednoj infrastrukturi i upravljanju otpadom: odvodnja otpadnih voda se dominantno rješava individualno putem septičkih jama, često nepropisno izvedenih, što direktno opterećuje vodotoke i akumulaciju. U tom smislu, MZ Kiseljak ima specifičnu težinu: u naselju postoji instaliran paketni uređaj za prečišćavanje otpadnih voda, ali njegovo trenutno stanje ne omogućava ispravan rad. To je u praksi „usko grlo“ koje utiče i na kvalitet života stanovnika i na reputaciju Kiseljaka kao prostora u kojem bi se trebala razvijati održiva ponuda zasnovana na lokalnim proizvodima i boravku uz jezero. Bilansi postojećeg stanja istovremeno pokazuju snažnu resursnu osnovu regije (šume 35,57%; poljoprivredno zemljište 32,85%; vode i vodne površine 22,09%), ali i jasnu obavezu da se rast izgrađenosti u priobalju drži pod kontrolom, uz paralelno jačanje komunalnih sistema.

Stanovništvo i posjete

Demografski i naseljski okvir regije ukazuje na stabilan kontingent stanovništva, uz projekciju rasta unutar obuhvata sa 18.424 (2013) na 22.140 stanovnika do 2036. godine, te značajan udio radno sposobnog stanovništva (15–64 godine: 16.131). Istovremeno, pokazatelji starenja (65+: 12,23%; indeks starenja: 55,94%) upućuju na potrebu da se razvojne mjere usmjere na zadržavanje mladih i aktiviranje lokalnih domaćinstava kroz realne izvore prihoda. U tom okviru, MZ Kiseljak se izdvaja kao sekundarni centar i razvojno žarište Grada Tuzla, sa procjenom 778 stanovnika (2013) i projekcijom 932 stanovnika (2036), uz visoku gustoću naseljenosti i projekciju 301 domaćinstva. Položaj Kiseljaka uz akumulaciju, postojeći (ali nedovoljno valorizirani) rekreativni i turistički kapaciteti te potencijal mineralnih izvora daju mu dobru osnovu za agroturizam, pod uslovom da se ponuda gradi kroz formalizaciju, standarde kvaliteta i rješavanje prioriternih okolišnih i infrastrukturnih pitanja. Na taj način, agroturizam u Kiseljaku može postati instrument ekonomskog osnaživanja, a istovremeno i praktičan mehanizam zaštite prostora—jer se vrijednost resursa najbrže čuva onda kada lokalna zajednica od njega ima vidljivu i pravedno raspodijeljenu korist.

Planski okvir i prostorni pokazatelji: vizija razvoja, infrastrukturni model i bilansi namjene

Vizija razvoja i koncept integralnog upravljanja resursom

Prostorno planiranje Regije jezera Modrac polazi od pretpostavke da se radi o resursu čiji značaj prevazilazi pojedinačne administrativne granice i pojedinačne sektore. U tom okviru se uspostavlja vizija razvoja: Akumulacija Modrac – mjesto izrazitog karaktera, visokovrijedni privredni, okolišni i turistički potencijal – srce Tuzlanskog kantona.

Ovakva vizija omogućava da se upravljanje prostorom ne svodi na parcijalne intervencije, nego da se vodi kroz usklađivanje zaštite prirodnih resursa, unapređenje životnog standarda stanovništva i stvaranje prepoznatljive posjetilačke ponude.

Trostruki infrastrukturni model razvoja: prirodna, prostorna i tehnološka infrastruktura

Na osnovu ove koncepcije, prostorni plan definiše tri paralelna pravca djelovanja: (1) revitalizacija i unapređenje prostorne infrastrukture uz kreiranje novih sadržaja za stanovnike i posjetioce, (2) očuvanje i aktiviranje prirodne infrastrukture kao osnove identiteta i brendiranja prostora, te (3) prilagođavanje tehnološke infrastrukture kako bi se omogućilo održivo korištenje resursa i pun kapacitet društveno-ekonomskih funkcija prostora.

Bilansi osnovne namjene prostora na nivou obuhvata

U planskom periodu, osnovna namjena prostora na nivou obuhvata (8.120,54 ha) pokazuje snažnu resursnu osnovu: šume i šumsko zemljište 32,3%, poljoprivredno zemljište 21,42%, građevinsko zemljište 21,96%, vode i vodne površine 22,02%, te saobraćajnice 2,1%. Ova struktura je povoljna za razvoj modela zasnovanih na prirodi i lokalnim resursima (među njima i agroturizam), uz uslov da se rast izgrađenosti i pritisci na obalu drže pod kontrolom i da tehnološka infrastruktura prati razvojne ambicije.

Posebnu težinu imaju površine koje se preklapaju sa osnovnom namjenom: istražna polja mineralne vode (6,05%), zone sporta i rekreacije (7,67%), vodno dobro (7,36%) i obalni pojas (6,22%). Upravo ove kategorije su direktno povezane s MZ Kiseljak, jer određuju gdje su razvojne mogućnosti najveće, ali i gdje su režimi korištenja najosjetljiviji i zahtijevaju strožije planiranje.

Struktura namjene prostora na području Grada Tuzla i implikacije za MZ Kiseljak

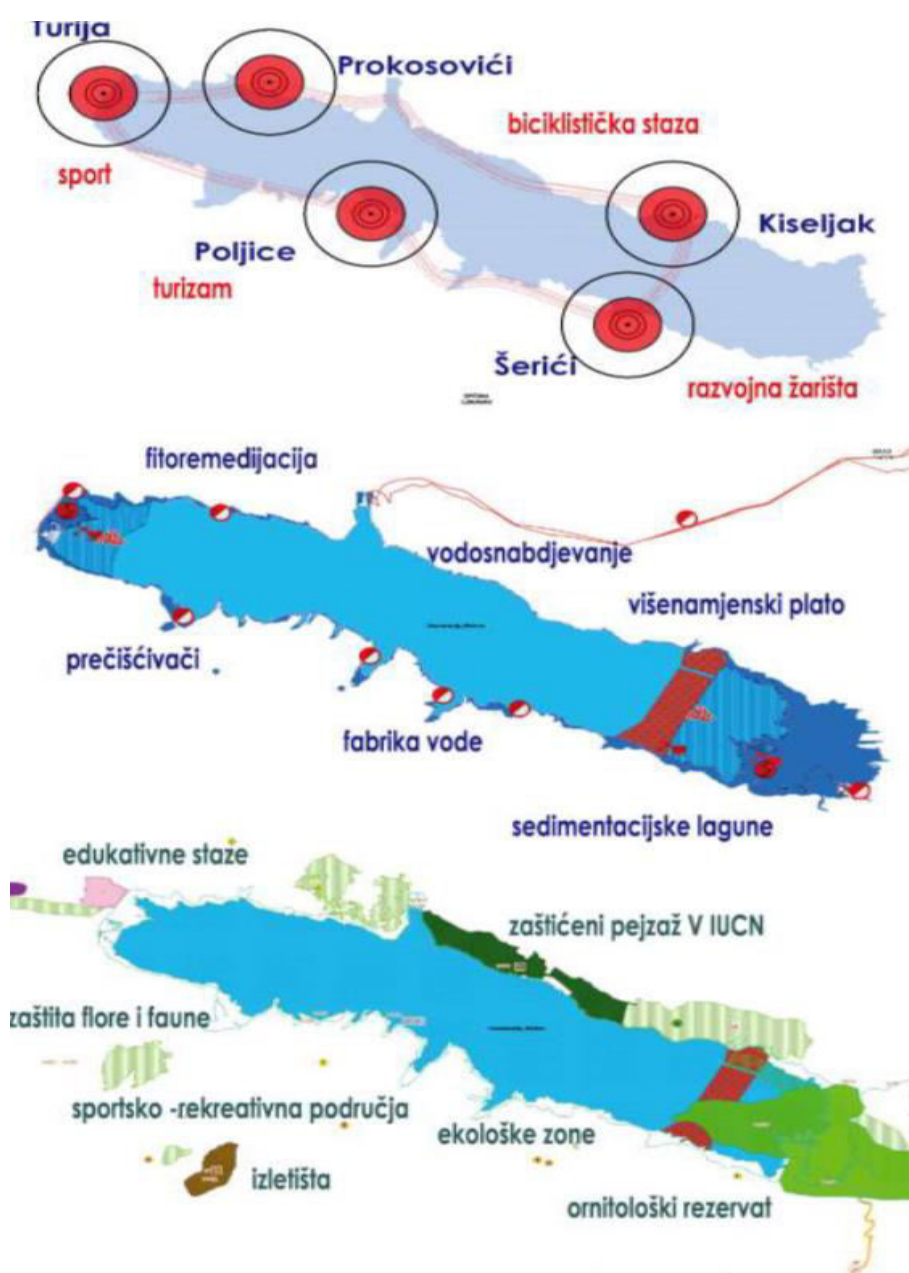
U okviru obuhvata Prostornog plana Regije jezera Modrac, područje koje administrativno pripada Gradu Tuzla obuhvata 503,33 ha. Iako ovaj udio predstavlja najmanji prostorni segment u odnosu na ostale jedinice lokalne samouprave u obuhvatu, njegova razvojna važnost je nesrazmjerno veća od površinskog udjela. Razlog je jednostavan: Tuzlanski dio obuhvata obuhvata najosjetljiviji kontakt vode, obale i naseljenih struktura, te prostor u kojem se prelamaju posjetilačke funkcije regije i lokalne potrebe stanovništva, a u tom okviru MZ Kiseljak ima ulogu centralne tačke za razvojne intervencije u Gradu Tuzla.

Struktura namjene prostora na području Grada Tuzla sugerira da MZ Kiseljak treba posmatrati kao razvojnu mikro-cjelinu u kojoj se razvojne mogućnosti i prostorna ograničenja preklapaju. To zahtijeva pristup koji je istovremeno planski discipliniran i razvojno pragmatičan: agroturizam treba oblikovati kao komplementarnu djelatnost koja jača lokalnu poljoprivredu, aktivira domaćinstva i podiže kvalitet života, ali istovremeno doprinosi uređenju prostora, zaštiti vodnog resursa i dugoročnoj reputaciji Regije jezera Modrac kao destinacije.

Površine preklapanja: mineralna voda, sport i rekreacija, vodno dobro i obalni pojas

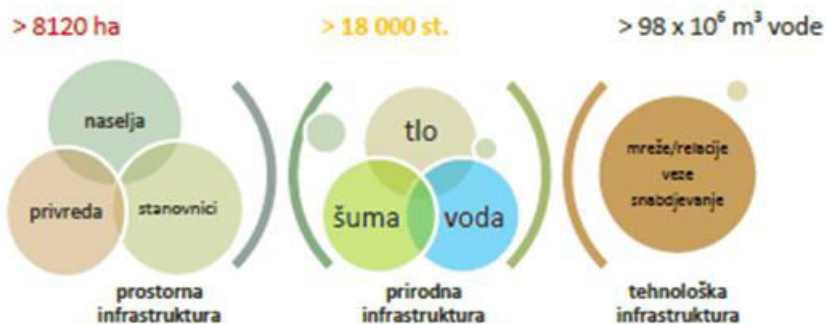
U razmatranju razvojnih mogućnosti Regije jezera Modrac, a posebno u fokusnoj zoni MZ Kiseljak (Grad Tuzla), od presudnog značaja su tzv. površine preklapanja. Riječ je o prostornim kategorijama koje se istovremeno „naslanjaju“ na osnovnu namjenu prostora i uvode dodatne režime korištenja, zaštite ili posebnih uslova razvoja. Upravo zbog toga, ove površine predstavljaju realni okvir unutar kojeg se razvoj može planirati odgovorno: one su istovremeno najatraktivniji razvojni resursi i najosjetljivije zone za upravljanje, jer svaka intervencija u njima ima direktan uticaj na okoliš, kvalitet života lokalnog stanovništva i reputaciju destinacije.

Na području Grada Tuzla u obuhvatu Prostornog plana, površine preklapanja predstavljaju istovremeno najjaču razvojnu polugu i najstrožiji okvir upravljanja za MZ Kiseljak: istražna polja mineralne vode (408,77 ha) omogućavaju da se mineralna voda tretira kao razvojna osovina za sadržaje višeg kvaliteta (rekreativni i zdravstveno-orijentirani programi, „wellness“ ponuda te brendiranje lokalnih proizvoda i iskustava), dok zone sporta i rekreacije (153,24 ha) potvrđuju potencijal Kiseljaka kao tačke aktivnog boravka i integracije posjetilačkih tokova kroz uređene rute, tematske staze i punktove lokalnih proizvoda. Istovremeno, vodno dobro (159,05 ha) i obalni pojas (117,34 ha) zahtijevaju najviši nivo planske discipline, jer su to zone u kojima se najčešće javljaju konfliktne prakse (neplanska gradnja, improvizirani objekti, neadekvatno upravljanje otpadom), pa se agroturizam u Kiseljaku ne može graditi na „uzurpaciji obale“, nego na uređenju i upravljanju obalom kao zajedničkim resursom, uz niskouticajne i kontrolisane modele korištenja, jasne higijenske i komunalne standarde te vidljivu zaštitu prostora.



Slika 1. Razvojna žarišta i funkcionalni elementi prostora Regije jezera Modrac

PROSTOR I RESURSI INFRASTRUKTURNOG SISTEMA



PLANIRANJE I UPOTREBA INFRASTRUKTURNOG SISTEMA



Slika 2. Modrac kao infrastrukturni sistem: prirodna, prostorna i tehnološka infrastruktura

AGROTURIZAM U STRATEŠKIM I PLANSKIM DOKUMENTIMA SA POSEBNIM OSVRTOM NA MZ KISELJAK

Agroturizam u strateškim dokumentima sa posebnim osvrtom na MZ Kiseljak

Agroturizam se u strateškom i razvojnom smislu na području Tuzlanskog kantona i MZ Kiseljak ne pojavljuje uvijek kao centralna ili potpuno razrađena kategorija, ali se kroz analizirane dokumente jasno prepoznaje kao razvojni pravac koji nastaje na presjeku ruralnog prostora, poljoprivredne proizvodnje, turističkih resursa, lokalnog poduzetništva i revitalizacije zajednice. U tom smislu, agroturizam nije predstavljen samo kao jedna od mogućih turističkih niša, nego kao model koji može povezati prirodne resurse, lokalna gazdinstva, tradiciju, lokalne proizvode i dodatne izvore prihoda stanovništva. Različiti dokumenti mu pristupaju sa različitih nivoa: kantonalna strategija ga smješta u širi okvir razvoja turističkih proizvoda, strateški plan MZ Kiseljak ga implicitno povezuje sa zapošljavanjem i aktiviranjem prirodnih resursa, dok ga smjernice za razvoj poslovnih mogućnosti najdirektnije operacionaliziraju kao jedan od konkretnih pravaca razvoja lokalne ekonomije.

Za MZ Kiseljak je naročito važno to što ista strategija razvojno žarište Kiseljak prepoznaje u okviru šireg prostora akumulacije Modrac. Dokument se poziva na prostorno-planske osnove i navodi da Prostorni plan područja posebnih obilježja dijela slivnog područja akumulacije Modrac identificira Kiseljak kao

jedno od pet razvojnih žarišta sa značajem za šire područje sliva, uz planirano povezivanje tih žarišta pješačko-biciklističkom trasom i stvaranje dinamičnog okruženja za posjetioce. Ovakvo pozicioniranje Kiseljaka u strateškom dokumentu Tuzlanskog kantona ima veliku težinu, jer pokazuje da se ovo područje ne posmatra kao periferna mjesna zajednica bez razvojne funkcije, nego kao prostor koji može biti uključen u širi sistem turističkog kretanja, boravka i doživljaja prostora. U tom okviru agroturizam dobija dodatnu vrijednost, jer može poslužiti kao oblik turističke ponude koji lokalizira i konkretizira šire destinacijske tokove.

Za razliku od prethodna dva dokumenta, Smjernice za razvoj poslovnih mogućnosti na području MZ Kiseljak najdirektnije i najkonkretnije uvode agroturizam u razvojni diskurs ove mjesne zajednice. Dokument polazi od procjene poslovnih mogućnosti u tri posmatrana područja djelatnosti: poljoprivreda, turizam i reciklaža i sakupljanje sekundarnih sirovina, te turizam razmatra ne samo kao opću atrakcijsku djelatnost, nego kao jedno od tri ključna područja za razvoj lokalne ekonomije (Smjernice za razvoj poslovnih mogućnosti na području MZ Kiseljak, 2023). Upravo u tom kontekstu dokument eksplicitno navodi razvoj ruralnog turizma i agroturizma kao jedan od pravaca turističkog razvoja Kiseljaka, uz razvoj sportsko-rekreativnog turizma, campinga i ribolova, i organiziranje sajмова zdrave hrane.

Komparativno posmatrano, tri analizirana dokumenta pokazuju razvojnu progresiju u tretiranju agroturizma. Kantonalna strategija agroturizam prepoznaje na nivou šireg turističkog sistema i prirodno-resursne osnove Tuzlanskog kantona. Strateški plan razvoja MZ Kiseljak prepoznaje turizam i poljoprivredne potencijale kao ključne osnove lokalnog razvoja, zapošljavanja i poduzetništva, ali bez detaljne terminološke razrade agroturizma. Smjernice za razvoj poslovnih mogućnosti na području MZ Kiseljak čine sljedeći korak, jer agroturizam izričito imenuju i povezuju s konkretnim pravcima djelovanja, infrastrukturnim potrebama, obukama, saradnjom aktera i tržišnim usmjerenjem. Na toj osnovi može se zaključiti da agroturizam u Kiseljaku ima već uspostavljeno strateško uporište, ali da još uvijek zahtijeva dublju operacionalizaciju kroz poseban razvojni model, projektne intervencije i institucionalnu podršku.

Agroturizam u planskom i prostornom kontekstu MZ Kiseljak

Prostorni i planski kontekst MZ Kiseljak pokazuje da razvoj agroturizma nije moguće posmatrati kao izdvojen turističku inicijativu, nego kao razvojni pravac koji zavisi od međusobnog djelovanja prostora, prirodnih resursa, postojećeg načina korištenja zemljišta, infrastrukture, zaštite okoliša i lokalne ekonomske strukture. Kiseljak raspolaže kombinacijom resursa koji su za agroturizam posebno važni: neposredna blizina akumulacije Modrac, prepoznatljivo izvorište mineralne vode, ruralni ambijent, obradivo zemljište, prisustvo poljoprivrednih domaćinstava, krajobrazne vrijednosti i relativna blizina Tuzle kao emitivnog centra. Istovremeno, isti prostor opterećen je ozbiljnim ograničenjima koja utiču na mogućnost tržišne aktivacije tih resursa, prije svega zagađenjem akumulacije, nedovoljno uređenom obalom, komunalnim deficitima, zapuštenim i ruševnim strukturama, te nedovoljno razvijenom turističkom i pratećom infrastrukturom. Zbog toga se agroturizam u Kiseljaku može razumjeti samo kao planski vođen model razvoja, a ne kao spontana ili izolirana tržišna aktivnost.

U prostornom smislu, Kiseljak ima nekoliko obilježja koja ga čine pogodnim za razvoj agroturizma. Prostorni plan Modraca Kiseljak prepoznaje kao razvojni žarište i dio sistema naselja uz akumulaciju koji bi trebao biti povezan pješačko-biciklističkom trasom po obodu jezera. Takvo pozicioniranje je važno jer Kiseljak ne ostavlja na nivou izoliranog sela, nego ga uključuje u širi tok kretanja posjetilaca, rekreacije i doživljaja prostora. Istovremeno, razvoj izgrađenih struktura u Kiseljaku već je pozicioniran neposredno

uz obalu akumulacije, uz povoljne insolacione karakteristike, što prostoru daje dodatnu atraktivnost za boravišne, rekreativne i ugostiteljske sadržaje. Upravo u toj vezi obale, naselja, poljoprivrednog zaleđa i planiranih kretnih koridora krije se jedna od najvažnijih prostornih prednosti Kiseljaka za agroturizam.

Najoperativniju osnovu za agroturizam daju Smjernice za razvoj poslovnih mogućnosti na području MZ Kiseljak. U njima se razvoj turizma razmatra kao jedno od tri ključna područja poslovnog razvoja, uz poljoprivredu i reciklažu, a među prioritetima se izričito navode razvoj ruralnog turizma i agroturizma, sportsko-rekreativni turizam, camping i ribolov, organiziranje sajмова zdrave hrane, digitalna promocija područja i valorizacija lokalnih atrakcija. Time se po prvi put na nivou lokalnog razvojnog dokumenta agroturizam izravno imenuje i povezuje s konkretnim resursima i mjerama. Posebno je važno što se u Smjernicama agroturizam ne svodi samo na smještaj, nego se povezuje s lokalnim proizvodima, sajmovima zdrave hrane, prirodom, rekreacijom, kampingom i unapređenjem znanja stanovništva.

U planskom i prostornom smislu, stoga, Kiseljak raspolaže realnom osnovom za razvoj agroturizma, ali ta osnova nije automatski razvojni kapital. Ona postaje razvojni kapital tek onda kada se međusobno usklade četiri skupine pretpostavki: očuvanje i sanacija prostora, posebno obale i voda; unapređenje komunalne i pristupne infrastrukture; aktiviranje lokalnih domaćinstava i proizvođača kao nosilaca ponude; te oblikovanje diferenciranog turističkog proizvoda koji objedinjuje hranu, boravak, prirodu, doživljaj i lokalni identitet. Upravo na toj međuzavisnosti prostora, infrastrukture, zajednice i tržišne ponude treba temeljiti svaku ozbiljnu procjenu mogućnosti za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak.

Ključne pretpostavke za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak

Razvoj agroturizma u MZ Kiseljak može imati realnu osnovu samo ukoliko se posmatra kao spoj poljoprivrede, prostora, infrastrukture, lokalnog poduzetništva i turističkog doživljaja. Analizirani strateški i planski dokumenti pokazuju da Kiseljak raspolaže resursima koji mogu podržati takav razvojni pravac, ali istovremeno ukazuju da se ti resursi ne mogu tržišno aktivirati bez prethodnog ispunjavanja više međusobno povezanih pretpostavki. Agroturizam se, dakle, ne može razvijati samo na osnovu atraktivnog prostora ili pojedinačne inicijative domaćinstva, nego na osnovu usklađenog djelovanja prostornog uređenja, zaštite okoliša, jačanja lokalnih kapaciteta i oblikovanja prepoznatljive ponude.

Druga pretpostavka odnosi se na unapređenje komunalne, saobraćajne i turističke infrastrukture. Dokumenti koji tretiraju Kiseljak i područje Modraca pokazuju da infrastrukturni deficit predstavlja jedno od centralnih razvojnih ograničenja. Kvalitet pristupnih puteva, stanje kanalizacione mreže, pitanje prečišćavanja otpadnih voda, vodosnabdijevanje, uređenje javnih površina i obale, kao i postojanje osnovne signalizacije i sadržaja za posjetioce, predstavljaju pretpostavke bez kojih se ne može graditi ni elementarna turistička funkcija prostora. U slučaju agroturizma to je posebno važno zato što gost ne procjenjuje samo kvalitet proizvoda ili domaćinstva, nego cjelinu iskustva: pristup lokaciji, čistoću prostora, sigurnost, uređenost i osnovnu funkcionalnost ambijenta. Zbog toga se razvoj agroturizma u Kiseljaku mora oslanjati na plansko unapređenje infrastrukture, a ne samo na individualnu inicijativu lokalnih aktera.

Treća pretpostavka jeste postojanje aktivnih poljoprivrednih domaćinstava i proizvodne osnove. Agroturizam se razlikuje od šireg ruralnog turizma upravo po tome što je neposredno povezan s radnim gazdinstvom, lokalnom proizvodnjom i realnim korištenjem poljoprivrednih resursa. Kiseljak ima važnu poljoprivrednu osnovu, a lokalni razvojni dokumenti poljoprivredu i turizam prepoznaju kao dvije međusobno povezane razvojne sfere. To znači da budući model agroturizma ne bi trebao biti zasnovan

samo na iznajmljivanju prostora u ruralnom ambijentu, nego na uključivanju domaćih proizvoda, prerade, degustacija, seoske kuhinje, voća, povrća, meda i drugih lokalnih resursa u jedinstvenu ponudu. Bez aktivnih domaćinstava koja su spremna povezati svoju proizvodnju s turističkom uslugom, Kiseljak može razvijati određene oblike ruralnog boravka, ali ne i puniji model agroturizma.

Peta pretpostavka jeste oblikovanje integrirane i diferencirane ponude. Analizirani dokumenti jasno sugeriraju da razvoj turizma u Kiseljaku ne treba graditi na jednom izoliranom sadržaju, nego na povezivanju više komplementarnih elemenata: lokalnih proizvoda, ruralnog ambijenta, rekreacije, kampinga, ribolova, sajмова zdrave hrane, šetnji, biciklističkih kretanja i manjih događaja. Upravo u toj povezanosti leži šansa agroturizma. Domaćinstvo koje nudi samo jedan proizvod ili samo prostor za boravak teško može biti tržišno prepoznatljivo, ali domaćinstvo koje svoju ponudu povezuje s hranom, pričom o mjestu, pogledom na pejzaž, kraćim boravkom, edukativnim sadržajem ili učešćem u lokalnom događaju stvara znatno potpunije iskustvo. Za Kiseljak je zato važno da agroturizam ne bude shvaćen usko, nego kao integrirana lokalna ponuda u kojoj se proizvodnja, gostoprimstvo i doživljaj prostora međusobno dopunjuju.

Sedma pretpostavka jeste institucionalna i organizaciona podrška razvoju. Iz analiziranih dokumenata jasno je da lokalna zajednica sama ne može iznijeti puni razvojni ciklus bez podrške Grada Tuzle, nadležnih kantonalnih institucija, razvojnih organizacija i potencijalnih donatora. Razvoj agroturizma zahtijeva koordinaciju više sektora: poljoprivrede, turizma, komunalne infrastrukture, zaštite okoliša, prostornog planiranja i lokalnog ekonomskog razvoja. Potrebna je i podrška u pripremi projekata, promociji, edukaciji, umrežavanju proizvođača i domaćinstava, kao i u definiranju manjih pilot-modela koji mogu pokazati da je razvoj agroturizma izvediv. Bez takve podrške postoji rizik da agroturizam ostane tek razvojna ideja prisutna u dokumentima, ali bez konkretne operacionalizacije na terenu.

Na osnovu toga može se zaključiti da se ključne pretpostavke za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak grupiraju oko osam međusobno povezanih osnova: okolišne sanacije, infrastrukturnog unapređenja, aktivne poljoprivredne baze, jačanja ljudskih i poduzetničkih kapaciteta, oblikovanja integrirane ponude, prostornog povezivanja sa širom destinacijom Modrac, institucionalne podrške i izgradnje prepoznatljivog lokalnog identiteta. Tek kada se te pretpostavke posmatraju zajednički, agroturizam može prerasti iz potencijala prepoznatog u strateškim dokumentima u stvarni razvojni model MZ Kiseljak.

Ograničenja i prepreke za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak

Razvoj agroturizma u MZ Kiseljak suočen je s nizom ograničenja koja proizlaze iz međusobno povezanih prostornih, infrastrukturnih, okolišnih, organizacionih i tržišnih slabosti. Iako analizirani dokumenti jasno potvrđuju da Kiseljak raspolaže značajnim prirodnim, pejzažnim i poljoprivrednim resursima, oni jednako jasno pokazuju da ti resursi još nisu pretvoreni u funkcionalan i održiv razvojni model. Najveći izazov nije samo u nedostatku pojedinačnih turističkih sadržaja, nego u činjenici da lokalni razvojni uslovi još uvijek ne omogućavaju da se poljoprivreda, domaćinstva, prostor i turistička potražnja povežu u koherentnu agroturističku ponudu.

Drugu veliku prepreku predstavlja nedovoljno razvijena komunalna i turistička infrastruktura. Kvalitet pristupnih puteva, stanje kanalizacione mreže, pitanje prečišćavanja otpadnih voda, uređenost obale, javnih površina i prostora za kraći boravak posjetilaca, kao i nedostatak prateće turističke signalizacije i osnovnih sadržaja, značajno ograničavaju mogućnost oblikovanja konkurentne ponude. Agroturizam ne podrazumijeva samo postojanje gazdinstva ili proizvoda, nego i funkcionalan prostor u kojem gost može

doći, boraviti, orijentirati se, osjećati se sigurno i prepoznati osnovni standard uređenosti. U tom smislu, infrastrukturni deficit u Kiseljaku predstavlja jednu od temeljnih prepreka prelasku iz razvojne ideje u tržišno održivu praksu.

Poseban problem predstavlja i nedovoljna funkcionalna povezanost između poljoprivredne proizvodnje i turističke ponude. Iako dokumenti ukazuju na postojanje obradivog zemljišta, seoskih i poljoprivrednih gazdinstava, lokalnih proizvoda i interesa za razvoj turizma, iz njih se ne vidi da je uspostavljen razvijen model u kojem bi domaćinstva sistematski nudila integriranu agroturističku uslugu. To znači da postoje resursi, ali još ne i dovoljno razvijena struktura njihove tržišne transformacije. Bez aktivnog uključivanja gazdinstava u pružanje doživljaja, degustacija, prodaje proizvoda, kraćeg boravka ili tematskih sadržaja, agroturizam ostaje više potencijal nego konkretan oblik lokalne ekonomije.

Značajna prepreka odnosi se na nedovoljno razvijene ljudske kapacitete za bavljenje agroturizmom. Lokalni planski i razvojni dokumenti s razlogom naglašavaju potrebu za obukama, razvojem poduzetničkih vještina, jačanjem kapaciteta žena, mladih i drugih lokalnih aktera za pokretanje i vođenje manjih biznisa. Agroturizam traži kombinaciju znanja koja se u ruralnim zajednicama rijetko razvijaju spontano u jednoj osobi ili domaćinstvu: proizvodnju, gostoprimstvo, komunikaciju s gostima, osnovni marketing, organizaciju prostora i upravljanje iskustvom posjetilaca. Kada te kompetencije nisu dovoljno razvijene, ni postojanje dobrih resursa nije dovoljno da bi se oblikovala uvjerljiva i kvalitetna ponuda.

Sagledano u cjelini, najveća ograničenja za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak mogu se grupirati u nekoliko ključnih kategorija: okolišna degradacija i problemi sanacije prostora, infrastrukturni deficit, nedovoljna povezanost poljoprivrede i turizma, slaba organizovanost lokalnih aktera, nedovoljno razvijeni ljudski kapaciteti, slaba tržišna prepoznatljivost destinacije, ograničeni smještajni i uslužni kapaciteti te zavisnost od šire institucionalne i projektne podrške. Upravo ove prepreke određuju granice postojećeg razvoja, ali ujedno pokazuju i gdje treba usmjeriti buduće intervencije ako se agroturizam u Kiseljaku želi razvijati kao stvaran i održiv model lokalne ekonomije.

IV DIO – METODOLOŠKI OKVIR I ISTRAŽIVAČKI PRISTUP

METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Cilj empirijskog istraživanja

Cilj empirijskog istraživanja jeste da se izvrši detaljna i argumentirana procjena stvarnih mogućnosti za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak, polazeći od stanja lokalnih resursa, kapaciteta proizvođača i domaćinstava, infrastrukturnih uslova, tržišnih perspektiva i institucionalnog okruženja. U tom smislu, istraživanje treba odgovoriti na pitanje u kojoj mjeri Kiseljak raspolaže realnim pretpostavkama da agroturizam postane održiv oblik dopunske ili komplementarne ekonomske aktivnosti zasnovane na lokalnim resursima.

Na kraju, cilj empirijskog istraživanja jeste da omogući oblikovanje preporuka koje nisu opće i deklarativne, nego konkretne, razvojno opravdane i prilagođene stvarnom stanju na terenu. Time se istraživanje direktno povezuje sa završnim dijelom analize, odnosno sa formuliranjem zaključaka, preporuka i operativnog modela razvoja agroturizma u MZ Kiseljak.

Istraživačka pitanja i analitički fokus

Empirijsko istraživanje usmjereno je na nekoliko međusobno povezanih istraživačkih pitanja. Prvo se odnosi na identifikaciju postojećih resursa i aktera: kakvi su stvarni proizvodni, prostorni i organizacioni kapaciteti domaćinstava i proizvođača u MZ Kiseljak i širem području Regije jezera Modrac, te u kojoj mjeri oni mogu predstavljati osnovu za razvoj agroturizma. Ovo pitanje uključuje i procjenu lokalnih proizvoda, raspoloživih resursa, sezonalnosti proizvodnje i mogućnosti njihove turističke valorizacije.

Četvrto pitanje odnosi se na uključivost i razvojni potencijal specifičnih grupa, posebno žena i mladih. Istraživanje polazi od pretpostavke da upravo ove grupe mogu imati važnu ulogu u razvoju mikro-usluga, prerade, domaće kuhinje, digitalne promocije, organizacije događaja i drugih inovativnih oblika povezivanja poljoprivrede i turizma. Analitički fokus stoga nije samo na „prosječnom“ proizvođaču, nego i na potencijalu društveno uključivog razvoja.

Metodološki pristup i istraživački dizajn

Istraživanje je zasnovano na kombinovanom metodološkom pristupu koji objedinjuje kvalitativne i kvantitativne elemente. Takav pristup je odabran zato što predmet istraživanja zahtijeva istovremeno mjerenje određenih pojava i razumijevanje njihovog konteksta. Kvantitativna komponenta istraživanja omogućava sistematizaciju podataka o broju proizvođača, vrstama proizvoda, stepenu formalizacije, nivou interesa za agroturizam i sličnim pokazateljima. Kvalitativna komponenta omogućava dublje razumijevanje prepreka, motivacija, razvojnih aspiracija, institucionalnih problema i percepcije tržišnih mogućnosti.

U dizajnu istraživanja važnu ulogu ima i princip sekvencijalnosti. Desk analiza i priprema instrumenata prethode terenskom radu; mapiranje i anketiranje stvaraju empirijsku osnovu; fokus grupe i konsultacije služe validaciji i interpretaciji; a završna obrada podataka vodi formuliranju zaključaka i preporuka. Time je osigurana logična povezanost između svake faze istraživanja i konačne svrhe analize.

Područje istraživanja i ciljne grupe

Primarno područje istraživanja je MZ Kiseljak na području Grada Tuzla, kao fokusna zona analize i prostor u kojem se ispituju mogućnosti za razvoj agroturizma. Međutim, s obzirom na prirodu zadatka i funkcionalnu povezanost Kiseljaka s Regijom jezera Modrac, istraživanje obuhvata i širi regionalni kontekst, posebno kada je riječ o akterima koji djeluju izvan same mjesne zajednice, ali su relevantni za razvoj tržišta, turističkog lanca vrijednosti i institucionalne podrške.

Takvo određenje područja i ciljnih grupa omogućava da se nalazi ne svedu na jedan ugao posmatranja. Umjesto toga, analiza dobija višeslojnu osnovu: lokalni nivo daje uvid u resurse i potrebe domaćinstava, institucionalni nivo daje uvid u uslove i politike podrške, a tržišni nivo pokazuje šta je realno izvodljivo i tržišno prihvatljivo.

Desk analiza relevantne dokumentacije

Desk analiza predstavlja polaznu osnovu empirijskog istraživanja. Njena funkcija je da identifikuje i sistematizira postojeća saznanja o području istraživanja, razvojnim dokumentima, planskim ograničenjima, institucionalnom okviru i ranijim nalazima relevantnim za razvoj agroturizma. Ova metoda omogućava da terensko istraživanje ne počinje „od nule“, nego da se zasniva na već postojećim analizama, podacima i strateškim opredjeljenjima.

Pored javno dostupne planske, strateške i stručne dokumentacije, za potrebe ove analize korišteni su i sekundarni i administrativni izvori podataka koji su pribavljeni direktnim obraćanjem nadležnim institucijama.

Mapiranje proizvođača i domaćinstava

Mapiranje proizvođača i domaćinstava korišteno je kao osnovna terenska metoda za identifikaciju i evidentiranje formalnih i neformalnih aktera koji proizvode i/ili prodaju lokalne proizvode, odnosno koji mogu predstavljati potencijalne nosioce buduće agroturističke ponude. Ova metoda je bila neophodna zato što u lokalnom kontekstu ne postoji jedinstvena, ažurna i funkcionalna baza svih relevantnih subjekata.

Anketiranje proizvođača i domaćinstava

Anketiranje proizvođača i domaćinstava predstavlja centralnu kvantitativno-kvalitativnu komponentu terenskog istraživanja. Njegova svrha je da obezbijedi strukturirane i uporedive podatke o proizvodnim kapacitetima, tržišnim praksama, stepenu formalizacije, interesu za agroturizam i glavnim potrebama podrške. Planirani obuhvat ove ciljne grupe postavljen je na 50 ispitanika, što omogućava dovoljno širok uvid u lokalnu bazu proizvođača i domaćinstava.

Strukturirani upitnici za ključne aktere

Pored proizvođača i domaćinstava, istraživanje obuhvata i strukturirane upitnike za dvije dodatne grupe ključnih aktera: institucije i javne službe, te tržišne i turističke aktere. Ove dvije grupe imaju različitu, ali komplementarnu analitičku funkciju.

Fokus grupe i konsultativni sastanci

Fokus grupe i konsultativni sastanci predstavljaju ključnu kvalitativnu metodu u istraživanju. Njihova funkcija nije da zamijene anketiranje, nego da dopune i prodube njegove nalaze, omoguće validaciju preliminarnih zaključaka i stvore prostor za zajedničko definisanje razvojno provodivih preporuka. Planirane su četiri fokus grupe: jedna posvećena poljoprivredi i lokalnim proizvodima, druga agroturizmu i turističkom lancu vrijednosti, treća ženama, a četvrta mladima.

Uzorak i obuhvat istraživanja

Uzorak istraživanja definisan je tako da omogući dovoljno širok i funkcionalan obuhvat relevantnih ciljnih grupa, uz istovremeno uvažavanje vremenskih, organizacionih i operativnih ograničenja zadatka. Planirani obuhvat primarnog istraživanja uključivao je 50 proizvođača i domaćinstava, 20 predstavnika institucija i javnih službi, te 30 tržišnih i turističkih aktera. U dijelu istraživanja koji se odnosio na domaćinstva, poljoprivrednike i proizvođače bilo je planirano anketirati 50 ispitanika, ali su u konačnici prikupljeni odgovori od 33 ispitanika. Zbog toga su svi daljnji proračuni, procentualni prikazi i interpretacije u ovom segmentu analize rađeni isključivo na osnovu stvarno prikupljenog uzorka od 33 ispitanika. Pored anketnog istraživanja, planirane su i četiri fokus grupe, sa optimalno 10 do 12 učesnika, zavisno od tematske cjeline, kako bi se kvantitativni nalazi dodatno produbili, validirali i interpretirali u širem razvojnom kontekstu.

Takva struktura uzorka omogućava da se dobijeni nalazi ne tumače kao izolirani pojedinačni stavovi, nego kao presjek relevantnih perspektiva koje zajedno oblikuju razvojni prostor agroturizma u MZ Kiseljak.

Način obrade i analize podataka

Obrada i analiza podataka provedena je kroz kombinaciju deskriptivne, komparativne i interpretativne analize. Kvantitativni podaci prikupljeni upitnicima sistematiziraju se kroz pregledne tabele, frekvencije, procjene i uporedne prikaze po relevantnim kategorijama, kao što su tip proizvoda, formalni status, rodna i generacijska struktura, nivo interesa za agroturizam i slični pokazatelji.

Ograničenja istraživanja

Kao i svako primijenjeno terensko istraživanje, i ovo istraživanje ima određena ograničenja koja treba imati u vidu pri interpretaciji nalaza. Prvo ograničenje odnosi se na vremenski okvir i operativne uslove provedbe. Istraživanje je realizirano u jasno definisanom periodu i uz ograničen broj radnih dana, što je zahtijevalo visok stepen fokusiranosti i funkcionalno usmjeren uzorak.

Treće ograničenje odnosi se na prirodu samog uzorka. Uzorak je ciljani i razvojno funkcionalan, a ne statistički reprezentativan za cijelu populaciju u strogom metodološkom smislu. To znači da nalazi imaju visoku analitičku i razvojnu vrijednost, ali ih treba tumačiti kao osnovu za procjenu i planiranje, a ne kao strogo generalizirajuće statističke iskaze o cjelokupnoj populaciji.

REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

Profil lokalne baze za razvoj agroturizma

Polazna osnova za procjenu mogućnosti razvoja agroturizma u MZ Kiseljak mora se tražiti u stvarnoj strukturi lokalnih aktera, a ne u apstraktno definisanim razvojnim pretpostavkama. U tom smislu, rezultati empirijskog istraživanja pokazuju da lokalna baza za razvoj agroturizma u Kiseljaku postoji, ali da je njena struktura heterogena, funkcionalno još uvijek nedovoljno povezana i razvojno neujednačena. Riječ je o bazi koju čine porodična poljoprivredna domaćinstva i proizvođači, institucionalni i javni akteri, te tržišni i turistički subjekti koji mogu imati ključnu ulogu u oblikovanju, posredovanju i tržišnom pozicioniranju buduće ponude. Upravo zato se profil lokalne baze ne može svesti samo na broj proizvođača ili broj zainteresovanih domaćinstava, nego se mora posmatrati kao spoj proizvodne, institucionalne i tržišne komponente, uz važnu dopunu u nalazima fokus grupa.

Iz svega navedenog proizlazi da profil lokalne baze za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak ima nekoliko ključnih obilježja. Prvo, riječ je o bazi koja je dominantno porodična, mala po obimu i funkcionalno oslonjena na domaćinstvo. Drugo, ta baza je mješovita i kombinovana, kako u izvorima prihoda, tako i u vrstama proizvodnje, što joj daje određenu otpornost, ali i ograničava brzinu transformacije u organizovaniju tržišnu i turističku ponudu. Treće, institucionalni i tržišni akteri prepoznaju razvojni potencijal, ali ga istovremeno procjenjuju kroz prizmu realnih ograničenja: organizovanosti, infrastrukture, standarda i promocije. Četvrto, fokus grupe pokazuju da postoje dodatni razvojni resursi u ženama i mladima, ali da oni zahtijevaju posebno osmišljene oblike podrške. U tom smislu, lokalna baza za razvoj agroturizma u Kiseljaku nije ni slaba ni beznačajna, ali još uvijek nije dovoljno profilirana kao koherentan razvojni sistem. Ona predstavlja razvojni potencijal u nastajanju, čija će se stvarna vrijednost pokazati tek onda kada se postojeći akteri preciznije mapiraju, segmentiraju prema kapacitetima i postepeno uključe u diferencirane mjere podrške i pilot aktivnosti.

Proizvodna osnova i lokalni proizvodi kao jezgro agroturističke ponude

Ako se razvoj agroturizma u MZ Kiseljak posmatra u skladu s teorijskim i planskim okvirom prethodnih dijelova analize, onda je jasno da njegova najvažnija polazna tačka nije smještajna infrastruktura niti razvijena turistička industrija, nego proizvodna osnova domaćinstava i lokalni proizvodi koji nose obilježja autentičnosti, domaćeg porijekla i neposredne veze sa prostorom. Upravo zato je u analitičkom smislu nužno lokalne proizvode posmatrati ne samo kao robu za prodaju, nego kao jezgro šire agroturističke ponude koja može povezati hranu, iskustvo domaćinstva, lokalnu priču, edukativnu komponentu i identitet prostora. U lokalnim smjernicama razvoja i metodološkom okviru istraživanja već je naznačeno da Kiseljak ima smisla razvijati kao integrirani model zasnovan na poljoprivrednim gazdinstvima, lokalnoj gastronomiji, kraćim lancima vrijednosti i manjim iskustvenim sadržajima, a ne kroz investicijski zahtjevne oblike klasične turističke infrastrukture.

Istovremeno, istraživanje vrlo jasno pokazuje da između proizvodne osnove i agroturističke ponude još uvijek postoji niz razvojnih praznina. Fokus grupa 1 ukazuje na probleme opreme, rashladnih i skladišnih kapaciteta, nedostatka radne snage, ograničenog pristupa podsticajima i neuređenih imovinsko-pravnih odnosa. Istraživanje među domaćinstvima dodatno potvrđuje da je većina otvorenosti prema prijemu posjetilaca uslovna, a iskustvo sa posjetama uglavnom povremeno ili nepostojeće. To znači da lokalni proizvodi u ovom trenutku imaju veću razvojnu spremnost od samih domaćinstava kao uslužnih tačaka

za agroturizam. Drugim riječima, lokalni proizvodi već jesu jezgro potencijalne ponude, ali domaćinstva još nisu u dovoljnoj mjeri pripremljena da oko njih grade stabilno iskustvo prijema i boravka gostiju.

Na osnovu rezultata istraživanja može se zaključiti da proizvodna osnova i lokalni proizvodi zaista predstavljaju jezgro agroturističke ponude u MZ Kiseljak, ali ne u smislu da su već spremni za potpuno oblikovan turistički proizvod, nego u smislu da su najsnažnija i najrealnija komponenta na kojoj takav proizvod može biti građen. Kiseljak raspolaže autentičnim proizvodima, mješovitom proizvodnom bazom, određenim stepenom prerade, sezonskom i djelimično cjelogodišnjom ponudom, te domaćinstvima koja već imaju iskustvo neposredne prodaje. Istovremeno, ta osnova još nije dovoljno standardizirana, organizirana i tržišno uvezana da bi sama po sebi funkcionisala kao održiv agroturistički sistem. Upravo zato je ključni razvojni zadatak u narednoj fazi pretvoriti lokalne proizvode iz pretežno individualnog i raspršenog ekonomskog resursa u prepoznatljivo, koordinirano i iskustveno jezgro integrirane lokalne ponude. U tome se i nalazi najvažnija razvojna logika Kiseljaka: ne razvijati agroturizam mimo proizvoda i domaćinstava, nego upravo iz njih, uz postepeno povezivanje hrane, prostora, domaćina, edukativne komponente i tržišne prezentacije u jedinstven, ali razvojno realan model.

Tržišni potencijal i potražnja za agroturističkim iskustvima

Procjena tržišnog potencijala za razvoj agroturizma u MZ Kiseljak ne može se zasnivati samo na unutrašnjim kapacitetima domaćinstava i proizvođača, nego mora uključiti i perspektivu aktera koji neposredno djeluju na tržištu, organizuju posjete, posreduju između ponude i potražnje ili oblikuju potrošačka očekivanja. Upravo zato je istraživanje među ključnim akterima iz oblasti tržišta, turizma, ugostiteljstva i organizacije izleta od posebne analitičke važnosti. Nalazi ovog istraživanja pokazuju da na strani tržišta postoji realan interes za lokalne proizvode i oprezno pozitivan odnos prema agroturističkim iskustvima, ali istovremeno i jasna očekivanja u pogledu kvaliteta, kontinuiteta, standarda i organizacije. To znači da tržišni potencijal Kiseljaka nije sporan u načelu, ali da njegova realizacija zavisi od toga da li će lokalna ponuda biti prevedena u oblik koji je tržišno razumljiv, pouzdan i minimalno standardiziran.

Vrlo važan analitički nalaz odnosi se na profil najrealnijih posjetilaca. Tržišni i turistički akteri kao najvjerovatnije korisnike buduće ponude izdvajaju domaće turiste, porodice i izletnike, dok škole imaju također vidljivu, ali ipak nešto užu razvojnu nišu. Strani gosti i firme su prisutni u procjenama, ali ne dominiraju. Ovaj raspored je razvojno vrlo važan, jer jasno usmjerava projektni fokus. Kiseljak, barem u početnoj fazi, nema razloga da se pozicionira kroz zahtjevne, međunarodno orijentirane i investicijski skuplje proizvode. Mnogo je realnije da se ponuda gradi za segmente koji traže kratko, autentično i dostupno iskustvo: porodične vikend-posjete, jednodnevne izlete, kraće edukativne ture i domaće goste iz urbanog okruženja Tuzle i šireg kantonalnog prostora. Time se tržišni potencijal dodatno prevodi u operativni razvojni pravac.

Sveukupno posmatrano, tržišni potencijal Kiseljaka može se ocijeniti kao realan, ali uslovan. Realan je zato što postoji pozitivna percepcija potražnje za lokalnim proizvodima, umjereno pozitivan odnos prema agroturističkim iskustvima, jasna identifikacija ciljnih posjetilaca i prepoznati paketi koji se mogu razvijati bez velikih ulaganja. Uslovan je zato što tržište istovremeno postavlja jasne zahtjeve: kontinuitet, kvalitet, standardi, logistika i koordinacija. U kontekstu ciljeva projekta to znači da nalazi ovog dijela istraživanja ne služe samo kao opis potražnje, nego kao vrlo konkretan razvojni kompas za daljnju operacionalizaciju. Oni jasno usmjeravaju analizu prema malom broju provodivih proizvoda, prema

domaćem i kantonalnom tržištu, te prema modelu razvoja u kojem lokalni proizvodi i kraća iskustva čine osnovu postepenog agroturističkog pozicioniranja Kiseljaka.

Infrastrukturni, tehnički i minimalni standardi usluge

Razvoj agroturizma u MZ Kiseljak ne zavisi samo od proizvoda, domaćinstava i tržišnog interesa, nego i od elementarnih infrastrukturnih i tehničkih uslova koji omogućavaju da se lokalni resursi uopće mogu pretvoriti u sigurno, uredno i prihvatljivo iskustvo za posjetioce. U dosadašnjem toku analize već je naglašeno da Kiseljak ulazi u razvojnu logiku agroturizma bez razvijene klasične turističke infrastrukture, što ne mora biti prepreka samo po sebi, ali znači da početni razvoj mora biti oslonjen na realne, minimalne i postupno dostižne standarde. Empirijski nalazi snažno potvrđuju takvu logiku. U svim istraživačkim strujama – među domaćinstvima, institucijama, tržišnim akterima i u fokus grupama – infrastruktura, sigurnost, osnovna uređenost i standardizacija pojavljuju se kao zajednički imenitelji ograničenja i preduslova. To znači da se infrastrukturni i tehnički aspekti ne mogu tretirati kao sporedna podrška razvoju, nego kao jedna od centralnih razvojnih pretpostavki za svaki ozbiljniji iskorak.

Pritom je važno uočiti da se u ovim nalazima prelamaju dva nivoa standarda. Prvi je prostorno-uslužni: pristup, toalet, parking, signalizacija, prostor za prijem i degustaciju, sigurnost kretanja i boravka. Drugi je proizvodno-tržišni: higijenski standardi, ambalaža, deklaracije i osnovna pouzdanost ponude. Ova dva nivoa ne treba posmatrati odvojeno. Posjetilac ne razlikuje strogo „turističku infrastrukturu“ od „proizvodnog standarda“; on doživljava cjelokupno iskustvo kao jednu cjelinu. Zato je i u razvoju Kiseljaka potrebno infrastrukturu i standarde tretirati integrisano: uređeni punkt ili domaćinstvo bez higijene i osnovnog reda neće biti dovoljno, kao što ni kvalitetan proizvod bez prihvatljivog prostora za prezentaciju i prijem gostiju neće u punoj mjeri postati dio agroturističkog iskustva.

Sveukupno posmatrano, nalazi ukazuju da je za Kiseljak najprimjereniji razvojni model onaj koji polazi od minimalnog, ali funkcionalnog standarda. Taj standard obuhvata uređene i dostupne tačke u prostoru, osnovnu sigurnost, higijenu, toalet, parking, signalizaciju, prostor za prijem i degustaciju, te elementarne proizvodno-tržišne zahtjeve poput ambalaže, deklaracija i pouzdane organizacije. To nije skroman niti reducirani razvojni cilj, nego upravo razvojni racionalan prag koji može omogućiti prelazak sa potencijala na stvarna iskustva i prve tržišne rezultate. U tom smislu, infrastrukturni, tehnički i minimalni standardi usluge nisu samo „podrška“ razvoju agroturizma, nego njegova početna operativna osnova. Bez njih Kiseljak može imati proizvode i interes, ali teško može razviti ponudu koja ostavlja povjerenje i podstiče daljnju potražnju.

Organizacioni kapaciteti, koordinacija i modeli saradnje

Jedno od najvažnijih pitanja za procjenu stvarne razvojne izvodljivosti agroturizma u MZ Kiseljak odnosi se na organizacione kapacitete zajednice, postojeći nivo saradnje među akterima i mogućnost uspostavljanja modela koordinacije koji bi povezao proizvodnju, promociju, rezervacije, prodaju i podršku. U dosadašnjem toku analize već je više puta pokazano da Kiseljak ne pati toliko od apsolutnog nedostatka resursa koliko od njihove raspršenosti, nedovoljne povezanosti i nepostojanja jasnog operativnog okvira unutar kojeg bi pojedinačni kapaciteti mogli postati dio šire ponude. Upravo zato se organizacioni aspekt mora smatrati jednim od ključnih mjesta u ovoj analizi. Ako lokalni proizvodi čine jezgro ponude, a minimalni standardi njenu operativnu osnovu, onda organizacija i koordinacija predstavljaju mehanizam koji to jezgro i tu osnovu prevodi u funkcionalan razvojni sistem.

Nalazi fokus grupa dodatno produbljuju ovu sliku. Fokus grupa 1 pokazuje da proizvođači i domaćinstva prepoznaju vlastitu ograničenost u pogledu individualnog tržišnog nastupa i da upravo zato vide smisao u zadruzi, zajedničkoj ambalaži, regionalnom brendu i prodajno-promotivnom mjestu poput „Kiseljačke kuće“. Ova vrsta prijedloga ima snažno organizaciono značenje. Ona pokazuje da dio lokalnih aktera razumije da izolirani nastup malih domaćinstava ne može biti dovoljno stabilan za zahtjeve ozbiljnijeg plasmana i saradnje sa turističkim sistemom. Time se potreba za koordinacijom ne pojavljuje samo „odozgo“, iz projektne ili institucionalne perspektive, nego i „odozdo“, iz same logike proizvodnje i plasmana.

Sveukupno posmatrano, organizacioni kapaciteti Kiseljaka mogu se ocijeniti kao postojeći, ali još uvijek nedovoljno konsolidirani. U zajednici postoji svijest o potrebi saradnje, prepoznati su mogući nosioci i partneri, postoji otvorenost prema kombinovanim modelima koordinacije i razumijevanje da bez zajedničkog nastupa nema ni ozbiljnijeg tržišnog iskoraka. Istovremeno, još uvijek su prisutni problemi nepouzdanosti, raspršenosti resursa, slabije komunikacije i nepostojanja jedinstvene operativne strukture. To znači da koordinacija u Kiseljaku ne treba biti zamišljena kao formalni cilj sam po sebi, nego kao postepeno izgrađivan mehanizam koji raste paralelno sa ponudom. U tome se i nalazi ključna razvojna poruka ovog dijela analize: uspjeh agroturizma neće zavisiti samo od kvaliteta proizvoda ili atraktivnosti prostora, nego od sposobnosti da se među akterima izgrade funkcionalni odnosi saradnje, jasne uloge i dovoljno povjerenja da lokalni resursi počnu djelovati kao sistem, a ne kao skup nepovezanih pojedinačnih inicijativa.

Znanja, vještine, potrebe podrške i razvojna spremnost lokalnih aktera

Razvoj agroturizma u MZ Kiseljak ne zavisi samo od raspoloživih resursa, nego i od toga da li lokalni akteri raspolažu znanjima, vještinama i razvojnim kapacitetima potrebnim da postojeću proizvodnju, prostor i lokalne proizvode prevedu u tržišno održivu i organizaciono funkcionalnu ponudu. U metodološkom okviru istraživanja već je naglašeno da je agroturizam međusektorski model razvoja i da ga nije moguće razumjeti isključivo kroz proizvodnju ili infrastrukturu, nego kroz međudjelovanje proizvodnje, tržišta, institucionalne podrške, spremnosti domaćinstava i ljudskih kapaciteta. Upravo zato nalazi o znanjima, vještinama i potrebama podrške imaju centralno mjesto u analitičkoj interpretaciji, jer pokazuju ne samo šta Kiseljak ima, nego i šta mu nedostaje da bi postojeći potencijal postao razvojno upotrebljiv.

Posebnu analitičku vrijednost u ovom dijelu imaju fokus grupe, jer su upravo one omogućile dublji uvid u vrstu podrške koju lokalni akteri smatraju zaista korisnom. Fokus grupa 3 jasno pokazuje da žene ne traže široko postavljene i teorijski orijentirane obuke, nego ciljane i praktične sadržaje: standardizaciju proizvodnje, higijenske standarde, brendiranje i etiketiranje, pakovanje i deklarisanje proizvoda, te digitalnu promociju. Taj nalaz je izuzetno važan za cijelu lokalnu bazu, a ne samo za žene, jer sugerira kako i druge mjere podrške trebaju biti dizajnirane: kratko, praktično, lokalno dostupno i direktno povezano sa poslovnim ishodom. Fokus grupa 4 na sličan način pokazuje da mladi ne traže apstraktne razvojne narative, nego konkretno mentorstvo, mapiranje resursa, pomoć u digitalnoj promociji, mogućnost testiranja 2–3 pilot-aktivnosti i jasne prve korake kroz koje bi njihove ideje mogle postati operativne.

Sveukupno posmatrano, nalazi ukazuju da Kiseljak raspolaže realnim fondom praktičnih znanja i lokalnih vještina, ali da su potrebe podrške izrazito konkretne i usmjerene ka prelazu iz porodične proizvodnje i neposredne prodaje u pouzdaniji, tržišno spremniji i razvojno koordiniran model. U duhu projekta, ti nalazi trebaju služiti kao osnova za pažljivo dizajnirane pakete podrške: mala oprema, praktične obuke,

mentorstvo, podrška u standardima i pakovanju, digitalna promocija, organizaciona pomoć i identifikacija pilot-aktera. Drugim riječima, razvojna spremnost lokalnih aktera postoji, ali se ona ne može aktivirati općim razvojnim porukama. Ona traži precizno usmjerenu, diferenciranu i praktično primjenjivu podršku koja će postojeća znanja povezati sa konkretnim tržišnim i agroturističkim funkcijama.

Uloga žena i mladih u razvoju agroturizma

Uloga žena i mladih u razvoju agroturizma u MZ Kiseljak ne može se posmatrati kao dodatni ili sporedni razvojni segment, nego kao jedno od ključnih mjesta na kojem se budući model lokalne ponude može ili učvrstiti ili ostati ograničen na tradicionalne, uske i nedovoljno vidljive oblike aktivnosti. Već metodološki okvir istraživanja jasno naglašava da su žene i mladi tretirani kao posebno važne ciljne skupine, upravo zato što agroturizam u lokalnim zajednicama poput Kiseljaka ne zavisi samo od postojećih proizvođača, nego i od toga postoje li ljudski resursi koji mogu proširiti proizvodnju prema preradi, gostoprimstvu, organizaciji sadržaja, digitalnoj promociji i novim oblicima poduzetničkog angažmana. Nalazi fokus grupa 3 i 4 upravo na tom mjestu daju posebno vrijedne uvide, jer pokazuju da žene i mladi nisu periferni akteri, nego potencijalne razvojne osovine budućeg modela.

Mladi, s druge strane, zauzimaju drugačiju, ali jednako važnu razvojnu poziciju. Fokus grupa 4 pokazuje da mladi u Kiseljaku ne treba prvenstveno posmatrati kao klasične proizvođače, nego kao potencijalne posrednike između lokalnih resursa i savremenog tržišnog nastupa. U raspravi je vrlo jasno iskazano da mladi lakše prepoznaju mogućnosti u digitalnoj promociji, organizaciji događaja, vođenju posjetilaca, kreiranju sadržaja, vizuelnom predstavljanju proizvoda i povezivanju različitih lokalnih tačaka u jednu razumljivu i privlačnu priču. Ovaj nalaz je posebno važan zato što upravo na tim funkcijama Kiseljak trenutno ima najočitiji razvojni deficit. Lokalne proizvode i domaćinstva posjeduje, ali im nedostaje vidljivost, kreativna interpretacija i novi oblici tržišne komunikacije. U tom smislu, mladi ne predstavljaju samo demografsku ciljnu grupu, nego moguću razvojnu kariku koja povezuje postojeće resurse sa novim modelima prezentacije i angažmana.

U tom smislu, uloga žena i mladih u razvoju agroturizma nije samo socijalno poželjan dodatak projektu, nego jedna od ključnih razvojnih pretpostavki njegove održivosti. Bez žena će ponudi nedostajati važan dio prerade, domaće hrane, mikro-usluga i iskustvene autentičnosti. Bez mladih će nedostajati vidljivost, digitalna komunikacija, organizacija sadržaja i inovativni poduzetnički impuls. U duhu ciljeva projekta, nalazi ovog dijela istraživanja trebaju biti korišteni kao osnova za dizajniranje diferenciranih paketa podrške: za žene kroz praktične obuke, malu opremu, standarde i tržišno pozicioniranje, a za mlade kroz mentorstvo, mapiranje resursa, digitalnu promociju i testiranje pilot-aktivnosti. Samo takav pristup može pretvoriti njihovu ulogu iz potencijala u stvarni razvojni doprinos.

Fokus grupe kao validacija i produbljivanje nalaza

U metodološkom okviru istraživanja fokus grupe nisu zamišljene kao zaseban i izoliran izvor podataka, nego kao instrument validacije, produbljivanja i interpretativnog povezivanja nalaza dobijenih kroz desk analizu, mapiranje, anketiranje domaćinstava/proizvođača i strukturirane upitnike za institucije i tržišne aktere. U tom smislu, njihova uloga u ovoj analizi je višestruka. One provjeravaju da li su nalazi iz upitnika razvojno uvjerljivi iz perspektive samih aktera, pomažu da se kvantitativni pokazatelji dopune konkretnijim razumijevanjem problema i potencijala, te omogućavaju da se iz apstraktnijih trendova

izvedu provodivi razvojni prijedlozi. Upravo zato fokus grupe treba čitati kao prostor u kojem su prethodni nalazi dobili svoju dublju razvojnu interpretaciju.

Sveukupno posmatrano, fokus grupe su u ovoj analizi imale tri ključne funkcije. Prvo, validirale su osnovne nalaze dobijene anketiranjem i strukturiranim upitnicima. Drugo, produbile su njihovo značenje time što su kvantitativne pokazatelje povezale sa stvarnim iskustvom, jezikom i prioritetima aktera. Treće, otvorile su prostor za formuliranje razvojnih prijedloga i pilot-pravaca koji imaju veću praktičnu upotrebljivost od općih preporuka izvedenih samo iz statističkih pokazatelja. U duhu projekta, upravo je takva uloga fokus grupa i bila predviđena: ne da zamijene druge izvore podataka, nego da ih objedine, potvrde i pretvore u sadržajnu osnovu za zaključke i preporuke.

Procjena razvojne izvodljivosti agroturizma u MZ Kiseljak

Na osnovu desk analize, tri seta anketnih rezultata i četiri fokus grupe može se pristupiti procjeni razvojne izvodljivosti agroturizma u MZ Kiseljak. U ovom kontekstu izvodljivost ne treba razumjeti kao pitanje da li je agroturizam uopće moguć u teorijskom smislu, nego da li postoje dovoljne realne pretpostavke da se u narednom periodu pokrenu funkcionalni, tržišno razumljivi i organizaciono održivi oblici ponude koji mogu biti osnova za daljnji razvoj. Empirijski nalazi u tom pogledu daju relativno jasnu sliku: agroturizam u Kiseljaku jeste razvojno izvodljiv, ali ne kao široka, brzo razvijena i infrastrukturno zahtjevna turistička destinacija, nego kao postepen, fazan i pilot-orijentiran model koji se oslanja na lokalne proizvode, domaćinstva, manje iskustvene sadržaje i koordinisanu podršku.

Drugi važan element izvodljivosti odnosi se na profil najrealnijih budućih korisnika i tip ponude koja im se može ponuditi. Tržišno istraživanje pokazuje da su domaći turisti, porodice i izletnici najrealniji segmenti potražnje, a da su edukativne ture, događaji, prodaja na imanju, obilazak imanja i degustacije najizvodljiviji oblici buduće ponude. Domaćinstva i fokus grupe daju vrlo sličnu sliku: najveći potencijal vide u prodaji na imanju, degustacijama, obilasku i manjim iskustvenim formatima, dok su smještaj i složeniji oblici usluge mnogo manje prisutni. Ovakva usklađenost između domaćinstava, tržišnih aktera i fokus grupa snažno podržava zaključak da je za Kiseljak razvojno izvodljiv upravo uži, autentični i funkcionalno jednostavniji model agroturizma. To je važna potvrda da se budući razvoj može planirati na realistično definisanoj tržišnoj niši.

U tom svjetlu, najprimjereniji zaključak jeste da je u Kiseljaku razvojno izvodljiv model „ograničenog, ali uvjerljivog“ agroturizma. To nije destinacija koja bi u prvoj fazi trebala graditi smještajne kapacitete većeg obima, široku destinacijsku infrastrukturu i veliki broj različitih proizvoda. Izvodljiv je model koji se zasniva na nekoliko dobro odabranih domaćinstava i pilot-tačaka, na lokalnim proizvodima kao jezgri ponude, na degustacijama, obilascima, događajima manjeg obima, edukativnim sadržajima i snažnijoj vezi sa domaćim i kantonalnim tržištem. Upravo takav model odgovara i rezultatima istraživanja i duhu projekta, jer omogućava da se razvoj testira, uči i širi na osnovu iskustva, a ne na osnovu unaprijed pretpostavljene velike skale.

Zato se razvojna izvodljivost agroturizma u MZ Kiseljak može procijeniti kao umjereno visoka u pogledu pilot-razvoja, a ograničena u pogledu brze i široke destinacijske transformacije. Ovakva procjena je metodološki najpoštenija i razvojno najkorisnija. Ona ne umanjuje potencijal Kiseljaka, ali ga postavlja u realne granice. Istovremeno, daje jasan pravac za narednu fazu: fokus na pilot-domaćinstva, osnovne standarde, koordinaciju, podršku ženama i mladima, tržišno povezivanje i nekoliko prepoznatljivih proizvoda i događaja koji mogu služiti kao prvi dokazi funkcionalnosti modela. Upravo u tome i leži

stvarna razvojna izvodljivost – ne u deklaraciji da je agroturizam moguć, nego u sposobnosti da se konkretni mali koraci zaista provedu.

Sintetička interpretacija rezultata istraživanja

Sagledani u cjelini, rezultati empirijskog istraživanja pokazuju da MZ Kiseljak raspolaže stvarnom, ali još uvijek nedovoljno konsolidiranom razvojnom osnovom za postepeni razvoj agroturizma. Nalazi iz sva tri upitnika i fokus grupa međusobno su visoko komplementarni i konzistentni. Proizvođači i domaćinstva potvrđuju postojanje raznovrsne proizvodne baze, autentičnih lokalnih proizvoda i određenog nivoa spremnosti za jednostavnije oblike uključivanja u ponudu. Tržišni i turistički akteri prepoznaju lokalne proizvode kao posebno atraktivan segment, oprezno pozitivno ocjenjuju potencijal agroturističkih iskustava i vrlo jasno identifikuju profile najrealnijih posjetilaca i najizvodljivije pakete. Institucije i javne službe potvrđuju razvojni potencijal, ali istovremeno upozoravaju da bez organizacije, osnovne infrastrukture, koordinacije i tržišne vidljivosti ne može doći do ozbiljnijeg iskoraka. Fokus grupe, kao validacijski i interpretativni instrument, dodatno pokazuju da žene i mladi imaju posebnu razvojnu težinu i da upravo oni mogu dopuniti i proširiti postojeću proizvodnu osnovu prema uslugama, preradi, promociji i novim oblicima lokalnog poduzetništva.

Druga ključna poruka jeste da Kiseljak nije razvojno spreman za široki i infrastrukturno zahtjevni model turističke destinacije, ali jeste spreman za ograničen, fazan i pilot-orijentiran model agroturizma. To potvrđuju gotovo svi nalazi. Najizvodljivijim se smatraju prodaja na imanju, degustacije, obilazak domaćinstava, edukativne ture i događaji manjeg obima, dok smještaj i kompleksniji oblici ponude dobijaju osjetno manju podršku. Domaćinstva uglavnom mogu zamisliti manje grupe i kraće formate, tržišni akteri očekuju jednostavne i autentične pakete, a institucije kao prioritete vide osnovno uređenje i koordinaciju, a ne velike investicijske skokove. Sve to zajedno upućuje na razvojnu logiku u kojoj je realnije graditi nekoliko funkcionalnih, dobro pripremljenih pilot-proizvoda nego pokušavati od početka širiti veliku i difuznu turističku priču.

Treća važna poruka jeste da najveće prepreke nisu u apsolutnom nedostatku resursa, nego u njihovoj raspršenosti, nedovoljnoj organizaciji i nepostojanju funkcionalnog sistema koji bi ih povezao. U svim izvorima ponavljaju se slične prepreke: nepouzdanost, nedovoljna ponuda, standardi, logistika, nedostatak opreme, ograničeni skladišni i tehnički kapaciteti, slaba organizovanost proizvođača, nedovoljna informisanost aktera, infrastrukturne slabosti i slaba tržišna prepoznatljivost prostora. To znači da razvojni problem Kiseljaka nije prvenstveno „šta ponuditi“, nego „kako organizovati i uskladiti ono što već postoji“. Ovaj nalaz je od posebne važnosti za daljnju upotrebu rezultata, jer sugerira da se preporuke ne trebaju dominantno kretati u pravcu traženja novih resursa, nego u pravcu boljeg povezivanja postojećih.

Peta važna poruka tiče se institucionalne i organizacione arhitekture budućeg razvoja. Nalazi ne podržavaju ideju da razvoj može biti vođen isključivo jednim akterom. Umjesto toga, pojavljuje se potreba za kombinovanim modelom koordinacije u kojem projektni tim, mjesna zajednica, Grad/Turistička zajednica, lokalni proizvođači, eventualno udruženje ili zadruga, te tržišni akteri imaju različite, ali međusobno povezane funkcije. Ovaj nalaz je važan jer pokazuje da je organizacija razvoja jednako važna kao i sami resursi. Bez makar minimalne koordinacione strukture, registra aktera, definisanih pilot-domaćinstava i osnovne raspodjele uloga, postojeći potencijal će ostati raspršen. S druge strane, čak i relativno mali nivo koordinacije može imati disproporcionalno veliki razvojni efekt jer stvara prvi osjećaj sistema tamo gdje sada postoje uglavnom odvojene inicijative.

U duhu ciljeva projekta, rezultati ovog istraživanja imaju vrlo jasnu operativnu namjenu. Oni se mogu neposredno koristiti za: identifikaciju pilot-domaćinstava i pilot-aktivnosti; dizajniranje diferenciranih paketa podrške za proizvođače, žene i mlade; preciziranje minimalnih infrastrukturnih i tehničkih zahvata; definisanje modela koordinacije i raspodjele uloga; oblikovanje jednostavnijih paketa ponude; te usmjeravanje buduće promocije prema domaćem i kantonalnom tržištu, uz postepeno povezivanje sa širim identitetom Regije jezera Modrac i turističkim sistemom Tuzle. Drugim riječima, nalazi ovog istraživanja ne služe samo za opis stanja, nego prije svega za operativno planiranje narednih koraka. Upravo u tome se i nalazi njihova najveća vrijednost.

Na kraju, može se zaključiti da empirijsko istraživanje ne daje sliku Kiseljaka kao mjesta bez potencijala, ali ne potvrđuje ni mogućnost brzog i spontanog turističkog razvoja. Umjesto toga, pokazuje razvojni prostor između ta dva pola: zajednicu koja ima autentične resurse, ljude i proizvode, ali kojoj nedostaje organizovana podrška, osnovna infrastruktura i postepeno testiranje funkcionalnih modela. Upravo zato je najrazumnija sintetička interpretacija da Kiseljak treba razvijati kroz pažljivo vođeni, fazni model agroturizma, zasnovan na lokalnim proizvodima, malim iskustvenim sadržajima, uključivanju žena i mladih, jačanju osnovnih standarda i postupnom građenju tržišne vidljivosti. Takav model je ujedno i najbliži stvarnom stanju na terenu i najviše odgovara razvojnim mogućnostima koje je istraživanje identifikovalo.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Empirijsko istraživanje provedeno za potrebe ove analize pokazuje da se mogućnosti razvoja agroturizma ne mogu valjano razumjeti ako se posmatraju isključivo na nivou MZ Kiseljak, izdvojeno od šire Regije jezera Modrac. Iako Kiseljak predstavlja najvažniji lokalni fokus analize i prostor u kojem su identificirani konkretni akteri, domaćinstva, proizvodi i razvojne potrebe, stvarna razvojna logika agroturizma upućuje na znatno širi teritorijalni okvir. Regija jezera Modrac nije samo geografska pozadina lokalnog razvoja, nego razvojni sistem u kojem se ukrštaju prirodni resursi, obalni prostor, poljoprivredna proizvodnja, lokalne zajednice, potencijal rekreacije, kretanja izletnika i institucionalne nadležnosti više jedinica lokalne samouprave. Upravo zato se konačna procjena mogućnosti razvoja agroturizma mora temeljiti na razumijevanju odnosa između lokalnih kapaciteta Kiseljaka i šire regionalne atraktivnosti prostora jezera Modrac.

Najvažniji zaključak ove analize nije samo da na prostoru Kiseljaka postoje pojedinačni resursi za razvoj agroturizma, nego da unutar šire Regije jezera Modrac postoji osnova za postepeno oblikovanje višedimenzionalne ponude koja može povezati poljoprivredu, lokalne proizvode, domaću gastronomiju, edukativne i doživljajne sadržaje, rekreativni boravak u prostoru, male događaje i razvoj lokalnog poduzetništva. To znači da agroturizam ne treba posmatrati kao usku turističku nišu, nego kao razvojni model koji objedinjuje poljoprivredno-proizvodnu, gastronomsko-prodajnu, doživljajno-edukativnu, rekreativno-prostornu, ekonomsko-diverzifikacijsku i dimenziju lokalne zajednice i održivosti. Takvo višedimenzionalno razumijevanje već je ugrađeno u konceptualni okvir same analize i sada ga je potrebno dosljednije prevesti u završne zaključke i preporuke.

U tom smislu, Kiseljak se može razumjeti kao početna tačka i pilot-prostor, ali ne i kao jedini smisljeni okvir budućeg djelovanja. Razvojno snažniji pristup bio bi onaj koji Kiseljak tretira kao demonstracioni lokalitet unutar šire Regije jezera Modrac, u kojoj bi se buduće aktivnosti postepeno povezivale sa drugim priobalnim i ruralnim tačkama, sa postojećim tokovima posjetilaca, sa rekreativnim i okolišnim sadržajima, te sa širim identitetom prostora jezera. Time bi agroturizam dobio veću funkcionalnu dubinu: ne samo kao prodaja na imanju ili povremena degustacija, nego kao dio regionalno prepoznatljive priče o lokalnim proizvodima, boravku u prirodi, učenju o prostoru, održivom korištenju resursa i uključivanju lokalnih zajednica u nove razvojne procese..

Ključni nalazi analize

Prvi ključni nalaz odnosi se na to da lokalni proizvodi i porodična domaćinstva ostaju najsnažnije jezgro buduće agroturističke ponude, ali njihova vrijednost raste onda kada se povežu sa širim identitetom Regije jezera Modrac. U užem lokalnom smislu, istraživanje potvrđuje značaj proizvodnje manjeg obima, prerade, kućne prodaje i autentičnih proizvoda. U širem regionalnom smislu, ti proizvodi mogu postati nosioci identiteta prostora, posebno ako se povežu s pričom o jezeru, obalnom pejzažu, izletničkim kretanjima i domaćoj gastronomiji. Drugim riječima, lokalni proizvod u ovom modelu nije samo roba za prodaju, nego i sredstvo interpretacije prostora i lokalne autentičnosti.

Drugi ključni nalaz jeste da se buduća ponuda ne treba zasnivati na jednoj dimenziji agroturizma, nego na kombinaciji više međusobno povezanih dimenzija. Empirijski nalazi već sada pokazuju da su za Kiseljak najrealniji jednostavniji formati, kao što su prodaja na imanju, degustacije, obilasci domaćinstava, edukativne ture, radionice i manji događaji. Međutim, kada se ti nalazi prevedu na nivo Regije jezera Modrac, postaje jasno da razvojni potencijal leži upravo u njihovom kombinovanju: lokalna

proizvodnja može biti osnova gastronomske ponude, edukativni sadržaji mogu biti povezani s učenjem o vodi, zemljištu, poljoprivredi i tradiciji, a rekreativni boravak u prostoru može povećavati atraktivnost i dužinu zadržavanja posjetilaca.

Treći ključni nalaz odnosi se na prostornu dimenziju razvoja. Regija jezera Modrac predstavlja strateški važan prostorno-resursni sistem sa složenim upravljačkim, okolišnim i razvojnim obilježjima. Zbog toga razvoj agroturizma ne može biti vođen samo logikom pojedinačnog domaćinstva ili jedne mjesne zajednice. Potrebno je usklađivati zaštitu prostora, komunalnu uređenost, pristupne puteve, signalizaciju, sigurnost posjete, odnose prema vodnom dobru i ukupnu vjerodostojnost prostora kao mjesta boravka. To znači da je prostorno-okolinski kvalitet Regije jezera Modrac istovremeno ograničenje i resurs: ako se njime ne upravlja pažljivo, on koči razvoj; ako se planski unaprijedi, on postaje jedna od ključnih konkurentskih prednosti buduće ponude.

Četvrti ključni nalaz jeste da žene i mladi imaju mnogo širu razvojnu ulogu nego što bi se moglo zaključiti iz uskog razumijevanja turizma. Žene nisu važne samo kao podrška domaćinstvu, nego kao nositeljice domaće kuhinje, prerade, mikro-usluga, gostoprimstva i autentičnih sadržaja. Mladi, s druge strane, predstavljaju ključni resurs za digitalnu promociju, interpretaciju prostora, organizaciju malih događaja, razvoj tematskih ruta, logistiku posjeta i testiranje novih oblika lokalnog poduzetništva. U regionalnom modelu razvoja agroturizma njihova uloga postaje još važnija, jer upravo oni mogu povezivati lokalni sadržaj sa savremenim oblicima prezentacije i tržišnog komuniciranja.

Peti ključni nalaz odnosi se na institucionalnu i organizacionu dimenziju. Razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac neće zavisiti samo od motivacije pojedinačnih domaćinstava, nego od sposobnosti da se uspostavi koordinacioni model koji povezuje lokalne aktere, institucije, turističke i tržišne posrednike, projektne partnere i jedinice lokalne samouprave. Dosadašnji nalazi pokazuju da najveći problemi nisu samo u nedostatku resursa, nego u raspršenosti, slaboj standardizaciji, nepouzdanosti ponude i ograničenoj povezanosti aktera. Zbog toga budući razvoj traži organizacionu infrastrukturu isto onoliko koliko traži fizičku i komunalnu infrastrukturu.

Procjena razvojne izvodljivosti agroturizma u MZ Kiseljak

Na osnovu cjelokupne analize može se zaključiti da je razvoj agroturizma razvojno izvodljiv, ali ne kao model brze turističke ekspanzije, nego kao model pažljivo vođene, fazne i prostorno odgovorne diversifikacije lokalne ekonomije. U užem smislu, MZ Kiseljak posjeduje dovoljno elemenata da posluži kao pilot-područje za testiranje tržišno održivih oblika agroturističke ponude. U širem smislu, Regija jezera Modrac posjeduje dovoljno prostorne, okolišne i simboličke snage da toj lokalnoj ponudi osigura širi kontekst, veću prepoznatljivost i više razvojnih pravaca.

Izvodljivost budućeg razvoja naročito je vidljiva u onim segmentima koji ne traže velika početna ulaganja, a istovremeno omogućavaju brzo testiranje interesa tržišta i lokalne spremnosti. To se prije svega odnosi na prodaju na imanju, male degustacijske formate, radionice, sezonske manifestacije, obrazovne posjete, obilazak domaćinstava, povezivanje sa školama i izletničkim grupama, te razvoj manjih ruta koje povezuju lokalne proizvode, priču o prostoru i boravak uz jezero. Takvi formati su dovoljno skromni da budu realni, a dovoljno sadržajni da postanu jezgro novih projektnih aktivnosti i buduće vidljivosti regije.

Ono što ovu procjenu čini posebno važnom jeste činjenica da se razvojni potencijal ne iscrpljuje u turizmu u užem smislu. Naprotiv, potencijal se nalazi u presijecanju više sektora: poljoprivrede, prehrambene prerade, zaštite okoliša, lokalnog poduzetništva, obrazovanja, društvene uključenosti

žena i mladih, brendiranja teritorije i razvoja održivih lokalnih lanaca vrijednosti. Zbog toga budući projekti ne moraju biti imenovani samo kao turistički projekti; oni mogu biti oblikovani i kao projekti lokalnog ekonomskog razvoja, zelene tranzicije, podrške ženama i mladima, jačanja kratkih lanaca snabdijevanja, edukacije o hrani i prostoru, te unapređenja okolišne infrastrukture i interpretacije pejzaža. Takav pristup je potpuno usklađen sa višedimenzionalnim razumijevanjem agroturizma koje dokument već uspostavlja..

Kritična ograničenja i rizici razvoja

I pored jasnih potencijala, razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac suočen je sa više kritičnih ograničenja. Prvo ograničenje je okolišno i prostorno. Jezero Modrac i njegov priobalni prostor nose razvojni potencijal, ali i niz osjetljivosti i pritisaka. Bez sanacije, uređenja, signalizacije, pristupačnosti i odgovornog upravljanja prostorom, teško je očekivati da će lokalna ponuda steći vjerodostojnost i privlačnost koju zahtijeva tržište.

Drugo ograničenje je organizaciono. Lokalni akteri još uvijek ne djeluju kao funkcionalno povezan sistem, a bez takve povezanosti razvoj ostaje sporadičan, nepouzdan i teško vidljiv.

Treće ograničenje je tehničko i standardizacijsko: brojna domaćinstva raspolažu resursima, ali ne i dovoljnim stepenom opremljenosti, uređenosti, deklarisanja, pakovanja i spremnosti za prijem gostiju.

Četvrto ograničenje je tržišno, jer buduća ponuda još nema dovoljno snažan zajednički identitet, kanale promocije i partnerske veze sa ugostiteljstvom, organizatorima izleta i širim turističkim sistemom Grada Tuzle i Regije jezera Modrac.

Peti rizik odnosi se na mogućnost da se razvoj preuranjeno usmjeri ka ambicioznijim i investiciono zahtjevnijim formatima prije nego što budu stabilizirani osnovni elementi ponude. Takav pristup mogao bi dovesti do razočaranja aktera, lošeg korištenja sredstava i gubitka povjerenja u samu ideju agroturizma. Zbog toga je nužno zadržati razvojnu disciplinu: širiti samo ono što je prethodno testirano, potvrđeno i funkcionalno u praksi. Upravo iz tog razloga pilot-pristup ostaje najracionalniji i za Kiseljak i za širu Regiju jezera Modrac.

PREPORUKE ZA RAZVOJ AGROTURIZMA U MZ KISELJAK

Preporuke za okolišnu i komunalnu sanaciju kao preduslov razvoja

Razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac nije moguće zasnivati samo na atraktivnosti prostora, prirodnim resursima i lokalnim proizvodima. Jedan od osnovnih uslova za svaku ozbiljniju razvojnu intervenciju jeste uređenost prostora i postojanje minimalnih komunalnih i okolišnih standarda koji posjetiocu daju osjećaj sigurnosti, pristupačnosti i funkcionalnosti. To se posebno odnosi na priobalni pojas, pristupne puteve, mikro-lokalitete uz jezero, punktove potencijalne prodaje i boravka, kao i mjesta na kojima bi se mogli razvijati edukativni, rekreativni ili promotivni sadržaji. U tom smislu, komunalna uređenost nije tehnička sporednost, nego sastavni dio vjerodostojnosti buduće agroturističke ponude.

Za MZ Kiseljak i širi prostor Regije jezera Modrac od posebnog je značaja da se okolišna i komunalna pitanja posmatraju integrirano. To podrazumijeva da se razvojne aktivnosti ne usmjeravaju samo na pojedinačna domaćinstva, nego i na kvalitet ukupnog ambijenta u kojem će se odvijati dolazak, kretanje i boravak posjetilaca. Signalizacija, pristup vodi i lokalitetima, odlaganje otpada, sanitarni uslovi,

osnovno hortikulturno uređenje, mikro-ambijentalna oprema i vizuelna uređenost prostora moraju biti dio početne razvojne logike. Posebno je važno da se sanacija prostora uz jezero ne tretira samo kao pitanje ekologije, nego i kao pitanje buduće upotrebljivosti prostora za razvoj održivih lokalnih ekonomskih aktivnosti.

Konkretno, preporučuje se da se u prvoj fazi identifikuju i odaberu tri do pet prioriternih pilot-lokaliteta u Regiji jezera Modrac, uključujući najmanje jedan lokalitet u MZ Kiseljak, te da se za njih izradi jednostavan akcioni plan uređenja. Taj plan treba obuhvatiti minimalne komunalne intervencije, signalizaciju, pristupne tačke, sanitarne uslove, mikro-opremu i odgovornost nadležnih aktera za održavanje. Time bi se stvorila neposredna i vidljiva osnova za naredne projektne aktivnosti.

Preporuke za jačanje proizvođača i domaćinstava

Proizvođači i domaćinstva predstavljaju osnovno razvojno jezgro budućeg agroturizma, ali njihova spremnost za uključivanje nije jednaka, niti se njihove potrebe mogu tretirati na isti način. Jedan broj aktera raspolaže autentičnim proizvodima, iskustvom kućne prodaje i osnovnim resursima za razvoj dodatnih sadržaja, dok drugi tek pokazuju interes i početnu razvojnu motivaciju. Zbog toga podrška mora biti selektivna, razvojno diferencirana i usmjerena na konkretne funkcije koje pojedina domaćinstva mogu preuzeti u budućem modelu ponude. Umjesto širokog i neselektivnog pristupa, korisnije je raditi sa manjim brojem spremnijih aktera koji mogu poslužiti kao pilot-primjeri.

Posebno je važno da se proizvođačima i domaćinstvima ne pristupa samo kao korisnicima pomoći, nego kao budućim partnerima u oblikovanju ponude. To znači da podrška treba obuhvatiti ne samo malu opremu i tehnička unapređenja, nego i razvoj osnovnih organizacionih, tržišnih i uslužnih kapaciteta. U praksi to uključuje pomoć u preradi, pakovanju, deklarisanju, higijenskim standardima, uređenju prostora za prijem gostiju, oblikovanju jednostavnih degustacijskih i prodajnih sadržaja, kao i razumijevanju očekivanja posjetilaca. Na taj način domaćinstva postepeno prelaze iz sfere individualne proizvodnje u sferu organizovane i tržišno razumljive lokalne ponude.

Konkretno, preporučuje se da se uspostavi program podrške za pilot-domaćinstva i proizvođače, kroz jasan set kriterija izbora i individualizirane razvojne pakete. Ti paketi mogu uključivati malu opremu, stručne savjete, kratke praktične obuke, pomoć u standardizaciji proizvoda i mentorstvo za organizaciju prvih prodajno-uslužnih aktivnosti. U prvoj projektnoj fazi potrebno je odabrati ograničen broj aktera sa najvećim razvojnim potencijalom i sa njima razviti prve funkcionalne modele uključivanja u agroturističku ponudu.

Preporuke za razvoj tržišno održive agroturističke ponude

Buduća ponuda u Regiji jezera Modrac ne treba biti oblikovana kao skup nepovezanih aktivnosti, nego kao smisleno integrisan model koji povezuje više dimenzija agroturizma. Lokalni proizvodi i domaća hrana trebaju ostati središte ponude, ali oko njih treba graditi i druge sadržaje: degustacije, posjete domaćinstvima, edukativne radionice, kratke tematske obilaske, sezonske događaje, sadržaje za djecu i mlade, te male rekreativne i doživljajne formate povezane s prostorom jezera. Upravo u toj kombinaciji proizvodne, gastronomske, doživljajne i prostorne dimenzije leži mogućnost stvaranja prepoznatljive i održive ponude.

Za MZ Kiseljak je posebno važno da se razvoj ne usmjeri prerano prema složenijim i investiciono zahtjevnijim oblicima turizma, nego prema sadržajima koji su tržišno razumljivi i organizaciono dostižni.

To znači da u početnoj fazi prioritet trebaju imati oni formati koji omogućavaju brzo testiranje interesa tržišta uz relativno nizak rizik: prodaja na imanju, mali degustacijski događaji, edukativne posjete škola, tematske radionice, povremene manifestacije lokalnih proizvoda i kraći obilasci sa elementima interpretacije prostora. Ovakav pristup omogućava učenje kroz praksu i postepeno oblikovanje modela koji se kasnije može širiti i sadržajno nadograđivati.

Konkretno, preporučuje se da se razvije najmanje jedan pilot-paket ponude za MZ Kiseljak i dva do tri šira regionalna mikro-itinerera za Regiju jezera Modrac. Ti paketi trebaju povezati lokalne proizvode, domaćinstva, kraće sadržaje boravka i elemente doživljaja prostora. U operativnom smislu, potrebno je definisati sadržaj svakog paketa, aktere koji učestvuju, trajanje aktivnosti, okvirne cijene, način rezervacije i promotivni opis, kako bi ponuda mogla biti neposredno testirana na ciljanim grupama posjetilaca

Preporuke za organizaciju, koordinaciju i upravljanje ponudom

Jedan od ključnih nalaza analize jeste da se najveća razvojna slabost ne nalazi samo u ograničenim resursima, nego u raspršenosti aktera i odsustvu funkcionalne koordinacije. Bez minimalnog organizacionog okvira, čak i kvalitetni proizvodi i motivisana domaćinstva ostaju izolirani, teško vidljivi i nedovoljno tržišno iskorišteni. Zbog toga razvoj agroturizma u Regiji jezera Modrac traži uspostavljanje koordinacionog modela koji neće biti birokratski složen, ali će biti dovoljno operativan da poveže proizvođače, domaćinstva, mjesne zajednice, projektne partnere, lokalne vlasti i tržišne posrednike.

Takav koordinacioni model treba istovremeno imati više funkcija: mapiranje aktera, praćenje njihove razvojne spremnosti, usklađivanje aktivnosti, podršku u promociji, standardizaciji i zajedničkom nastupu, te pomoć u organizaciji prvih zajedničkih događaja i ruta. Posebno je važno da koordinacija ne ostane na nivou povremenih konsultacija, nego da preraste u kontinuirani mehanizam upravljanja razvojem. U početku to može biti neformalniji model, ali već u srednjem roku mora dobiti jasniji institucionalni i operativni oblik.

Konkretno, preporučuje se formiranje koordinacione platforme za razvoj agroturizma Regije jezera Modrac, sa posebnim operativnim fokusom na MZ Kiseljak u prvoj fazi. Platforma bi trebala imati mali broj jasno definisanih članova, plan sastanaka, raspored zadataka i osnovni godišnji operativni plan. Njena neposredna zadaća treba biti da vodi proces izbora pilot-aktera, prati razvoj prvih modela ponude, koordinira zajedničke promotivne aktivnosti i priprema osnovu za naredne razvojne projekte.

Preporuke za promociju, brendiranje i tržišno pozicioniranje

Promocija agroturizma u Regiji jezera Modrac ne bi trebala polaziti od pojedinačnih i nepovezanih pokušaja samopromocije, nego od izgradnje šire teritorijalne priče koja objedinjuje lokalne proizvode, autentičnost domaćinstava, doživljaj jezera, boravak u prirodi i održivi razvoj. Upravo taj širi narativ može dati dodatnu vrijednost i Kiseljaku i drugim lokalitetima u regiji. Brendiranje zato ne treba svesti na vizuelni identitet, nego ga razumjeti kao proces teritorijalnog pozicioniranja i stvaranja jasne razvojne slike o tome šta Regija jezera Modrac može ponuditi i po čemu se razlikuje.

U tom kontekstu, veoma je važno da buduća promocija počiva na stvarno raspoloživoj ponudi, a ne na preuranjenim obećanjima. Istovremeno, potrebno je voditi računa da u prostoru Regije jezera Modrac već postoje određeni materijali, koncepti i rezultati ranijih projekata koji su se bavili identitetom prostora, promocijom lokalnih vrijednosti i razvojnim pozicioniranjem ovog područja. Takve ranije izrađene

promotivne i branding materijale ne treba zanemariti niti ih paralelno zamjenjivati novim rješenjima bez prethodne analize, nego ih treba pregledati, vrednovati i uključiti u novi razvojni okvir. Time se osigurava kontinuitet, racionalnije korištenje raspoloživih resursa i veća konzistentnost u javnom predstavljanju regije.

Konkretno, preporučuje se da se u prvoj fazi napravi pregled svih relevantnih promotivnih, komunikacijskih i branding materijala nastalih u okviru ranijih projekata vezanih za jezero Modrac i okolni prostor, te da se izdvoje oni elementi koji se mogu neposredno koristiti ili prilagoditi za potrebe razvoja agroturizma. Na toj osnovi potrebno je izraditi objedinjeni promotivno-branding paket za Regiju jezera Modrac, koji bi obuhvatio zajednički narativ, usklađene vizuelne elemente, digitalnu mapu aktera, promotivne profile pilot-domaćinstava, kalendar malih događaja i osnovne komunikacijske alate za predstavljanje ponude školama, izletničkim grupama, ugostiteljima i drugim potencijalnim partnerima..

Preporuke za uključivanje žena, mladih i početnika

Žene, mladi i početnici ne trebaju biti tretirani kao dodatna socijalna komponenta razvoja, nego kao jedna od njegovih ključnih razvojnih osovina. Analiza pokazuje da upravo ove grupe mogu preuzeti važne funkcije u preradi, domaćoj kuhinji, gostoprimstvu, mikro-uslugama, digitalnoj promociji, interpretaciji prostora, organizaciji malih događaja i pokretanju novih poduzetničkih inicijativa. Time njihovo uključivanje dobija dvostruki značaj: ono doprinosi i društvenoj uključenosti i ekonomskoj održivosti budućeg modela razvoja.

Za ove grupe posebno je važno da podrška bude prilagođena njihovim stvarnim mogućnostima i razvojnim interesima. Ženama su potrebni praktični i fleksibilni modeli podrške za preradu, domaću kuhinju, male prodajne formate i usluge gostoprimstva. Mladima su potrebne funkcije koje odgovaraju njihovim znanjima i potencijalima, kao što su digitalni sadržaji, vođenje manjih grupa, promocija, interpretacija lokalnih resursa i kreiranje inovativnih mikro-aktivnosti. Početnicima, bez obzira na dob i spol, treba omogućiti ulazak u razvojni proces kroz manje rizične i jednostavnije modele uključivanja.

Konkretno, preporučuje se razvoj posebnog podprograma podrške za žene, mlade i početnike unutar budućih projektnih aktivnosti u Regiji jezera Modrac. Taj podprogram treba uključivati male grantove ili opremu, mentorstvo, praktične radionice, podršku u razvoju prvih usluga i mogućnost pilot-testiranja njihovih ideja u realnom prostoru. U prvoj fazi korisno bi bilo identificirati najmanje pet do deset pojedinaca ili domaćinstava iz ovih ciljnih grupa i omogućiti im ciljanu podršku za razvoj prvih konkretnih aktivnosti.

PRIJEDLOG FAZNOG MODELA IMPLEMENTACIJE

Kratkoročne mjere (0–12 mjeseci)

Kratkoročna faza treba biti postavljena kao faza preciznog usmjeravanja, selekcije i pripreme, a ne kao faza širokog i neselektivnog pokretanja velikog broja aktivnosti. U ovoj etapi najvažnije je identifikovati ograničen broj pilot-aktera, pilot-domaćinstava i pilot-lokaliteta koji imaju realne pretpostavke da uđu u prvi krug razvoja agroturističke ponude. To znači da je potrebno jasno profilirati aktere prema njihovim resursima, stepenu motivacije, vrsti proizvodnje, prostornoj poziciji, spremnosti za saradnju i mogućnosti da relativno brzo razviju jednostavne oblike ponude. Upravo zbog toga ova faza ne smije biti vođena isključivo administrativno, nego uz aktivno uključivanje stručnjaka iz oblasti poduzetništva,

agroturizma, ruralnog razvoja, marketinga, prehrambene prerade i komunalnog uređenja, kako bi odabir i početno usmjeravanje bili stručno utemeljeni.

Jednako je važno da kratkoročna faza bude usmjerena na sticanje praktičnog uvida i učenje na dobrim primjerima. Zbog toga se preporučuje organizovanje najmanje jedne, a po mogućnosti i dvije studijske posjete sličnim lokalitetima ili primjerima dobre prakse u Bosni i Hercegovini ili bližem regionalnom okruženju, gdje su lokalni proizvodi, domaćinstva, mali turistički sadržaji i organizacija ponude uspješno povezani. Takve posjete ne trebaju imati samo promotivni karakter, nego prvenstveno obrazovni i razvojni smisao: da lokalni akteri vide kako izgleda funkcionalan model, koje su minimalne pretpostavke uspjeha, koje su greške moguće i kako se mali resursi mogu pretvoriti u uvjerljivu ponudu. Paralelno s tim, potrebno je pokrenuti kratke, praktične edukacije za odabrane aktere, ali ne općenite, nego tematski usmjerene: organizacija prodaje na imanju, higijenski standardi, komunikacija s gostima, oblikovanje jednostavnih degustacija, digitalna vidljivost i osnovi poslovnog planiranja.

Konkretno, u prvih 12 mjeseci potrebno je: formirati stručni operativni tim za podršku razvoju agroturizma; definisati kriterije za izbor pilot-aktera; odabrati tri do pet pilot-lokaliteta odnosno pilot-domaćinstava; provesti stručnu procjenu njihovih kapaciteta; organizovati najmanje jednu studijsku posjetu i ciklus praktičnih edukacija; te za svakog odabranog aktera pripremiti kratak individualni razvojni profil sa preporukama šta može razvijati, uz koju podršku i u kojem vremenskom okviru. Uz to, za sve početnike treba osigurati početni konseling pri ulasku u biznis, kako bi razumjeli osnovne korake, rizike, troškove i realne mogućnosti uključivanja.

Srednjoročne mjere (1–3 godine)

Srednjoročna faza treba predstavljati period stabilizacije, širenja i profesionalizacije onoga što je u prvoj fazi testirano. Nakon što se kroz pilot-aktivnosti potvrdi koji su formati funkcionalni, koji akteri pokazuju najviše spremnosti i kakve reakcije tržišta postoje, fokus se treba pomjeriti sa početnog eksperimentiranja na izgradnju održivijeg sistema ponude. U ovoj etapi razvoj više ne treba biti zasnovan samo na entuzijazmu pojedinaca, nego na postepenom uspostavljanju standarda, jačanju organizacije, razvoju prepoznatljivih programa i povezivanju sa školama, ugostiteljstvom, organizatorima izleta, lokalnim manifestacijama i širim turističkim tokovima Tuzle i Regije jezera Modrac. I u ovoj fazi stručnjaci moraju imati važnu ulogu, naročito u standardizaciji usluga, unapređenju proizvoda, pozicioniranju ponude, edukaciji aktera i usmjeravanju investicija.

U srednjem roku naročito dobija na važnosti podrška u vođenju i razvoju mikro-biznisa. Početna podrška pri ulasku u aktivnosti nije dovoljna ako nakon toga izostane kontinuirano usmjeravanje. Mnogi lokalni akteri mogu pokrenuti određenu uslugu ili proizvod, ali bez stručne pomoći teško mogu održavati kvalitet, voditi troškove, komunicirati sa kupcima, razvijati saradnju s partnerima i donositi odluke o daljem rastu. Zbog toga je neophodno uspostaviti model kontinuiranog mentoringa, u kojem bi stručnjaci i iskusni praktičari pružali podršku akterima ne samo u početku, nego i tokom vođenja i prilagođavanja biznisa. Uz to, korisno je ponoviti studijske posjete ili organizovati ciljane stručne razmjene, posebno za aktere koji su pokazali najveći razvojni potencijal.

Konkretno, u periodu od jedne do tri godine potrebno je: proširiti mrežu uključenih aktera na osnovu rezultata pilot-faze; uspostaviti minimalne standarde za proizvode, degustacije, prijem gostiju i promotivne aktivnosti; razviti redovne sezonske programe i najmanje dvije do tri tematske rute; formalizirati model koordinacije; te osigurati sistem stručnog mentoringa za odabrana domaćinstva i

mikro-poduzetnike. Istovremeno, potrebno je uspostaviti savjetodavno-konsultantsku podršku za poslovno planiranje, vođenje troškova, razvoj ponude, nastup prema tržištu i pripremu novih investicionih ili projektnih koraka..

Mogući pilot-model agroturizma za MZ Kiseljak

Pilot-model agroturizma treba biti jednostavan, uvjerljiv i operativno izvodljiv, ali istovremeno dovoljno sadržajan da pokaže razvojni potencijal šireg prostora. Njegova osnova treba ostati u povezivanju odabranih domaćinstava, lokalnih proizvoda, degustacija, kraćih obilazaka, edukativnih sadržaja i koordinirane promocije. Međutim, da bi model bio razvojno jači, mora se od početka postaviti kao pilot-model za širu Regiju jezera Modrac, a ne samo kao izolovani eksperiment u jednoj mjesnoj zajednici. Kiseljak treba imati ulogu početne razvojne tačke, ali logika modela mora biti takva da omogući kasnije umrežavanje s drugim lokalitetima, novim akterima i širim identitetom regije.

Suština pilot-modela nije samo u tome da pokaže da je moguće organizovati određeni broj aktivnosti, nego da demonstrira kako različite dimenzije agroturizma mogu djelovati zajedno. To znači da pilot ne treba biti sveden samo na prodaju proizvoda ili povremenu posjetu, nego mora povezati proizvodnu, gastronomsku, edukativnu, doživljajnu i organizacionu komponentu. U takvom modelu važnu ulogu imaju stručnjaci koji će pomoći u dizajniranju profila svakog učesnika, u oblikovanju sadržaja za posjetioce, u edukaciji aktera za komunikaciju i pružanje usluge, kao i u praćenju kvaliteta pilot-izvedbe. Pilot-model treba biti praktični demonstrator budućeg sistema, a ne samo simbolična projektna aktivnost.

Konkretno, preporučuje se da pilot-model obuhvati: nekoliko pažljivo odabranih domaćinstava sa različitim profilima, jedan ili više lokaliteta za degustaciju i prezentaciju proizvoda, najmanje jednu edukativno-doživljajnu rutu, mali zajednički promotivni paket i jasno definisane uloge svih uključenih aktera. Za svakog učesnika potrebno je izraditi profil uključivanja, plan podrške, listu potrebnih unapređenja i model stručne pomoći. Uz to, pilot-model treba imati i sistem praćenja, tako da se evidentiraju reakcije posjetilaca, problemi u realizaciji, troškovi, naučene lekcije i preporuke za širenje modela u narednoj fazi.

POPIS REFERENCI

- EU Bhatta, K., Barbieri, C., Kc, B., & Roman, M. (2025). Agritourism and sustainability: Advancing the Sustainable Development Goals (SDGs). *Tourism Review*, 81(3), 1121–1135. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2024-0900>
- Chase, L., & Luke, A. (2022). Agritourism. University of Vermont Extension.
- Cvijanović, D., & Davidović, J. (2024, May 23–24). Marketing održivog razvoja u funkciji unapređenja agroturizma Republike Srbije [Conference paper]. AGROTOP 2024, Prokuplje, Serbia
- Đonlagić Alibegović, S., Omerović, M., & Spahić, E. (2023). Smjernice za razvoj poslovnih mogućnosti na području MZ Kiseljak. Fondacija tuzlanske zajednice.
- EU CAP Network. (2026). Diversify to thrive. European Commission.
- European Commission. (1999). European spatial development perspective: Towards balanced and sustainable development of the territory of the European Union. Office for Official Publications of the European Communities.
- European Parliament Research Service. (2023). Rural tourism. European Parliament.
- Federacija Bosne i Hercegovine. (2008). Prostorni plan Federacije Bosne i Hercegovine za period 2008–2028. godine: Knjiga I. Prostorna osnova. IPSA Institut, Ekoplan, i Urbanistički zavod Bosne i Hercegovine.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations, & European Bank for Reconstruction and Development. (n.d.). Creating successful agritourism experiences.
- Grad Tuzla. (2014). Prostorni plan Grada Tuzla za period 2010–2030. godine (Službeni glasnik Grada Tuzla, br. 3/14).
- Grad Tuzla, Služba za komunalne poslove, izgradnju i poslove mjesnih zajednica, Savjet mjesne zajednice Kiseljak, Lokalna grupa za razvoj Kiseljaka, & Fondacija tuzlanske zajednice. (2016). Prijedlog Plana razvoja MZ Kiseljak sa Akcionim planom za period 2017–2026.
- IPSA Institut. (2018). Prostorni plan područja posebnih obilježja dijela slivnog područja akumulacije Modrac za period od 2016. do 2036. godine. Ministarstvo prostornog uređenja i zaštite okolice Tuzlanskog kantona.
- Italy. (2006). Law No. 96/2006: Regulation of agritourism.
- Općina Lukavac. (2016). Prostorni plan općine Lukavac za period 2015–2035. godine (Službeni glasnik Općine Lukavac, br. 1a/16).
- Općina Živinice. (2015). Prostorni plan općine Živinice za period 2013–2033. godine (Službeni glasnik Općine Živinice, br. 18/15).
- Partalidou, M., & De Matteis, L. (2024). Sustainable agritourism: An opportunity for agrifood systems transformation in the Mediterranean. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Phillip, S., Hunter, C. J., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758.
- Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134–149.
- Šajn, N., & Finer, K. (2023). Rural tourism. European Parliamentary Research Service.
- Tuzlanski kanton. (2006). Prostorni plan za područje Tuzlanskog kantona za period 2005–2025. godine (Službene novine Tuzlanskog kantona, br. 9/06).
- Tuzlanski kanton. (2015). Strateška platforma za Tuzlanski kanton: Socio-ekonomska analiza.
- University of Vermont Extension, Vermont Fresh Network, & Dig In Vermont. (n.d.). Are you ready to welcome visitors to your farm?
- World Tourism Organization. (2019). UNWTO tourism definitions. UNWTO.