



**ŽUPANIJA ZAPADNOHERCEGOVAČKA**

**STRATEGIJA RAZVITKA TURIZMA  
ŽUPANIJE ZAPADNOHERCEGOVAČKE**

---

za razdoblje 2020. - 2027. godine

**2019.**

# STRATEGIJA RAZVITKA TURIZMA ŽUPANIJE ZAPADNOHERCEGOVAČKE

**Nositelj:**

Ured Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije

**Financira:**

MarketMakers

**Voditelj projekta:**

Dr. sc. Ivo Kunst

**Autor:**

Dr. sc. Ivo Kunst

Zagreb, 2019.

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD .....</b>	<b>5</b>
1.1. POZADINA PROJEKTA .....	5
1.2. PRISTUP PROJEKTU .....	5
1.3. CILJEVI PROJEKTA.....	7
1.4. METODOLOGIJA.....	8
<b>2. STATUS QUO ANALIZA .....</b>	<b>10</b>
2.1. POLOŽAJ, ZEMLJOPISNE ZNAČAJKE I KLIMA.....	10
2.2. JEDINICE LOKALNE SAMOUPRAVE I STANOVNIŠTVO .....	11
2.3. PROMETNA POVEZANOST .....	11
2.4. GOSPODARSTVO.....	11
2.5. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA .....	12
2.5.1. Vodoopskrba i odvodnja.....	12
2.5.2. Elektroopskrba.....	12
2.5.3. Zbrinjavanje otpada .....	13
2.6. VRIJEDNA PRIRODNA BAŠTINA OD INTERESA ZA TURIZAM.....	13
2.7. VRIJEDNA KULTURNA BAŠTINA I DOGAĐANJA OD INTERESA ZA TURIZAM.....	16
2.8. DOSTIGNUTA RAZINA TURISTIČKOG RAZVOJA.....	18
2.9. KONKURENTNOST INTEGRALNOG TURISTIČKOG PROIZVODA ŽUPANIJE .....	22
<b>3. RELEVANTNI TRŽIŠNI TRENDVI.....</b>	<b>26</b>
3.1. MEĐUNARODNI TURISTIČKI PROMET.....	26
3.2. KVALITATIVNI TRENDVI OD ZNAČAJA ZA ŽUPANIJU.....	26
3.3. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA .....	28
<b>4. SWOT ANALIZA.....</b>	<b>29</b>
4.1. PRISTUP .....	29
4.2. RESURSNA OSNOVA, ATRAKCIJE I INFRASTRUKTURA.....	30
4.3. RAZVIJENOST TURISTIČKOG SEKTORA .....	30
4.4. POSLOVNO OKRUŽENJE I LJUDSKI POTENCIJALI.....	31
4.5. MARKETING I PROMOCIJA .....	33
4.6. SAŽETAK SWOT ANALIZE – STRATEŠKE PREDNOSTI I NEDOSTACI .....	34
<b>5. POŽELJNA NAČELA TURISTIČKOG RAZVOJA .....</b>	<b>36</b>
5.1. POLAZNE OSNOVE.....	36
5.2. ODREDNICE EKONOMSKE ODRŽIVOSTI .....	36
5.3. ODREDNICE EKOLOŠKE ODRŽIVOSTI .....	37
5.4. ODREDNICE DRUŠTVENE ODRŽIVOSTI .....	38
<b>6 VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA.....</b>	<b>40</b>
6.1. UVODNE NAPOMENE .....	40
6.2. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA ŽUPANIJE ZAPADNOHERCEGOVAČKE.....	40
6.3. CILJEVI RAZVOJA TURIZMA ŽUPANIJE ZAPADNOHERCEGOVAČKE.....	41
<b>7. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA .....</b>	<b>44</b>
7.1. POLAZNE OSNOVE.....	44
7.2. PROGRAMSKI KONCEPT TURISTIČKOG RAZVOJA .....	44
7.3. PROSTORNI ASPEKT TURISTIČKOG RAZVOJA.....	45
<b>8. PLAN PODIZANJA KONKURENTNOSTI TURIZMA .....</b>	<b>52</b>
8.1. PROGRAMI U FUNKCIJI STVARANJA POTICAJNOG SOCIJALNOG OKRUŽJA .....	53
8.2. PROGRAMI UNAPREĐENJA KOMUNALNE I TURISTIČKE INFRASTRUKTURE.....	54

8.3. RAZVOJ PROIZVODA/OBOGAĆIVANJE TURISTIČKOG LANCA VRIJEDNOSTI.....	55
8.4. UNAPREĐENJE TRŽIŠNE PREPOZNATLJIVOSTI/POŽELJNOSTI.....	55
8.5. OSTALO - PODIZANJE KVALITETE LJUDSKOG POTENCIJALA.....	56
<b>9. PLAN IMPLEMENTACIJE .....</b>	<b>57</b>
<b>10. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA .....</b>	<b>59</b>

# 1. UVOD

---

## 1.1. Pozadina projekta

Iako turizam može predstavljati izuzetno važnu gospodarsku aktivnost i jedan od razvojnih prioriteta Županije Zapadnohercegovačke, turistička aktivnost na cijelom ovom prostoru još uvijek je u povojima, usprkos relativno bogatoj i diverzificiranoj resursno-atraksijskoj osnovi, prometnoj povezanosti, te blizini drugih atraktivnih destinacija.

Ključne razloge sporog razvoja turizma na prostoru Županije Zapadnohercegovačke valja, dobrim dijelom, tražiti u nerazvijenoj turističkoj infra i suprastrukturi, pri čemu je osobito značajan nedostatak kvalitetne smještajne ponude, odnosno u nepostojanju dobro osmišljenog sustava turističkih doživljaja kao temeljnih preduvjeta za dolazak i eventualni višednevni boravak. Tome valja pridodati i nedovoljno osmišljen plan tržišne komunikacije/promocije.

U želji da se postojeće stanje promijeni nabolje, odnosno da se turistička aktivnost na cijelom području Županije Zapadnohercegovačke u budućnosti ne samo intenzivira, već i odvija na dugoročno održiv i socijalno prihvatljiv način, Ured Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije je kroz projekt „Razvoj i diversifikacija turističke ponude u Županiji Zapadnohercegovačkoj“ a uz potporu projekta „MarketMakers“, kojeg financira Vlada Švicarske, pokrenuo izradu cjelovite i koherentne Strategije razvitka turizma Županije Zapadnohercegovačke za razdoblje od sedam godina, koju će sukladno odredbama Zakona o turizmu Županije Zapadnohercegovačke donijeti Skupština Županije Zapadnohercegovačke na prijedlog Vlade Županije Zapadnohercegovačke.

Naime, riječ je o strateškom dokumentu koji će uspostaviti bitne odrednice za odgovorno i učinkovito upravljanje turističkim razvojem Županije Zapadnohercegovačke za navedeno razdoblje.

Slijedeći uobičajenu metodologiju izrade regionalnih strategija razvoja turizma, ovaj dokument je u načinu svoga izvođenja, u odnosima s Nositeljem i posebno u procesu komuniciranja sa interesnim partnerima - dionicima, strukturiran na način da maksimalno slijedi zahtjeve i potrebe Nositelja koji su detaljno specificirani projektnim zadatkom.

## 1.2. Pristup projektu

### **Događaju se fundamentalne promjene u turizmu**

Kao rezultat prilagođavanja turističke industrije ekonomskim, tehnološkim, komunikacijskim, informacijskim, demografskim, socio-psihološkim, klimatskim i drugim promjenama u globalnom okruženju, mijenjaju se kako pravila igre, tako i ključni činitelji uspjeha na razini svake pojedine turističke destinacije. O tome najbolje svjedoče kontinuirane promjene u konkurentskoj sposobnosti pojedinih turističkih zemalja, turističkih regija i/ili gradova na globalnom turističkom tržištu. Promjene u duljini i kvaliteti života, radnom vremenu, životnim stilovima, odnosno načinu izbora i kupovanja turističkih putovanja revolucionarno mijenjaju do jučer prevladavajući obrazac jednokratnih putovanja u funkciji provođenja godišnjih odmora. Diversifikacija

i stalne inovacije proizvoda, doživljaji i emocije, potraga za novim iskustvima, putovanja zbog upoznavanja drugih kultura i slično postali su novi standardi i tržišne činjenice bez kojih nijednoj turističkoj destinaciji u svijetu više neće biti moguće opstati u globalnoj turističkoj industriji.

**Turizam danas  
predstavlja  
nedovoljno iskorišten  
potencijal Županije  
Zapadnohercegovačke**

Usprkos znatnim prirodnim pogodnostima (ugodna klima, rijetka naseljenost, očuvan okoliš), specifičnostima krajolika projektnog područja (planine, prirodni vodotoci i jezera, sedreni slapovi, vrela, kanjoni, poljoprivredne površine), neposrednoj blizini Međugorja i Mostara, te brojnih drugih lokaliteta sa vrijednom kulturno-povijesnom materijalnom i nematerijalnom baštinom, Županija Zapadnohercegovačka još uvijek nije valorizirala vlastiti turistički potencijal na zadovoljavajući način. Sa izuzetkom nekoliko manjih hotelskih i njima sličnih smještajnih objekata, na prostoru Županije Zapadnohercegovačke danas ne postoje značajniji kapaciteti namijenjeni stacionarnom boravku turista, dok su ugostiteljski objekti namijenjeni izletničkoj potražnji također rijetkost. Osim siromašne i neprofilirane smještajne i izvansmještajne ponude, cijeli ovaj prostor danas karakterizira i nizak stupanj uključenosti drugih, s turizmom povezanih, uslužnih djelatnosti. Sve su to razlozi zašto Županija Zapadnohercegovačka danas, usprkos vrijednoj i tržišno iskoristivoj resursnoj osnovi, ne predstavlja značajnije turističko odredište.

**Županija  
Zapadnohercegovačka  
ima brojne  
komparativne  
prednosti u turizmu**

Riječ je ponajviše o ekološki visokovrijednom i rijetko naseljenom submediteranskom prostoru koji omogućava različita turistička iskustva i doživljaje, osobito u segmentu 'outdoor' turizma i turizma aktivnosti, ali i u drugim vrstama turizma specijalnih interesa kao što su, primjerice seoski, etno-eko, kulturni i/ili vjerski turizam. Tome svakako treba pridodati i izletnički turizam. Nadalje, Županija Zapadnohercegovačka relativno je povoljno locirana u odnosu na tradicionalna i nova turistički emitivna tržišta. Konačno, cijeli ovaj prostor ima zanimljivu povijest, relativno dobru infrastrukturu i sve bolju prometnu dostupnost.

**... ali Županija  
Zapadnohercegovačka  
još uvijek nije  
adekvatno  
pozicionirana na  
turističkom tržištu**

Nedostatna i trendovima na turističkom tržištu nedovoljno prilagođena turistička infra i suprastruktura, kao i nedovoljna spremnost za značajniji turistički iskorak u većini jedinica lokalne samouprave na području Županije Zapadnohercegovačke rezultirali su i relativno siromašnim sustavom, za tržište spremnih, turističkih proizvoda. Drugim riječima vrijedna resursno-atraksijska osnova cijelog ovog područja još uvijek nije zadovoljavajuće tržišno prezentirana na domaćem i/ili međunarodnom turističkom tržištu, neovisno o izuzetno povoljnim trendovima i sve većoj segmentaciji potražnje na tržištu specijalnih interesa.

**Adekvatno tržišno  
pozicioniranje  
Županije  
Zapadnohercegovačke  
podrazumijeva  
uspostavu dobro  
osmišljenog sustava  
turističkih doživljaja**

Konkurentno pozicioniranje Županije Zapadnohercegovačke na turističkom tržištu pretpostavlja sustavnu izgradnju originalnog, tržišno diferenciranog, međusobno komplementarnog i međunarodno konkurentnog sustava turističkih doživljaja namijenjenih ciljanim tržišnim segmentima tijekom različitih dijelova godine. Osmišljavanje takvog sustava turističkih doživljaja podrazumijeva:

- sustavnu valorizaciju potencijala raspoložive resursno-atraksijske osnove,
- objektivno sagledavanje snaga i slabosti dosadašnjeg turističkog razvoja ovog područja,
- definiranje jasne vizije, ciljeva i koncepcije razvoja turizma na području cijele Županije Zapadnohercegovačke,
- bitno unaprjeđivanje postojeće turističke ponude i razvoja novih turističkih proizvoda,
- identifikaciju određenog broja oglednih turističkih razvojno-investicijskih projekata u javnom i privatnom sektoru, kao i
- uspostavu efikasnih načina suradnje javnog i privatnog sektora kako u sferi operativnog upravljanja prostorom cijele Županije Zapadnohercegovačke, tako i u sferi realizacije pojedinačnih razvojnih projekata.

### *1.3. Ciljevi projekta*

Dokument „Strategija razvitka turizma Županije Zapadnohercegovačke“ treba shvaćati i/ili tumačiti ponajviše kao osnovni regulatorni okvir za koordinaciju i upravljanje aktivnostima različitih gospodarskih subjekata, institucija javnog sektora i svih drugih dionika neposredno ili posredno uključenih u razvoj i podizanje kvalitete cjelovitog turističkog proizvoda ovog područja u sljedećih sedam godina.

U tom smislu, a vodeći računa ne samo o potrebi pojačane komercijalizacije raspoložive prirodne baštine, uz osiguranje njezine dugoročno održive uporabe, već i trajnog očuvanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine, optimalnog korištenja raspoloživog razvojnog prostora, kao i jačanja potencijala ovog područja za razvoj ne samo 'outdoor' i 'activity based', već i brojnih drugih vrsta turizma specijalnih interesa, najvažniji cilj ovog dokumenta svakako je kontinuirano povećavanje razine blagostanja i kvalitete života svih žitelja Županije Zapadnohercegovačke. Ovaj ključni razvojni cilj ostvarit će se kroz:

- uspostavu zajedničke vizije, ciljeva i koncepcije turističkog razvoja,
- kreiranje dobro osmišljenog, tržišno prepoznatljivog, diversificiranog, ali i međusobno komplementarnog sustava turističkih doživljaja,
- prepoznavanje određenog broja prioritetnih razvojno-investicijskih i/ili poslovno-upravljačkih projekata u ingerenciji kako privatnog, tako i javnog sektora, odnosno kroz tržišno (re)pozicioniranje cijelog projektnog područja na turističkom tržištu u funkciji jačanja njegove tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti.

Na kraju, posebno valja naglasiti da će, po svom usvajanju, ovaj dokument predstavljati:

- cjelovit javni konceptualni okvir i operativni program djelovanja svih nositelja turističke politike na području Županije Zapadnohercegovačke,
- dokument u kojem su transparentno ugrađeni svi važni elementi nužni za vođenje učinkovite turističke politike na projektnom području i to kako na razini dnevno-operativnih, tako i investicijsko-razvojnih odluka, ali i
- važan izvor informacija za potencijalne domaće i strane ulagače.

## 1.4. Metodologija

U izradi dokumenta „Strategija razvitka turizma Županije Zapadnohercegovačke“ primjenjivana je metodologija usmjerena prema provedbenim rješenjima. Drugim riječima, poštovani su sljedeći ključni metodološki principi:

### A. Intenzivna suradnja i uključenost lokalnih subjekata, interesnih skupina i/ili stručnjaka - piramidalni pristup

Cijeli tijek izvođenja projekta karakterizirala je intenzivna komunikacija s lokalnim razvojnim dionicima ponajviše kroz organizaciju prikladnog broja tematskih diskusija/strateških radionica sa relevantnim interesnim skupinama i/ili stručnjacima kako bi se postigla visoka razina podudarnosti stavova oko svih bitnih pitanja.

### B. Potreba za što ravnomjernijim i prostorno usklađenijim razvojem

U izradi dokumenta posebno se vodilo računa o značajkama/specifičnostima pojedinih karakterističnih užih područja (klastera), sve u cilju što je moguće ravnomjernije disperzije ekonomskih učinaka turističkog razvoja na pojedine jedinice lokalne samouprave Županije Zapadnohercegovačke.

Operacionalizacija gore navedenih operativnih principa izvođenja projekta osigurana je kroz sljedeće provedbene mehanizme:

#### Fazni pristup

Izrada dokumenta temeljila se na tri međusobno povezane faze koje odgovaraju na pitanja 'gdje smo danas', 'kuda želimo ići' i 'kako doći do željenog cilja'. Sukladno tome, cijeli dokument može se podijeliti na tri tematske cjeline: (i) analiza stanja, (ii) strategija i koncepcija razvoja, te (iii) akcijski plan (implementacijske aktivnosti).

#### Obilazak terena

Članovi ekspertnog tima Instituta za turizam u više su navrata boravili na prostoru Županije Zapadnohercegovačke u cilju što boljeg upoznavanja svih relevantnih značajki projektnog područja.

#### Intervjui s lokalnim dionicima

Tijekom boravka na terenu, a temeljem strukturiranih razgovora s nositeljima izvršne vlasti i/ili drugih relevantnih dionika (turističkog) razvoja, sakupljene su korisne informacije o eventualnim novim projektima relevantnim za cijelo projektno područje u nastupajućem razdoblju.

#### Kabinetska ('desk') istraživanja

Osim individualnih intervjuja s ključnim razvojnim dionicima, rad na projektu iziskivao je i provedbu cijelog niza uobičajenih kabinetskih ('desk') istraživanja utemeljenih na prikupljanju, selektiranju i obradi relevantnih informacija iz većeg broja različitih sekundarnih izvora informacija kao što su, primjerice, statistički izvori podataka, stručna literatura, povijesni dokumenti, te Internet portali.



**Strateške radionice s lokalnim dionicima**

U cilju što je moguće transparentnije i objektivnije verifikacije konkretnih ideja, kao i u predlaganju prihvatljivih rješenja, rad na projektu zahtijevao je provođenje tri strateške radionice s predstavnicima svih relevantnih interesnih skupina i/ili dionika turističkog razvoja projektnog područja. Dok je prva radionica bila posvećena prezentaciji metodologije i sadržaja dokumenta, druga radionica se usredotočila na sagledavanje snaga i slabosti, odnosno prilika i prijetnji turističkom razvoju projektnog područja. Treća radionica bila je posvećena koncipiranju poželjne vizije, ciljeva i koncepcije turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke, dok se na završnoj radionici, ujedno i prezentaciji cijelog dokumenta detaljnije raspravljalo o projektima/aktivnostima koje treba provesti u cilju implementacije razvojne vizije.

**Tematska predavanja i radionice s lokalnim dionicima**

Paralelno s procesom izrade dokumenta i radionica usmjerenih k analizi stanja i definiranju vizije, ciljeva i prioriteta, organizirano je niz tematskih radionica i predavanja s ključnim stručnjicima iz pojedinih područja (obiteljski smještaj i smještaj u domaćinstvu, pustolovni i aktinvi turizam, interpretacija kulturno povijesne materijalne i nematerijalne baštine) koji su bili otvoreni za javnost. Cilj ovih radionica bio je prije svega educiranje javnosti o temama koje su predmet strateškog planiranja. Na ovaj su se način stručna, a i šira javnost, kao i ostali dionici u turizmu upoznali sa trendovima, mogućnostima razvoja turizma u specifičnom nišama, te se javnost senzibilizirala za proces strateškog planiranja.

## 2. STATUS QUO ANALIZA

### 2.1. Položaj, zemljopisne značajke i klima

Županija Zapadnohercegovačka nalazi se u jugozapadnom dijelu Bosne i Hercegovine koji graniči s Republikom Hrvatskom, odnosno zaleđem srednjo-dalmatinske obale. Sjeverna granica Županije Zapadnohercegovačke ide vrhovima planina Vran i Čvrstica, istočna vrhom planine Čabulje i stepenastim terasama Goranačko-Bogodolske visoravni, Mostarskog blata i Brotnja, zapadna obroncima planine Vran i Blidinjskog jezera do Studenih vrila, dok južnu/jugozapadnu granicu čini državna granica prema Republici Hrvatskoj. U prostornom smislu, Županija Zapadnohercegovačka zauzima 1.362,2 km<sup>2</sup> ili 5.2% površine Federacije Bosne i Hercegovine.

U reljefnom pogledu cijelo projektno područje pripada dvijema morfološkim regijama. Sjeverni i prostorno manji dio Županije Zapadnohercegovačke je sastavni dio bosanskohercegovačkog dinarskog krša, dok njezin južni i prostorno veći dio pripada niskoj Hercegovini.

Što se tiče vodotokova, kroz Županiju protječe nekoliko rijeka i to, Tihaljina-Mlade-Trebižat, Vrioštica, Studenčica, Lištica, Ugrovača, Ričina i Žukovica. Jezera na području Županije Zapadnohercegovačke su: Blidinjsko jezero, Tribistovo, Krenica i akumulacija Drinovci.

Najniža točka reljefa nalazi se na jugoistoku Županije Zapadnohercegovačke, na izlasku rijeke Trebižat prema općini Čapljina i iznosi 22,2 metra, dok najviša kota, planinski vrh Pločno, seže do 2.228 m nadmorske visine, a nalazi se na sjeveroistoku u sklopu masiva Čvrstice.

Uslijed činjenice da se Županija Zapadnohercegovačka nalazi na prijelazu između Jadranskog primorja i visokih planina Bosne, klima je mediteranska s vrućim ljetima i umjerenim zimama u južnim predjelima, dok je u sjevernim izrazito kontinentalna s umjerenim ljetima i vrlo, štoviše i ekstremno hladnim zimama.

**Slika 2.1.1: Županija Zapadnohercegovačka**



Izvor: Internet

## 2.2. Jedinice lokalne samouprave i stanovništvo

Osim županijskog središta, Širokog Brijega, Županiju Zapadnohercegovačku čine i Ljubuški, te Grude i Posušje.

Prema popisu stanovništva iz 2013. godine, na području Županije živjelo je 94,9 tisuća stanovnika, od čega su 47,3 tisuće bile žene. S druge strane, a prema procjeni prisutnog stanovništva iz 2017. godine od strane Federalnog zavoda za statistiku, na području Županije Zapadnohercegovačke živjelo je 93,7 tisuća osoba. Najveći broj osoba živi na području Širokog Brijega i Ljubuškog. Prosječna gustoća naseljenosti Županije iznosi 69,4 osoba/km<sup>2</sup>, uslijed čega se cijeli ovaj prostor može smatrati ruralnim.

Podaci o broju stanovnika u razdoblju od 1991. – 2017. godine prikazane su u tablici 2.1.1.

**Tablica 2.1.1: Broj stanovnika Županije Zapadnohercegovačke u razdoblju od 1991 - 2017.**

Grad/općina	Broj stanovnika		
	1991	2013	2017 (procjena prisutnog stanovništva)
Grude	16.538	17.308	16.947
Ljubuški	28.340	29.521	27.505
Posušje	17.134	20.477	20.324
Široki Brijeg	27.160	28.929	28.920
<b>Ukupno</b>	<b>88.992</b>	<b>94.898</b>	<b>93.696</b>

Izvor: Prostorni plan Županije Zapadnohercegovačke za period od 2012. – do 2032. godine i Izvješće o razvoju Županije Zapadnohercegovačke za 2017..

## 2.3. Prometna povezanost

Na prostoru Županije Zapadnohercegovačke od prometne infrastrukture postoji samo cestovna mreža, dok su najbliža željeznička postaja i zračna luka u Mostaru udaljeni oko 40 km od Županije.

Županijom prolazi 148 km regionalnih prometnica, od čega ih je najviše u Posušju, a najmanje u Širokom Brijegu. Duljina magistralnih puteva iznosi 107 km, njih je najviše na području Ljubuškog, a najmanje na području Gruda. Konačno, na prostoru Županije Zapadnohercegovačke nalazi se i 1.000 km lokalnih cesta, od kojih oko 32% još uvijek nije asfaltirano. Također, kroz Ljubuški prolazi i dio autoceste 5C koja se veže na Jadransko-Jonski koridor u Republici Hrvatskoj preko međunarodnog graničnog prijelaza Počitelj.

Većina magistralnih cesta je u relativno dobrom stanju, ali ih treba modernizirati. Neovisno o tome, a uslijed blizine autoceste Zagreb - Split - Ploče u Republici Hrvatskoj, može se reći da je cijela Županija Zapadnohercegovačka relativno lako dostupna i dobro povezana sa nekoliko velikih turistički-emitivnih tržišta. Situacija će biti još povoljnija izgradnjom brze ceste Mostar - Split koja prolazi kroz Županiju i čija je izgradnja već inicirana.

## 2.4. Gospodarstvo

Prema gospodarskoj razvijenosti, Županija Zapadnohercegovačka je druga najrazvijenija županija u sastavu Federacije Bosne i Hercegovine s GDP-om po glavi stanovnika u visini od 5.826 KM (83,2% prosjeka Federacije). Kada je riječ o broju poduzeća na 1.000 stanovnika, Županija Zapadnohercegovačka je treća po redu u Federaciji Bosne i Hercegovine, odmah iza Sarajevske i Hercegovačko-neretvanske županije.

Na prostoru Županije Zapadnohercegovačke su tijekom 2017. godine poslovala 1.182 poslovna subjekta koja su predala završno financijsko izvješće (29 subjekata više u odnosu na prethodnu godinu). Najveći broj poslovnih subjekata na području Županije Zapadnohercegovačke bavi se trgovinom na veliko i malo, te prerađivačkom industrijom.

Grad Široki Brijeg predstavlja najjače gospodarsko središte Županije Zapadnohercegovačke i to kako po poslovnim prihodima, tako i po broju poslovnih subjekata i broju radnih mjesta.

Iako je prostorno relativno mala, na području Županije Zapadnohercegovačke nalaze se značajne poljoprivredne površine (15.127 ha ili 11,54% ukupne površine Županije Zapadnohercegovačke). Oko 30.000,0 hektara odnosi se na poljoprivredna zemljišta, dok na šume i šumska zemljišta otpada oko 84.000,0 hektara. Nadalje, oko 6.000,0 hektara obradivih površina nalazi se u povoljnim klimatskim uvjetima na nadmorskoj visini ispod 100 metara.

Iako se broj korištenog obradivog zemljišta, u odnosu na predratno stanje, smanjio za 65%, s obzirom na suvremene vodonatapne sustave u Ljubuškom i Širokom Brijegu, Županija Zapadnohercegovačka ima velike mogućnosti za proizvodnju u povrtlarstvu, voćarstvu i vinogradarstvu. Valja istaknuti i da u Županiji Zapadnohercegovačkoj postoje prerađivački kapaciteti za preradu mlijeka i mesa.

Konačno, iako su u svim jedinicama lokalne samouprave na području Županije Zapadnohercegovačke uspostavljene poduzetničke zone, od kojih je jedan dio već popunjen, ostale su još uvijek dostupne za ulaganja. U Županiji Zapadnohercegovačkoj postoje i dva poslovna inkubatora od kojih je jedan u Ljubuškom, a drugi u Posušje. Inkubator u Posušje se specijalizira kao tehnološki centar za metal i plastiku. Najbliži tehnološki park je u Mostaru. Pored ove poslovne infrastrukture u Županiji Zapadnohercegovačkoj je aktivna i Razvojna agencija Županije Zapadnohercegovačke HERAG koja je organizirana kao Javna ustanova i čiji je osnivač Vlada Županije Zapadnohercegovačke.

## *2.5. Komunalna infrastruktura*

### 2.5.1. Vodoopskrba i odvodnja

Na vodoopskrbnu mrežu (primarnu i sekundarnu) priključeno je 76% stanovništva Županije Zapadnohercegovačke, pri čemu je postotak priključenosti najniži na području Širokog Brijega (68%). Priključenost domaćinstava na vodoopskrbnu mrežu na području Posušja dostiže 70%, na području Ljubuškog 92%, dok je najviša na području Gruda (93%)<sup>1</sup>.

Neovisno o tome, problem predstavlja otpadna odvodnja budući da je na kanalizacijsku mrežu priključeno svega oko 13% domaćinstava Županije Zapadnohercegovačke. Najviši stupanj priključenosti na kanalizacijsku mrežu ima Ljubuški (28%), a potom slijede Grude (11%) i Široki Brijeg (9%). Na području općine Posušje kanalizacijska mreža još uvijek nije razvijena<sup>2</sup>.

### 2.5.2. Elektroopskrba

---

<sup>1</sup> Izvješće o razvoju Županije Zapadnohercegovačke za 2017.

<sup>2</sup> Izvješće o razvoju Županije Zapadnohercegovačke za 2017.

Opskrba električnom energijom je zadovoljavajuća. Neovisno o tome<sup>3</sup>, potrebno je provoditi aktivnosti na izgradnji novih dalekovoda (110, 220 i 499 kV mreža), kao i na izgradnji i priključivanju novih trafostanica na 110 kV i 220 kV mrežu.

### 2.5.3. Zbrinjavanje otpada

Zbrinjavanje otpada na području Županije Zapadnohercegovačke nije cjelovito riješeno. Nema jedinstvene deponije otpada, niti je izgrađen sustav razdvojenog prikupljanja otpada. Zbrinjavanje otpada je za sada riješeno na razinama jedinica lokalne samouprave. Grad Ljubuški je sustav prikupljanja i zbrinjavanja otpada povjerio poduzeću Alba BH d.o.o. Mostar na principu javno-privatnog partnerstva. Ljubuški je 100% pokriven organiziranim prikupljanjem otpada. Široki Brijeg otpad zbrinjava odvozom na deponiju u Mostar i još uvijek nije u cjelini zaokružen organiziranim prikupljanjem otpada. Posušje također ima 100%-tnu pokrivenost organiziranim prikupljanjem otpada i zbrinjavanje obavlja dijelom Javna ustanova, a drugim dijelom privatna tvrtka Ladanušić kroz javno-privatno partnerstvo. Na području Gruda djeluju dva operatera koji vrše usluge prikupljanja i zbrinjavanja otpada: JP Komunalno d.o.o. Grude i ALBA BH d.o.o. Mostar. Pokrivenost ove općine organiziranim prikupljanjem otpada iznosi oko 95%, a otpad se odlaže na odlagalište komunalnog otpada u Mostaru.

Županija Zapadnohercegovačka je također započela sa izradom Županijskog plana upravljanja otpadom, kroz koji će se predvidjeti potrebne mjere i aktivnosti na podizanju kvalitete zbrinjavanja otpada.

## *2.6. Vrijedna prirodna baština od interesa za turizam*

Na području Županije Zapadnohercegovačke nalazi se veći broj zaštićenih dijelova prirodne baštine<sup>4</sup>, pri čemu posebno valja istaknuti prirodni rezervat Masna Luka na planini Čvrsnici, kao i 12 spomenika prirode (tablica 2.6.1.).

Od 12 spomenika prirode, jedan pripada geološkim spomenicima prirode (sedrena područja oko slapova Kravica – Ljubuški), dok se preostalih jedanaest odnosi na geomorfološke spomenike prirode (Blidinje jezero na Čvrsnici – Posušje, jezero Krenice – Grude, vrelo Tihaljine kod Peć Mlina – Grude, vrelo Lištice kod Borka – Široki Brijeg, vrelo Vrioštice u Vitini – Ljubuški, slapovi Koćuša i Bučine na rijeci Trebižat – Ljubuški, pećina Hardomilje – Ljubuški, Vrbine kod Kongore – Grude, te Pravačeva pećina kod vrela Lištice – Široki Brijeg).

**Tablica 2.6.1. Zaštićena prirodna baština**

---

<sup>3</sup> Strategija razvitka Županije Zapadnohercegovačke za razdoblje 2014. - 2020.

<sup>4</sup> Prostorni plan Županije Zapadnohercegovačke za period od 2012. do 2032. godine

R.b.	Naziv	Kategorija	Općina/Grad
1	Jezero Krenica	geološki spomenik prirode	Grude
2	Vrela Tihaljine kod Peć Mlina	geomorfološki spomenik prirode	Grude
3	Vrbine kod Kongore	geomorfološki spomenik prirode	Grude
4	Sedrena područja oko slapova Kravice	geomorfološki spomenik prirode	Ljubuški
5	Vrelo Vrioštrice u Vitini	geomorfološki spomenik prirode	Ljubuški
6	Pećina Hardomilje	geomorfološki spomenik prirode	Ljubuški
7	Vodopadi Koćuša	geomorfološki spomenik prirode	Ljubuški
8	Vodopadi Vitina	geomorfološki spomenik prirode	Ljubuški
9	Blidinje jezero (Čvrsnica)	geomorfološki spomenik prirode	Posušje
10	Park prirode Blidinje	geomorfološki spomenik prirode	Posušje
11	Vrelo I kanjon Lištice (Borak)	geomorfološki spomenik prirode	Široki Brijeg
12	Pravačeva pećina kod vrela Lištice	geomorfološki spomenik prirode	Široki Brijeg

Izvor: Podaci Županije Zapadnohercegovačke

Osim zaštićene prirodne baštine, na području Županije Zapadnohercegovačke nalazi se i određen broj nezaštićenih prirodnih atrakcija kao što su, primjerice, Mostarsko blato, slikovite pećine, kupališta, jezero Tribistovo i sl.

Na temelju procjene autonomne privlačne moći, odnosno kvalitete prethodno navedenih prirodnih resursa/atrakcija, ocjenjuje se da sljedećih 5 lokaliteta, oko koji se već razvija turistička infrastruktura, imaju ključnu važnost za budući razvoj turizma u Županiji Zapadnohercegovačkoj:

- Slap Kravica u Ljubuškom. Slap Kravica već ima značajnu ulogu u turističkoj ponudi Ljubuškog, Županije Zapadnohercegovačke ali i cijele Hercegovine. Slap Kravica na godišnjoj razini primi preko 250.000 registriranih posjetitelja. Područje Slapa Kravica je već uređeno određenom turističkom infrastrukturom koja uključuje: parking, šetnice, naplatnu službu, javne sanitarne čvorove te ugostiteljske objekte. Područjem Slapa Kravica upravlja JP Parkovi, a ulaz se naplaćuje.
- Vrelo Tihaljine u Peć Mlinima u Grudama. Peć Mlini predstavlja također jedno od atraktivnijih područja u Županiji Zapadnohercegovačkoj. Iako se Peć Mlini još uvijek ne nalaze u okviru organizirane turističke ponude, riječ je o lokalitetu na kojem je, dijelom, već uspostavljena određena infrastruktura: šetnice do vrela, javni sanitarni čvor, kao i poligon za slobodno penjanje. Također, u tijeku je izgradnja dodatnih turističkih sadržaja i infrastrukture, kao što su: zip-line, via ferata, osvjetljenje Ravlića pećine, poligon za slobodno penjanje na svodu Ravlića pećine, te parking prostor ispred Ravlića pećine. Područjem Peć mlina još uvijek nitko ne upravlja na sustavan način, a ulaz je slobodan.
- Kanjon rijeke Lištice - Borak u Širokom Brijegu. Kanjon Borak predstavlja jedno od atraktivnijih područja koje se nalazi svega nekoliko minuta od središta grada, a sadrži brojne mogućnosti za aktivni i pustolovni turizam. Borak je do sada bio u funkciji turizma samo kroz restoran koji se nalazi u samom središtu kanjona. Međutim, u tijeku je izgradnja turističke infrastrukture i sadržaja od kojih posebice valja istaknuti uređenje parka na kojem se održava West Herzegovina Fest, uređenje šetnica, instalacija zip-line preko kanjona, uređenje poligona za slobono penjanje u kanjonu, ali i uređenje srednjovjekovne utvrde Kruševac. Također, kroz kanjon prolazi planinarska staza koja veže središte Širokog Brijega sa vrhom Velika Vlajna na Čabulji i biciklističkom trasom Mostar - Blidinje. Konačno, u kanjonu Borak razvija se i staza za kanjonung u trajanju do 3 sata. Za očekivati je da će uspostava navedenih sadržaja

znatno podići razinu turističke ponude na području Širokog Brijega, a što će ga također vrlo brzo kvalitetno pozicionirati na turističkom tržištu. Neovisno o tome, valja naglasiti da prostorom kanjona Borak još uvijek nitko ne upravlja na organiziran način i da je ulaz slobodan.

- Kanjon Brina u Posušju. Kanjon Brina je već dijelom afirmiran kroz planinarsku stazu koja prolazi kroz kanjon. Planinarska staza polazi od nekropole stećaka Ričina u Posušju, a završava kod izletišta na jezeru Tribistovo. U Kanjonu Brina su u pripremi i sljedeći turistički sadržaji: zip-line, viseći most, MTB biciklistička staza.
- Masna Luka u Parku prirode Blidinje u Posušju. U Masnoj Luci se već nalazi samostan sa duhovnim centrom, a u izgradnji je Planinarski dom sa pratećim ugostiteljskim sadržajima. Isto tako, u funkciji je i sjedište JP Park Prirode Blidinje u okviru kojeg je i sjedište udruge Visit Blidinje, kao i smještajni kapaciteti. Nadalje, uređena je lokacija za kamp na kojem se redovito u srpnju održava godišnji skup planinara iz cijele regije. Iz Masne Luke polazi nekoliko planinarskih staza koje vode do vrha Čvrsnice (Pločno), kao i do drugog vrha na Čvrsnici (Vilinač), te do Hajdučkih vrata.

Pored ovih ključnih lokacija koje se već uređuju kao točke oko kojih se počinje razvijati sadržaj za aktivni i pustolovni turizam, postoje i brojne druge manje sadržajne, ali isto tako atraktivne lokacije koje se mogu tematski povezati s, prethodno navedenim, ključnim lokacijama (Tablica 2.6.2.).

**Tablica 2.6.2. Ostala vrijedna prirodna baština na području Županije Zapadnohercegovačke**

R.b.	Naziv	Općina/Grad
1	Ravlića Pećina	Grude
2	Mostarsko Blato	Široki Brijeg
3	Vrelo Kajtavovina	Ljubuški
4	Rijeka Trebižat s kupalištima:	Ljubuški
	- Baščine	Ljubuški
	- Tegaševac	Ljubuški
	- Otunj	Ljubuški
	- Čeveljuša	Ljubuški
	- Božjak	Ljubuški
	- Koćuša	Ljubuški
	- Žabar	Ljubuški
5	Šimića pećina	Posušje
6	Tribistovo	Posušje
7	Žukovica	Posušje
8	Kanjon Brine	Posušje
9	Kanjon rijeke Ugrovače	Široki Brijeg
10	Dobrinjska draga	Široki Brijeg
11	Grabova Draga	Široki Brijeg
12	Kanjon potoka Baćina	Široki brijeg

Izvor: Podaci ŽZH

Sve navedene lokacije povezuje preko 1.000 km lokalnih cesta, od kojih oko 32% još uvijek nije asfaltirano, čime se pruža odlična prilika za njihovo sustavnije posjećivanje kroz obilježavanje biciklističkih staza i trasa na postojećim lokalnim cestama. Naime, u Županiji Zapadnohercegovačkoj još uvijek nema sustavno obilježenih biciklističkih staza i trasa, a velika dužina lokalnih cesta koje nemaju prevelik intenzitet prometa omogućava razvoj i cestovnog na asfaltiranim cestama i MTB biciklizma na makadamskim cestama. Mogućnost



za razvoj cestovnog prometa je izraženija u južnom dijelu Županije Zapadnohercegovačke, dok je mogućnost za razvoj MTB biciklizma izraženija u sjevernom dijelu gdje je i veća mreža makadamskih cesta.

## 2.7. Vrijedna kulturna baština i događanja od interesa za turizam

Kad je riječ o vrijednoj kulturnoj baštini, kako materijalnoj, tako i nematerijalnoj, na prostoru Županije Zapadnohercegovačke nalazi se nekoliko izuzetno vrijednih sakralnih građevina (crkve i samostani) sa izuzetnim zbirka umjetnina.

Tome valja pridodati i brojna arheološka nalazišta, gradine i gomile iz pretpovijesnog doba, kao i nekoliko lokaliteta poznatih po stećcima. Pretpostavlja se da na prostoru Županije Zapadnohercegovačke postoji oko 2.500 stećaka raznih oblika i sa bogatim ornamentima<sup>5</sup>.

Nadalje, u Županiji Zapadnohercegovačkoj djeluje i Akademija likovnih umjetnosti u Širokom Brijegu (kao dio Sveučilišta u Mostaru) koja je prema Strategiji razvitka Županije Zapadnohercegovačke za razdoblje 2014.-2020. godine definirana kao potencijalna institucija za smještanje Odjela za konzervaciju i restauraciju. Od postojećih 56 muzeja i zbirki muzejskih institucija posebno valja izdvojiti:

- Franjevački muzej - zbirka 'U kući oca mojega', Posušje
- Hrvatska arheološka zbirka sv. Stjepan Gorica, Grude
- Zbirka župnog ureda Izbično, Široki Brijeg
- Franjevački muzej - galerija, uz Samostansku riznicu i Biblia pauperum, Široki Brijeg,
- Franjevački muzej - zbirka sv. Ante Padovanskog, Humac, Ljubuški
- Zbirka umjetnina Majka, Humac, Ljubuški

Također, u Županiji Zapadnohercegovačkoj djeluje 7 knjižnica i 2 kulturna doma:

- JU Narodna knjižnica Široki Brijeg
- Narodna knjižnica Posušje
- Narodna knjižnica Grude
- JU KSC Ljubuški - Knjižnica
- Knjižnica Franjevačke galerije Samostan Široki Brijeg
- Knjižnica franjevačkog muzeja U kući oca mojega, Posušje
- Knjižnica franjevačkog samostana na Humcu, Ljubuški
- Hrvatski kulturni dom Antuna Branka Šimića, Grude
- Hrvatski kulturni dom Široki Brijeg

Osim bogate materijalne kulturne baštine u Županiji Zapadnohercegovačkoj djeluje i 31 kulturno umjetničko društvo i 6 klapa koje djeluju na lokalnim i međunarodnim natjecanjima. Tome valja pridodati i 31 udругu koje se bave kulturom (zaštitom, valorizacijom i/ili turističkom prezentacijom).

Od kulturnih manifestacija koje imaju veliki turistički potencijal i koje su već postigle međunarodnu reputaciju mogu se izdvojiti:

- Festival amaterskog stvaralaštva „West Herzegovina Fest“ u Širokom Brijegu,
- Mediteran Film Festival u Širokom Brijegu,

---

<sup>5</sup> Bešlagić, Š. 1971., Stećci-Kataloško topografski pregled.



- Natjecanje u kuhanju raštike „Raštikijada“ u Grudama,
- Festival klapske pisme u Posušju.

Također, organiziraju se brojne druge manifestacije koje su atraktivne, ali još uvijek imaju manji turistički značaj. U tu kategoriju valja uvrstiti Ljubuški karneval, Šimićeve susrete, Ilijino brdo, Izbičijadu, kao i Blidinjski sajam hrane. Pored kulturnih događaja svjetovnog karaktera, posebnu pozornost zavrjeđuju i vjerska događanja koja okupljaju i privlače veliki broj kako domaćih posjetitelja, tako i onih iz dijaspe, te turista. Najvažnija vjerska događanja su: Velika Gospa u Širokom Brijegu i Posušju (kolovoz), te Sv. Ante u Ljubuškom (lipanj).

U kontekstu mogućeg razvoja kulturnog turizma, Županija Zapadnohercegovačka je sve prepoznatljivija i po vjekovnoj kulturi života i rada koje je iznjedrilo, primjerice, i gangu, korizmene običaje i pjevanja, izreke vezane uz različite blagdane, brojne priče i predaje (povijesne, mitske i demonološke), različite pučke igre, zdravice, brojalice i rugalice odnosno poslovice, ali i po razvoju/ponudi lokalnih i tradicionalnih proizvoda. Pritom posebno valja izdvojiti rastući broj proizvođača u sferi pčelarstva/medarstva; proizvodnje pršuta, proizvodnje različitih pripravaka od ljekovitog i aromatičnog bilja, uključujući i proizvodnju parfema i kozmetičkih preparata. Pritom valja imati na umu da je samo manji broj njih registriran, odnosno da ima status poslovnog subjekta<sup>6</sup>. Svemu tome valja pridodati i nekoliko etabliranih obrta u sferi starih zanata.

Od velikog značenja za privlačenje kulturno-turističke potražnje na prostor Županije Zapadnohercegovačke, osobito ljubitelja vina, svakako su i postojeće vinarije/vinski podrumi, od kojih su neke već pozicionirane kao prepoznati brandovi ne samo u Bosni i Hercegovini, već i šire. Pregled aktivnih vinarija/vinskih podruma detaljnije je prikazan u tablici 2.7.1.

**Tablica 2.7.1: Vinarije i vinski podrumi na području Županije Zapadnohercegovačke**

R.b.	Naziv	Kategorija	Lokacija
1	Vinski podrum Gentile	Vinarija/vinski podrum	Grude
2	Hepok Vinarija Ljubuški d.o.o	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški
3	Vinarija Škegro	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški
4	Podrum Begić „JSB“	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški
5	Vinogradi Nuić doo	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški
6	Vinarija Keža,	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški
7	Vinarija Milas	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški
8	Vinarija Sušac	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški
9	Vinski podrum Buntić	Vinarija/vinski podrum	Ljubuški

Izvor: Ured Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije

Konačno, a kad je riječ o potencijalu Županije Zapadnohercegovačke za razvoj tzv. 'activity based' turizma, izuzetno su važne i registrirane udruge i klubovi koje se bave različitim športskim i rekreativnim aktivnostima. U tablici 2.7.2. su prikazani aktivni klubovi koji su zanimljivi iz segmenta razvoja outdoor turističke ponude u Županiji Zapadnohercegovačkoj i koje već organiziraju događaje koji mogu biti temelj za pokretanje novih aktivnosti koje će upotpuniti buduću turističku ponudu u Županiji Zapadnohercegovačkoj.

<sup>6</sup> U Županiji Zapadnohercegovačkoj je u registar OPG-ova upisano oko 2800 subjekata od kojih je tek oko 4% registrirano kao poslovni subjekti.

**Tablica 2.7.2: Sportske i pustolovne udruge/klubovi na području Županije Zapadnohercegovačke**

R.b.	Naziv	Kategorija	Lokacija
1	HPD Pločno	Planinarenje	Posušje
2	HPD Čvrsnica	Planinarenje	Široki Brijeg
3	HPD Ljubuški	Planinarenje	Ljubuški
4	ATPK Grude	Planinarenje, maraton	Grude
5	HGSS Posušje	Gorska služba spašavanja	Posušje
6	HGSS Široki Brijeg	Gorska služba spašavanja	Široki Brijeg
7	HGSS Ljubuški	Gorska služba spašavanja	Ljubuški
8	HGSS Grude	Gorska služba spašavanja	Grude
9	BK Široki	Biciklizam	Široki Brijeg
10	BK Ljubuški	Biciklizam	Ljubuški
11	BK Posušje	Biciklizam	Posušje
12	BK Grude	Biciklizam	Grude
13	BK Drinovci	Biciklizam	Grude
14	ŠREK „Vidra“	Ronjenje	Grude
15	Paragliding klub	Paragliding	Ljubuški
16	Konjički klub Stina	Jahanje	Grude
17	Golf klub Posušje		Posušje

Izvor: Ured Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije

## 2.8. Dostignuta razina turističkog razvoja

### Institucionalni okvir

Kada je riječ o institucionalnoj i zakonskoj infrastrukturi u turizmu, važno je napomenuti kako Županija Zapadnohercegovačka u segmentu turizma, a osobito u sferi njegovog statističkog praćenja i promocije, još uvijek nije dovoljno dobro organizirana. Naime, Županija Zapadnohercegovačka trenutno nema funkcionalni ured Turističke zajednice.

Takodjer, na nivou Federacije Bosne i Hercegovine, obavljanje turističke djelatnosti regulirano je postojećim federalnim Zakonom o turističkoj djelatnosti. S obzirom da se radi o podijeljenoj nadležnosti između Federacije Bosne i Hercegovine i županija, te o činjenici da isti nije uopće tretirao nadležnosti županija, Županija Zapadnohercegovačka je, na temelju svojih ustavnih nadležnosti u 2018. godini pokrenula proceduru donošenja vlastitog Zakona o turizmu i isti je 30. kolovoza 2019. godine usvojen od strane Skupštine Županije Zapadnohercegovačke.

Zakonom o turizmu Županije Zapadnohercegovačke stvoren je zakonski okvir za formiranje i djelovanje turističkih zajednica, kao i sustavni okvir za razvoj i promicanje Županije Zapadnohercegovačke kao atraktivne destinacije za ruralni i aktivni turizam, te obavljanje turističke djelatnosti, sa svim svojim specifičnostima u Županiji Zapadnohercegovačkoj.

Dakle, navedeni Zakon regulira, pored obavljanja turističke djelatnosti i proces osnivanja i djelovanja turističkih zajednica. Također, Zakonom se uređuje planiranje i razvoj turizma, kategorije turističkih subjekata, kao i osnivanje i djelovanje turističkih zajednica gradova/općina, te su definirane mjere za promociju i razvoj turizma na području Županije Zapadnohercegovačke.

Ovdje je važno naglasiti činjenicu da je organiziran Turistički klaster Hercegovine, kao jedino relevantno organizirano udruženje koje okuplja ključne turističke dionike iz segmenta

turizma iz cijele Hercegovine, te tako i iz Županije Zapadnohercegovačke. Turistički klaster Hercegovine je registriran na razini Bosne i Hercegovine, a sjedište mu je u Mostaru.

### **Turistička potražnja**

Prema podacima Ureda Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije, a neovisno o činjenici da na cijelom ovom prostoru još uvijek nema specijaliziranih agencija koje se bave turističkim posredovanjem, na području sve četiri jedinice lokalne samouprave Županije Zapadnohercegovačke tijekom 2017. godine registrirano je 3.614 dolazaka turista što je za pedeset noćenja više nego u prethodnoj godini, ali i za šestotinjak dolazaka manje nego u 2015. godini (tablica 2.8.1). Posebno valja naglasiti činjenicu da je udio dolazaka domaćih gostiju u sve tri promatrane godine bio osjetno niži od udjela inozemnih gostiju, te je oscilirao od 34,3% (2015. godina), do 40,1% (2016. godina).

**Tablica 2.8.1: Broj dolazaka turista u Županiji Zapadnohercegovačkoj, 2015. – 2017.**

Godina	Domaći gosti		Strani gosti		UKUPNO	
	Broj	%	Broj	%	Broj	%
2015	1.452	34,3	2.780	65,7	4.232	100,0
2016	1.429	40,1	2.135	59,9	3.564	100,0
2017	1.318	36,5	2.296	63,5	3.614	100,0

Izvor: Ured Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije, obrada Instituta za turizam.

Kad je riječ o ostvarenim noćenjima, tijekom 2017. godine registrirano je 5.984 noćenja, 260 noćenja više nego u 2016. godini, ali i 342 noćenja manje nego 2015. godine (tablica 2.8.2). Udio domaćih noćenja u ukupnim kretao se od 29,1% (2015. godina) do 34,2% (2016. godina).

**Tablica 2.8.2: Broj noćenja turista u Županiji Zapadnohercegovačkoj, 2015. – 2017.**

Godina	Domaći gosti		Strani gosti		UKUPNO	
	Broj	%	Broj	%	Broj	%
2015	1.839	29,1	4.487	70,9	6.326	100,0
2016	1.958	34,2	3.766	65,8	5.724	100,0
2017	1.841	30,8	4.143	69,2	5.984	100,0

Izvor: Ured Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije, obrada Instituta za turizam.

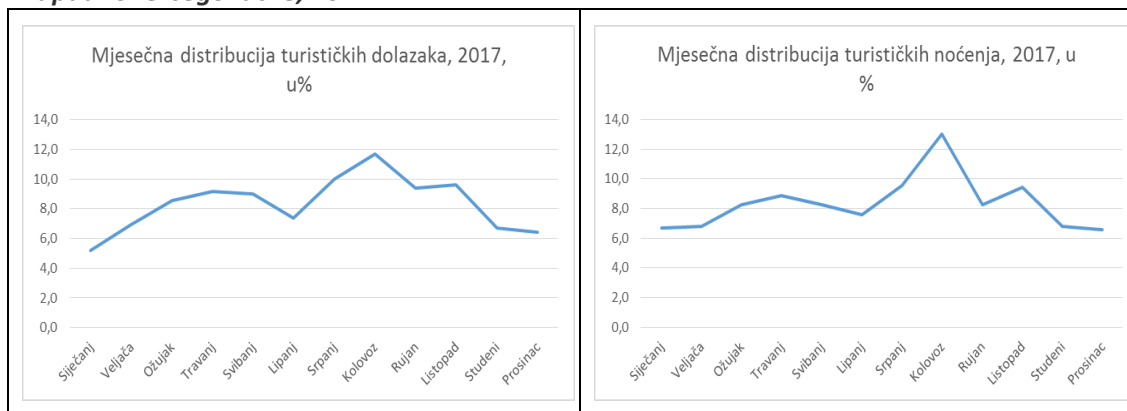
Podaci o kretanju turističkih dolazaka i noćenja na području Županije Zapadnohercegovačke ukazuju na relativno nisku razinu stacionarne potražnje, pri čemu se prosječna duljina boravka ipak malo povećava iz godine u godinu (od 1,5 dana u 2015. godina do 1,7 dana u 2017. godini).

Neovisno o statistički registriranim tursitičkim dolasima i noćenjima, za pretpostaviti je da je na području Županije Zapadnohercegovačke ostvaren i značajan broj dolazaka i noćenja koja nisu statistički registrirana. Isto tako, osim višednevnih turističkih posjeta, za područje Županije Zapadnohercegovačke od sve su većeg značenja i jednodnevni posjetitelji budući da cijeli ovaj prostor, već danas predstavlja važnu izletničku destinaciju za turiste koji borave u turističkim destinacijama susjedne Splitsko-dalmatinske županije u Republici Hrvatskoj, a poglavito na području Makarske rivijere. Tome valja pribrojiti i značajan broj turista u tranzitu. S obzirom da ne postoje službeni statistički podaci o ovom segmentu potražnje, teško je egzaktno procijeniti broj jednodnevnih dolazaka na ovaj prostor.

Konačno, a što se tiče sezonalnosti turističkog prometa, na temelju podataka za razdoblje od 2015. - 2017. godine, može se konstatirati da je zastupljenost dolazaka i noćenja tijekom

svih 12 mjeseci prilično ravnomjerna, pri čemu su srpanj, kolovoz, rujan i listopad najposjećeniji mjeseci (Slika 2.8.3).

**Slika 2.8.3: Sezonska distribucija dolazaka i noćenja turista na području Županije Zapadnohercegovačke, 2017.**



Izvor: Ured Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije, obrada Instituta za turizam.

### Turistička ponuda

Prema prikupljenim podacima sa terena (tablica 2.8.4), na području Županije Zapadnohercegovačke djeluje 12 smještajnih objekata – 4 hotela (od čega 2 na razini 4\* i 2 na razini 3\*), 5 motela, 2 objekta za odmaralište i kraći odmor i 1 objekt seoskog turizma.

**Tablica 2.8.4: Smještajni objekti i njihov prihvatni kapacitet**

R.b.	Naziv	Broj smj. jedinica	Mjesto
1	Hotel Otok	23	Grude
2	Hotel Hum	8	Ljubuški
3	Hotel Park	33	Široki Brijeg
4	Hotel Bigeste	22	Ljubuški
5	Sobe u domaćinstvu „Šeherezada“	8	Široki Brijeg
6	Sobe za iznajmljivanje „Čopa“	27	Ljubuški
7	Motel Most	9	Ljubuški
8	Motel/restoran Kiwi	28	Grude
9	Motel Viktorija	14	Posušje
10	Motel Penava	15	Posušje
11	Motel Bagušić	15	Posušje
12	Seoski turizam Marića Gaj	11	Grude

Neovisno o relativno velikom broju smještajnih objekata, ukupan broj smještajnih jedinica relativno je malen - 171. Drugim riječima, smještajni objekti uglavnom nisu građeni za potrebe stacionarnog boravka odmorišne potražnje, već je više riječ o objektima koji opslužuju poslovnu i/ili tranzitnu potražnju.

Iako je riječ o smještajnim objektima različite vrste i/ili kategorije, cijene dvokrevetnih soba su, u pravilu, vrlo povoljne i kreću se na razini od oko 25 – 30 eura kad je riječ o hotelskim objektima i motelima kategorije 3\*, odnosno 40 – 65 eura kad je riječ o hotelima s 4\*. Nažalost, zbog nedostatka egzaktnih podataka o ostvarenom broju noćenja u svakom od prethodno navedenih smještajnih objekata na području Županije, u ovom trenutku nije moguće utvrditi njihovu popunjenost na godišnjoj razini, a time ni donositi bilo kakve zaključke o kvaliteti/uspješnosti njihovog poslovanja.

Pored hotela i motela u Županiji postoji i određen broj objekata koji nude smještaj u kategoriji apartmani, pansioni, vikendice, kuće za odmor i slično, ali još uvijek veći dio njih nije registriran, te je teško utvrditi njihov točan broj<sup>7</sup>.

Iako su, ukupno gledajući, kapaciteti obiteljskog smještaja u Županiji Zapadnohercegovačkoj relativno skromni, prilikom obilaska Županije Zapadnohercegovačke za potrebe izrade ovog dokumenta, uvidjelo se da postoji interes ljudi za ovakav vid angažmana u turizmu pri čemu im nedostaju potrebna znanja i informacije, dok im postojeći uvjeti, kako institucionalni tako i zakonski, ne daju jasan okvir i poticaj za pozicioniranje na tržištu.

Međutim, Zakonom o turizmu Županije Zapadnohercegovačke stvoren je sustavni okvir za razvoj i promicanje Županije Zapadnohercegovačke kao atraktivne destinacije za ruralni i aktivni turizam, te obavljanje turističke djelatnosti, sa svim svojim specifičnostima u Županiji Zapadnohercegovačkoj, čime će se omogućiti stavljanje u funkciju smještaja velikog broja obiteljskih kuća, a time i razvoj ove vrste turističke ponude.

Osim relativno velikog broja smještajnih objekata, turističko-ugostiteljsku ponudu Županije Zapadnohercegovačke karakterizira i izrazito velik broj restorana. Naime, ne računajući restorane i/ili slične objekte uslužne ponude u sastavu praktički svih smještajnih objekata na projektnom području, a prema podacima Ureda Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije, na prostoru Županije Zapadnohercegovačke trenutno djeluje 26 restorana

Posebno valja istaknuti da samo dva restorana posluju samo tijekom (produljene) ljetne sezone, dok svi ostali objekti nude svoje usluge/kapacitete tijekom cijele godine, iz čega se može zaključiti da im prometa ne nedostaje, odnosno da na području Županije Zapadnohercegovačke tijekom cijele godine postoji relativno velik interes potražnje, osobito lokalnog stanovništva, za uslugama restorana.

### **Zaključna razmatranja**

Dosadašnji razvoj turističke aktivnosti na području Županije Zapadnohercegovačke, osobito u kontekstu statistički registriranih turističkih dolazaka i noćenja, ali i u kontekstu broja raspoloživih smještajnih jedinica, ne može se ocijeniti visokom ocjenom. Drugim riječima, postojeća se resursno-atraksijska osnova trenutno ne koristi na zadovoljavajući način, a što valja ponajviše povezivati s činjenicom da je riječ o prostoru koji je povijesno bio orijentiran uglavnom na proizvodne djelatnosti, trgovinu i poljoprivredu, dok turističko privređivanje od strane lokalnih razvojnih dionika nije, u pravilu, bilo prepoznato kao jedan od mogućih generatora dodatnog gospodarskog rasta i razvoja.

Neovisno o tome, a uvažavajući potencijal raspoložive turističke resursno-atraksijske osnove, sve veći interes za proizvodima posebnih interesa na globalnoj razini kao i sve izraženiji interes jednodnevne izletničke potražnje iz obližnjih turističkih destinacija u Republici Hrvatskoj, na cijelom bi prostoru Županije Zapadnohercegovačke, u vremenu koje dolazi, bilo potrebno dodatno uspostaviti veći broj međusobno komplementarnih turističkih

---

<sup>7</sup>Primjerice, u Županiji Zapadnohercegovačkoj se na Booking.comovoj platformi trenutačno pojavljuje 20 objekata koji nude određenu vrstu smještaja. Od tih 20 objekata samo su 4 objekta registrirana kao hoteli ili moteli dok su ostali u kategoriji apartmani, kuće za odmor sa bazenom, vile ili vikendice. Pored objekata koji se pojavljuju na Booking.com postoji jedan broj smještajnih kapaciteta koji su registrirani kao pansioni i nude smještaj kroz izravan marketing. Međutim, točan broj ovih objekata ne može se utvrditi jer još uvijek nisu u sustavu.

iskustava namijenjenim kako izletnicima, tako osobito i ciljanim potrošačkim segmentima u sferi „outdoor“ i „activity based“ turizma, a što podrazumijeva sustavan rad na uspostavi cijelog niza dodatnih sadržaja uslužne ponude. To implicira ne samo otvaranje novih objekata ponude u zoni interesa privatnih poduzetnika, već i ubranu izgradnju potrebnih sadržaja javno-komunalne i/ili turističke infrastrukture.

Također, Županija Zapadnohercegovačka je svojim položajem, veličinom i brojem stanovnika, kao i postojećim stupnjem autonomije idealna regija za brzo i učinkovito provođenje planova razvoja održivog i odgovornog turizma. U središtu takvog razvoja turizma mora biti lokalni čovjek/lokalna obitelj, osobito u kontekstu dinamičnijeg razvoja lokalne ekonomije. To tim prije ako se, uz dobru geografsku poziciju i kompaktnost teritorija, uzme u obzir činjenica da Županiju Zapadnohercegovačku rese dobri, radišni i ljubazni ljudi.

## *2.9. Konkurentnost integralnog turističkog proizvoda Županije*

Na temelju uvida u razinu infrastrukturne opremljenosti, demografske trendove, kvalitetu resursno-atraksijske osnove, te gospodarska kretanja na području projektnog područja, može se prilično objektivno procijeniti i turistička konkurentnost Županije Zapadnohercegovačke. Tržišna konkurentnost podrazumijeva, naime, što je moguće veću usklađenost mnogobrojnih, međusobno komplementarnih, elemenata koji utječu na kvalitetu turističkog boravka na nekom prostoru.

Za potrebe ovog dokumenta, ocjeni društveno-ekonomske konkurentnosti Županije Zapadnohercegovačke pristupilo se u dva koraka. Prvi korak odnosio se na definiranje ključnih područja i ključnih činitelja uspjeha (ili elementi konkurentnosti) prema različitim područjima konkurentnosti. Drugi korak odnosio se na kvalitativno vrednovanje svakog od pojedinačnih elemenata konkurentnosti prema svim ključnim područjima.

U metodološkom smislu, gore izneseni pristup implicira da se konkurentnost projektnog područja ne ocjenjuje u odnosu na druge turističke destinacije, već u odnosu na poželjno (idealno) stanje turističke razvijenosti kojem treba težiti. Naime, pod pretpostavkom da su svi elementi konkurentnosti Županije Zapadnohercegovačke, u očima njezinih žitelja, dostigli najvišu razinu, moglo bi se ustvrditi da su stanovnici ovog područja izuzetno zadovoljni dostignutom razinom kvalitete integralnog turističkog proizvoda, te ga nije potrebno dodatno unapređivati različitim aktivnostima i/ili mjerama.

Kao relevantna područja koja, direktno i/ili indirektno, doprinose kvaliteti turističkog boravka, a time i konkurentnosti Županije Zapadnohercegovačke na tržištu turističkih destinacija posebno su razmatrana sljedeća:

- Dostupnost,
- Resursno-atraksijska osnova,
- Razvijenost gospodarstva i društvenih djelatnosti,
- Razvijenost turističkog sektora,
- Razvijenost komunalne infrastrukture,
- Ljudski potencijali, te
- Društveno i poslovno okruženje.

Ocjena turističke konkurentnosti Županije Zapadnohercegovačke na temelju gore iznesenih pretpostavki, a u cilju što je moguće veće objektivnosti, izvedena je tijekom prve strateške radionice na kojoj su, uz moderaciju ekspertnog tima Instituta za turizam, sudjelovali svi

relevantni dionici društveno-ekonomskog razvoja projektnog područja, kako iz javnog, tako i iz privatnog sektora. Pritom je svaki od elementa konkurentnosti ocjenjivan od 1 (loše) do 6 (izvrsno), nakon čega su ocjene po pojedinim područjima zbrojene i podijeljene s brojem ključnih činitelja uspjeha kako bi se dobila srednja ocjena.

Rezultati provedene ocjene konkurentnosti Županije Zapadnohercegovačke (prosječna ocjena 3,3) jasno upućuju na zaključak da je dostignuti stupanj njezine turističke razvijenosti prilično daleko od optimuma i da ima puno prostora za daljnji rast i razvoj. To se osobito odnosi na dostupnost destinacije (prosječna ocjena 2,9), komunalnu infrastrukturu (prosječna ocjena 3,1), odnosno turizma u užem smislu (prosječna ocjena 3,2). Isto tako, raspoloživosti ljudskih potencijala (prosječna ocjena 3,3) zasigurno također predstavlja potencijalnu smetnju kvalitetnom turističkom razvoju. Detaljni pregled ocjena pojedinih elemenata konkurentnosti po ključnim područjima prezentiran je u tablici 2.9.1.

**Tablica 2.9.1: Ocjena turističke konkurentnosti županije Zapadnohercegovačke**

Elementi konkurentnosti		Jako loše=1, izvrsno=6					
A.	Dostupnost	1	2	3	4	5	6
1	Ceste koje vode prema ZZH						
2	Ceste na području ZZH						
3	Raspoloživost međumjesnog prijevoza						
4	Blizina zračnih luka međunarodnog značenja						
5	Dostupnost autobusom						
6	Dostupnost željeznicom						
B.	Resursno-atraktivna osnova	1	2	3	4	5	6
7	Ljepota krajolika/relefa						
8	Raznolikost krajolika/relefa						
9	Raspoloživost/kvaliteta zaštićene prirodne baštine						
10	Raspoloživost/kvaliteta zaštićene kulturno-povijesne baštine						
11	Očuvanost okoliša						
12	Raspoloživost/kvaliteta biciklističkih staza						
13	Raspoloživost/kvaliteta pješačkih/planinarskih staza						
14	Kvaliteta sportsko-rekreacijskih sadržaja						
15	Raspoloživost/kvaliteta vinskih cesta						
16	Raspoloživost/kvaliteta gastro cesta/ruta						
17	Kulturna ponuda (muzeji, kazališta, galerije)						
18	Postojanje i raznolikost kulturno-zabavnih manifestacija i događanja						
C.	Gospodarstvo i društvene djelatnosti	1	2	3	4	5	6
19	Razvijenost industrije						
20	Razvijenost obrtništva						
21	Razvijenost poljoprivrede						
22	Trgovački sadržaji						
23	Razvijenost društvenih djelatnosti						
D.	Turizam u užem smislu	1	2	3	4	5	6
24	Raspoloživost smještajnih objekata						
25	Struktura smještajnih objekata						
26	Kvaliteta smještajnih objekata - hoteli/TN						
27	Kvaliteta smještajnih objekata - kampovi						
28	Kvaliteta smještajnih objekata - obiteljski smještaj						
29	Raspoloživost objekata hrane i pića u naseljima						
30	Raspoloživost objekata hrane i pića na područjima turističkog interesa						
31	Raznolikost i originalnost ponude hrane i pića						
32	Kvaliteta hrane						
33	Korištenje lokalno proizvedene hrane						
34	Autentičnost objekata hrane i pića						
35	Kvaliteta turističke (smeđe) signalizacije						
36	Kvaliteta interpretacije turističkih atrakcija (info ploče i sl.)						
37	Prisustvo specijaliziranih (incoming) turističkih agencija u destinaciji						
38	Kvaliteta promocije destinacije (Internet)						
E.	Komunalna infrastruktura	1	2	3	4	5	6
39	Kanalizacija i sustav odvodnje						
40	Gospodarenje otpadom/Pristustvo 'divljih' deponija						
41	Postojanje sustava recikliranja krutog otpada						
42	Vodoopskrba						
43	Elektroenergetski sustav						
44	Telekomunikacije						
45	Promet u mirovanju						



**Tablica 2.9.1: nastavak**

Elementi konkurentnosti		Jako loše=1, izvrsno=6					
<b>F.</b>	<b>Ljudski potencijali</b>	1	2	3	4	5	6
46	Raspoloživost radne snage						
47	Kvaliteta radne snage						
48	Raspoloživost lokalnih turističkih poduzetnika						
49	Raspoloživost osoba s upravljačkim vještinama u javnom sektoru (potrebe destinacijskog menadžmenta)						
50	Raspoloživost osoba s upravljačkim vještinama u privatnom sektoru						
<b>G.</b>	<b>Društveno i poslovno okruženje</b>	1	2	3	4	5	6
51	Kooperacija javnog i privatnog sektora (JPP)						
52	Umreženost gospodarskih sektora						
53	Posvećenost nositelja izvršne vlasti JLS turističkom razvoju						
54	Društvena klima						
55	Razina poduzetničkog optimizma						
56	Osobna sigurnost						

Izvor: Institut za turizam Zagreb

### 3. RELEVANTNI TRŽIŠNI TRENDОВИ

---

#### 3.1. Međunarodni turistički promet

Unatoč ekonomski nesigurnim i turbulentnim vremenima, turizam i dalje predstavlja jednu od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u svijetu. Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO) u 2017. godini je na globalnoj razini ostvareno 1.3 milijarde međunarodnih dolazaka (rast od 7,1 posto u odnosu na prethodnu, 2016. godinu)<sup>8</sup>, odnosno prihod od 1.340,0 milijardi USD<sup>9</sup>.

Velikim dijelom i zbog izuzetne dinamike rasta turističkog prometa u mediteranskim zemljama tijekom 2017. godine (+13% u odnosu na 2016. godinu), odnosno činjenice da zemlje Jugoistočne Europe generiraju preko 20% svih međunarodnih turističkih dolazaka, Europa je daleko najveća svjetska receptivna makroregija s tržišnim udjelom od preko 50% u dolascima, odnosno oko 39% u ostvarenim prihodima.

Očekuje se da će i 2020. godinu obilježiti snažan rast fizičkog obujma turističkog prometa, pri čemu i konzervativne prognoze predviđaju rast po stopi od 4 - 5 posto. Posebno valja ukazati na činjenicu da su ostvareni rezultati znatno bolji od dugoročnih prognoza UNWTO-a, a temeljem kojih do 2022. godine valja očekivati rast međunarodnog turizma po stopi od oko 3,8 posto prosječno godišnje. Dugoročno gledano, konačno, UNWTO (konzervativno) procjenjuje da će broj međunarodnih turističkih dolazaka rasti po stopi od 3,3% godišnje, što bi trebalo rezultirati povećanjem broja međunarodnih dolazaka na 1.800 milijuna u 2030. godini.

#### 3.2. Kvalitativni trendovi od značaja za Županiju

Neovisno o izrazito pozitivnim trendovima u sferi međunarodne turističke potražnje, u nastupajućem razdoblju valja očekivati značajne promjene i u strukturi turističkih putovanja. U tom smislu, za buduće tržišno pozicioniranje Županije Zapadnohercegovačke na tržištu turističkih destinacija bitno je prilagoditi se zahtjevima potrošača, te osmisliti sustav destinacijskih doživljaja koji će ne samo tržišno etablirati/promovirati raspoloživu resursno-atraktivnu osnovu, već će pratiti međunarodne trendove. Naime, brojne promjene u društvu, bilo tehnološke, gospodarske, političke, klimatske ili neke druge naravi, u velikoj mjeri utječu na navike, potrebe i preferencije ljudi koje putuju.

Osim što su obrazovaniji, platežno sposobniji, bolje informirani, ali i sve zahtjevniji u smislu potrebe da se odgovori na njihove specifične zahtjeve i želje tijekom posjeta i boravka u nekoj destinaciji, sve veći broj suvremenih turista motiviran je ponajviše željom za doživljavanjem 'drugačijeg' i 'novog' kako bi proširili svoje spoznaje i svjetonazor. Nadalje, uz specifične motive putovanja, suvremeni ('novi') turisti koriste različite izvore informacija, žele imati puno mogućnosti u destinaciji, te kombinirati različite proizvode koji njihov boravak mogu učiniti sadržajnijim i boljim. Konačno, svjesni rasta ponude i mogućnosti izbora, oni postaju sve kritičniji i izbirljiviji.

---

<sup>8</sup> Svemu tome valja dodati i podatak da UNWTO procjenjuje kako u domaćem turističkom prometu u svim zemljama svijeta na godišnjoj razini sudjeluje i dodatnih 5 do 6 milijardi osoba.

<sup>9</sup> Iste je godine međunarodni turizam generirao 10% svjetskog BDP-a, svaka 10. osoba bila je zaposlena u turističkoj industriji, a na turizam je otpadalo i oko 7% ukupnog svjetskog izvoza.

U skladu s prethodnim naznakama, sve izrazitija segmentacija potražnje koja se temelji na različitim životnim stilovima i/ili interesima predstavlja veliku priliku za cijelu Županiju Zapadnohercegovačku, kako u kontekstu budućeg profiliranja njezinog turističkog proizvoda, tako i u kontekstu poželjnog tržišnog pozicioniranja. Pri tome se misli ponajviše na potrebu kreiranja tematiziranih turističkih proizvoda prilagođenih točno ciljanim tržišnim segmentima/potrošačkim nišama.

Jedan od sve važnijih izazova o kojima sve više ovisi konkurentnost bilo koje turističke destinacije, a što je osobito važno i za cijelu Županiju Zapadnohercegovačku, odnosi se na problematiku odgovornog ponašanja prema okolišu. Primjena 'zelenih' koncepta ponašanja, recikliranje, odgovorno korištenje energije/vode, poštivanje pravila 'zelene arhitekture', te maksimalno korištenje prirodnih i lokalno proizvedenih materijala postaje nešto što tržište sve više prepoznaje i cijeni. U tom smislu, dakle, u svim dijelovima Županije Zapadnohercegovačke potrebno je osigurati preduvjete za ekološki odgovoran destinacijski razvoj/menadžment.

Konačno, za poželjno turističko profiliranje/pozicioniranje cijelog projektnog područja u budućnosti vjerojatno najveću priliku predstavlja sve izraženiji trend prema autentičnosti i jedinstvenosti turističkog doživljaja. To podrazumijeva ne samo originalnost/jedinstvenost resursno-atraktivne osnove, već i mogućnost njezine kreativne, emocijama nabijene i nijansirane prezentacije prilagođene različitim ciljnim skupinama.

Neki od najvažnijih kvalitativnih trendova koji su od posebnog interesa za turizam Županije Zapadnohercegovačke, sistematizirani su u sljedećem tabličnom pregledu.

**Tablica 3.2.1: Promjene u suvremenom društvu koje utječu na turizam**

Činitelji	Posljedice na turističku destinaciju
<b>Demografija</b>	
Broj pripadnika starijih dobni skupina se rapidno povećava.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rastuća potražnja za kvalitetom, udobnošću, sigurnošću, prikladnim prijevozom, različitim mogućnostima odmora i opuštanja, kao i za proizvodima "krojenima po mjeri".</li> <li>• Rast potražnje izvan ljetnih mjeseci.</li> <li>• Povećana potražnja za specijalnim proizvodima.</li> </ul>
<b>Zdravlje</b>	
Svijest o zdravlju i zdravom životu dodatno će se pojačati.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destinacije koje se doživljavaju kao manje zdrave, ignorirati će se znatno više i znatno brže nego je to do sada bio slučaj.</li> <li>• Provođenje "active holidays" imat će sve više poklonika.</li> </ul>
<b>Obrazovanje</b>	
Prosječna razina obrazovanja stalno se povećava.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rast potražnje za proizvodima specijalnih interesa.</li> <li>• Povećanje potrebe za kreativnijim komuniciranjem s tržištem i boljim informiranjem.</li> </ul>
<b>Slobodno vrijeme</b>	
Život u 21. stoljeću implicira sve veći stres i pritisak na psihu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećana potreba za ponudom relaksirajućih sadržaja.</li> <li>• Više kratkih odmora umjesto jednog velikog.</li> </ul>
<b>Iskustvo putnika</b>	
Sve je više sofisticiranih potrošača koji su, u želji da udovolje svojim potrebama, sve zahtjevniji.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sve veća preferencija prema autentičnom doživljaju; sve manje tolerancije za umjetno i standardizirano.</li> <li>• Destinacije koje nude raznovrsnu i uravnoteženu ponudu dobivat će na važnosti.</li> </ul>

IT tehnologije	
Internet penetracija i korištenje web-a za skupljanje informacija i kupovinu turističkih proizvoda i usluga i dalje će se povećavati.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sve veća raspoloživost turističkih informacija o destinacijama i proizvodima; sve veća sofisticacija tzv. "tražilica", omogućit će sve bolju usporedbu destinacija, a time i zaoštriti konkurenciju.</li> <li>• Iskusni putnici sami će koncipirati svoja putovanja i direktno rezervirati.</li> <li>• Raspoloživost dubinskih informacija o pojedinim proizvodima i njihovoj međusobnoj povezanosti biti će ključni preduvjet uspjeha pojedinačnih web adresa.</li> </ul>
Očuvanje okoliša	
Svijest o potrebi očuvanja okoliša bit će sve veća.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rast potražnje za ekološki očuvanim destinacijama u kojima će prirodni atributi i gostoljubivost lokalne populacije imati sve izrazitiju ulogu.</li> <li>• Upravljanje prostorom postat će sve važniji atribut turističke privlačnosti.</li> </ul>

Izvor: European Travel Commission, 2010.

### 3.3. Zaključna razmatranja

Rastuća potražnja za turizmom posebnih interesa, u kombinaciji sa sve većim brojem turista koji imaju naglašene preferencije prema upoznavanju turistički nedovoljno otkrivenih odredišta, ali i odredišta koja nude unikatni doživljajni miks, otvaraju brojne mogućnosti budućem, dugoročno održivom, profiliranju/pozicioniranju Županije Zapadnohercegovačke na tržištu turističkih destinacija.

S druge strane, valja imati na umu da je cijelo ovo područje, barem kad je riječ o turističkom razvoju, još uvijek u početnoj fazi i s relativno malim brojem za tržište spremnih proizvoda/doživljaja. Iako je takva situacija relativno povoljna jer se proizvodi mogu razvijati od samog početka u skladu s tržišnim trendovima, postoji opasnost da se, uslijed relativno niskog stupnja osposobljenosti za turističko privređivanje, ali i nedovoljnog razumijevanja suvremenih zakonitosti turističkog razvoja i komercijalizacije turističkih proizvoda, osmišljavaju tržištu neprimjereni proizvodi koji će postupno degradirati resursno-atraktivnu osnovu, te posljedično, smanjivati dugoročni razvojni potencijal i konkurentnost Županije Zapadnohercegovačke kao suvremene turističke destinacije.

## 4. SWOT ANALIZA

---

### 4.1. Pristup

Na temelju izvršene analize situacije za područje Županije Zapadnohercegovačke, a uvažavajući posebice relativno bogatu i raznovrsnu prirodnu i kulturno-povijesnu resursno-atraksijsku osnovu, tako i izrazito povoljna klimatska obilježja cijelog ovog prostora, evidentno je da se radi o prostoru prirodno predisponiranom za razvoj većeg broja turističkih proizvoda posebnih interesa, osobito u sferi „outdoor“ i „activity based“ turizma.

S druge strane, analiza situacije također je ukazala i na činjenicu da je područje Županije Zapadnohercegovačke još uvijek suočeno s određenim brojem razvojnih ograničenja koje valja ukloniti ili umanjiti kako bi se prepoznati potencijal za razvoj turizma u budućnosti mogao u potpunosti realizirati. Riječ je uglavnom o različitim (manjim ili većim) infrastrukturnim ograničenjima, malom broju kolektivnih smještajnih objekata prilagođenih različitim potrošačkim segmentima, nerazvijenosti izvan-smještajne uslužne ponude, nedovoljno profiliranom tržišnom pozicioniranju, ali i relativno nepovoljnoj demografskoj strukturi i/ili trendovima.

U cilju sustavnog i učinkovitog detektiranja većih i/ili manjih ograničenja turističkog razvoja, provedena je analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT) prema nekoliko različitih područja od interesa za razvoj turizma. Za potrebe ovog dokumenta kao ključna područja od interesa za dinamiziranje turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke prepoznata su:

- Resursna osnova, atrakcije i infrastruktura;
- Razvijenost turističkog sektora;
- Poslovno okruženje i ljudski potencijali; te
- Marketing i promocija.

Detaljno sagledavanje snaga i slabosti, te prilika i prijetnji turističkom razvoju cijelog prostora Županije Zapadnohercegovačke predstavlja ključni preduvjet za definiranje ključnih strateških prednosti cijelog projektnog područja, ali i za detektiranje njegovih najizraženijih strateških nedostataka. Samim tim, SWOT analiza daje bitne informacije ne samo na koje 'karte' bi u kontekstu dugoročno održivog turističkog razvoja valjalo igrati kako bi cijelo područje Županije Zapadnohercegovačke kapitaliziralo na svojim prednostima u idućem razdoblju, već i na određen broj razvojnih ograničenja koje bi valjalo sustavno uklanjati u cilju podizanja konkurentne sposobnosti, a time i boljeg tržišnog pozicioniranja cijelog projektnog područja.

Konačno, sagledavanje snaga i slabosti, kao i prilika i prijetnji Županije Zapadnohercegovačke predstavlja ključnu informacijsku osnovu kako za definiranje vizije i strateških ciljeva razvoja turizma na cijelom području Županije Zapadnohercegovačke, tako i specifikiranje konkretnih razvojnih aktivnosti, mjera i/ili projekata o čijoj će provedbi uvelike ovisiti realizacija zacrtane razvojne vizije.

SWOT analiza Županije Zapadnohercegovačke prema svakom od četiri identificirana ključna područja prezentirane su u točkama 4.2 – 4.5. Konačno, u točki 4.6 iznose se svodni zaključci u obliku strateških prednosti i strateških nedostataka o kojima posebno valja voditi računa prilikom planiranja budućeg turističkog razvoja ovog područja.

## 4.2. Resursna osnova, atrakcije i infrastruktura

Ključni nalazi SWOT analize u sferi resursne osnove, atrakcija i infrastrukture Županije Zapadnohercegovačke prikazani su u sljedećoj tablici.

**Tablica 4.2.1. Resursna osnova, atrakcije i infrastruktura**

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ljepota, raznolikost i očuvanost krajolika</li> <li>• Vrijedna sakralna baština</li> <li>• Stećci i prapovijesne gradine</li> <li>• Poljoprivredna tradicija (stočarstvo, vrtlarstvo, loza, voćarstvo)</li> <li>• Niski stupanj zagađenja</li> <li>• Ugodna klima</li> <li>• Dobra cestovna povezanost sa Splitom (Zagrebom)</li> <li>• Blizina koridora VC (Budimpešta-Sarajevo-Ploče)</li> <li>• Vodoopskrba</li> <li>• Elektroenergetska opskrbljenost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neadekvatna valorizacija prirodnih resursa u turističke svrhe</li> <li>• Neadekvatna valorizacija kulturnih resursa u turističke svrhe</li> <li>• Nedovoljna opća i turistička signalizacija</li> <li>• Nepostojanje ikakve interpretacije turističkih atrakcija</li> <li>• Nedostatak uslužnih sadržaja na turistički atraktivnim lokacijama</li> <li>• Nedovoljan broj pratećih uslužnih objekata uz državne i županijske ceste</li> <li>• Zapuštenost lokalnih prometnica</li> <li>• Nedovoljno dobar sustav odvodnje otpadnih voda</li> </ul>
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mogućnost korištenja vanjskih izvora financiranja</li> <li>• Dovršetak izgradnje prometnog koridora VC (Budimpešta-Sarajevo-Ploče)</li> <li>• Porast razine javne svijesti o potrebi pojačane zaštite i očuvanja okoliša</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devastacija i/ili zapuštanje prirodne resursne osnove</li> <li>• Nebriga za materijalnu kulturnu baštinu</li> <li>• Mogući poremećaji eko sustava (manjkava komunalna infrastruktura)</li> <li>• Odumiranje sela (de-agrarizacija)</li> </ul>

## 4.3. Razvijenost turističkog sektora

Ključni nalazi SWOT analize u sferi razvijenosti turističkog sektora na području Županije Zapadnohercegovačke prikazani su u sljedećoj tablici.

**Tablica 4.3.1. Razvijenost turističkog sektora - SWOT**

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nekoliko kvalitetnih hotelskih objekata <ul style="list-style-type: none"> <li>○ hotel Park, Široki Brijeg</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak razvojne vizije</li> <li>• Nedostatak adekvatne razvojno-upravljačke organizacije</li> <li>• Nefunkcioniranje sustava Turističke</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ hotel Bigeste, Ljubuški</li> <li>○ hotel Hum, Ljubuški</li> <li>○ hotel Otok, Grude</li> <li>● Nekoliko solidnih motela <ul style="list-style-type: none"> <li>○ motel/restoran Most, Ljubuški</li> <li>○ motel/restoran Kiwi, Grude</li> <li>○ motel Viktorija, Posušje</li> <li>○ motel Penava, Posušje</li> <li>○ motel Dorin, Sovići, Grude</li> <li>○ Motel "Bagušić", Posušje</li> <li>○ seoski turizam Marića Gaj, Grude</li> <li>○ Sobe u domaćinstvu "Šeherza ", Široki Brijeg</li> <li>○ Sobe za iznajmljivanje "Ćopa", Ljubuški, Miletina</li> </ul> </li> <li>● Nekoliko apartmana u obiteljskom smještaju</li> <li>● Velik broj restorana</li> <li>● Velik broj kafića</li> </ul>	<p>Zajednice</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Nedostatak profesionalno oblikovanih turističkih proizvoda</li> <li>● Nedostatak kvalitetnih turističkih razvojnih projekata</li> <li>● Nedostatak smještajnih kapaciteta <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nedostatak (tematizirane) hotelske ponude stacionarnog karaktera</li> <li>○ Nedostatak kapaciteta obiteljskog smještaja</li> <li>○ Nedostatak OPG-ova</li> <li>○ Nedostatak kampova</li> </ul> </li> <li>● Nepostojanje tradicije bavljenja turizmom</li> <li>● Nedostatak turističkih posrednika</li> <li>● Nedostatak s turizmom povezanih organizatora specijalnih aktivnosti</li> <li>● Niski intenzitet turističke potražnje</li> <li>● Niska prosječna dužina boravka</li> <li>● Niska razina turističke potrošnje</li> </ul>
<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dugoročno povoljna kretanja u sferi turističke potražnje</li> <li>● Globalno povoljna kretanja u sferi turizma "specijalnih" interesa</li> <li>● Uključivanje (revitaliziranih) seoskih domaćinstava u turističku ponudu</li> <li>● Povećanje broja uslužnih djelatnosti povezanih s turizmom</li> <li>● Diversifikacija proizvoda / sustava doživljaja po regijama Županije Zapadnohercegovačke</li> <li>● Blizina Međugorja i Mostara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Neprovođenje smjernica definiranih Strategijom razvitka Županije Zapadnohercegovačke</li> <li>● Nedovoljan interes privatnog sektora za ulaganje u turističke projekte</li> <li>● Nedostatak interesa turističke potražnje za Federacije Bosne i Hercegovine i Županije Zapadnohercegovačke</li> </ul>

#### 4.4. Poslovno okruženje i ljudski potencijali

Ključni nalazi SWOT analize u sferi raspoloživosti i/ili kvalitete ljudskih potencijala na području Županije Zapadnohercegovačke prikazani su u sljedećoj tablici.

**Tablica 4.4.1. Poslovno okruženje i ljudski potencijali - SWOT**

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Razumijevanje nositelja javne vlasti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Slabo korištenje mogućnosti tzv.</li> </ul>

<p>o potrebi turističkog razvoja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laka dostupnost lokalno proizvedene zdrave hrane i/ili pića <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sir, vrhnje, mlijeko</li> <li>○ Povrće</li> <li>○ Vino i rakija</li> <li>○ Med</li> <li>○ Meso i mesne prerađevine</li> </ul> </li> <li>• Laka dostupnost ljekovitog bilja</li> <li>• Događanja i manifestacije</li> <li>• Korištenje donorskih sredstava i sredstava iz EU fondova</li> <li>• Gostoljubivost i ljubaznost lokalnog stanovništva</li> </ul>	<p>"agroturizma"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Slaba uključenost kulturnih sadržaja u turističku ponudu</li> <li>• Nerazvijena trgovinska ponuda namijenjena turistima</li> <li>• Manjak osposobljenih pojedinaca za destinacijski menadžment</li> <li>• Manjak školovanih kadrova u turističkim zanimanjima</li> <li>• Nedostatak (međunarodno) školovanih turističkih menadžera</li> <li>• Mali broj poduzetnika u djelatnosti turizma i ugostiteljstva</li> <li>• Niska stopa samozapošljavanja u turizmu</li> <li>• Mali udio visokoobrazovanih osoba u radnom kontingentu</li> <li>• Nerazvijeno financijsko tržište ne potiče razvoj novih projekata</li> <li>• Nemogućnost uspostave "turističkog lanca vrijednosti"</li> </ul>
<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partnerstva i povezivanje s djelatnostima komplementarnih s turizmom</li> <li>• Suradnja s obližnjim jedinicama lokalne samouprave u Republici Hrvatskoj</li> <li>• Suradnja s kontinentalnim destinacijama izvan Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Hrvatske</li> <li>• Dostupna iskustva drugih zemalja u razvoju kontinentalnog turizma</li> <li>• Edukacija poduzetnika - interni marketing</li> <li>• Poslovno povezivanje SME poduzetnika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manjak interesa za turistički razvoj na razini Federacije Bosne i Hercegovine</li> <li>• Nepovjerenje privatnog sektora u stabilnost političkog sustava Federacije Bosne i Hercegovine</li> <li>• Opadajuća razina ukupne gospodarske aktivnosti</li> <li>• Odlazak mladih i visokoobrazovanih osoba iz Županije Zapadnohercegovačke</li> <li>• Odsutstvo suradnje između nositelja javne vlasti i privatnog sektora</li> </ul>



#### 4.5. Marketing i promocija

Ključni nalazi SWOT analize u sferi marketinga i promocije na području Županije Zapadnohercegovačke prikazani su u sljedećoj tablici.

**Tablica 4.5.1. Marketing/promocija - SWOT**

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvijena svijest o potrebi turističke promidžbe regije (Županije Zapadnohercegovačke)</li> <li>• Razvijena svijest o potrebi ustroja sustava turističkih zajednica, odnosno Turističke zajednice Županije Zapadnohercegovačke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neustavnost Zakona o turističkim zajednicama i promicanju turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nepostojanje sustavne promidžbe Županije Zapadnohercegovačke kao turističke destinacije</li> <li>○ Nedostatak strateškog marketinškog konteksta</li> <li>○ Neprepoznatljiv turistički identitet Županije Zapadnohercegovačke</li> </ul> </li> <li>• Nepostojanje turističkih informacijskih centara</li> <li>• Nedovoljni marketinški budžet</li> <li>• Nepostojanje svijesti o javno-privatnoj suradnji u sferi marketinga</li> <li>• Direktni marketing i Internet prodaja tek u začetku</li> <li>• Nedostatak promotivnih materijala</li> </ul>
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primjena i provedba Zakona o turizmu Županije Zapadnohercegovačke i prateće zakonske i podzakonske regulative</li> <li>• Razvitak cjelovite marketing strategije Županije Zapadnohercegovačke i njezinih jedinica lokalne samouprave</li> <li>• Jačanje međuregionalne i međunarodne suradnje u promociji turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odgađanje nove zakonske regulative u sferi promicanja turizma</li> <li>• Donošenje loše zakonske regulative u sferi promicanja turizma preustroj sustava turističkih zajednica</li> </ul>

#### 4.6. Sažetak SWOT analize – strateške prednosti i nedostaci

Vodeći računa o nalazima SWOT analize prema različitim područjima od interesa za razvoj turizma na području Županije Zapadnohercegovačke u idućem razdoblju, sljedeća tablica sažima sve bitne zaključke i/ili saznanja do kojih se došlo, te ukazuje na ključne strateške prednosti, odnosno na ključne strateške nedostatke o kojima bi nositelji izvršne vlasti na projektnom području trebali voditi računa prilikom programiranja svog budućeg turističkog razvoja.

**Tablica 4.6.1. Strateške prednosti i strateški nedostaci Županije Zapadnohercegovačke za razvoj turizma**

Strateške prednosti	Strateški nedostaci
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ljepota, raznolikost i očuvanost krajolika</li><li>• Vrijedna kulturno-povijesna baština</li><li>• Poljoprivredna tradicija (stočarstvo, vrtlarstvo, loza, voćarstvo)</li><li>• Niski stupanj zagađenja</li><li>• Ugodna klima</li><li>• Nekoliko solidnih hotelskih objekata</li><li>• Nekoliko solidnih objekata obiteljskog smještaja</li><li>• Velik broj restorana</li><li>• Događanja i manifestacije</li><li>• Razumijevanje nositelja javne vlasti o potrebi turističkog razvoja</li><li>• Razvijena svijest o potrebi turističke promidžbe Županije Zapadnohercegovačke</li><li>• Gostoljubivost lokalnog stanovništva</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Neadekvatna valorizacija prirodnih resursa u turističke svrhe</li><li>• Neadekvatna valorizacija kulturnih resursa u turističke svrhe</li><li>• Nedostatak adekvatne razvojno-upravljačke organizacije</li><li>• Nedovoljan broj za tržište spremnih turističkih doživljaja</li><li>• Nedovoljna opća i turistička signalizacija</li><li>• Nepostojanje turističkih informacijskih centara</li><li>• Nepostojanje ikakve interpretacije turističkih atrakcija</li><li>• Nedostatak uslužnih sadržaja na turistički atraktivnim lokacijama</li><li>• Nedostatak smještajnih kapaciteta (postelja)</li><li>• Nedostatak uslužnih servisa za potrebe turizma</li><li>• Nerazvijena trgovinska ponuda namijenjena turistima</li><li>• Nedostatak kvalitetnih turističkih razvojnih projekata</li><li>• Manjak osposobljenih pojedinaca za destinacijski menadžment</li><li>• Manjak školovanih kadrova u turističkim zanimanjima</li><li>• Mali broj poduzetnika u djelatnosti turizma i ugostiteljstva</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Neprepoznatljiv turistički identitet Županije Zapadnohercegovačke</li><li>• Nedovoljni marketinški budžet</li></ul>
--	---

## 5. POŽELJNA NAČELA TURISTIČKOG RAZVOJA

### 5.1. Polazne osnove

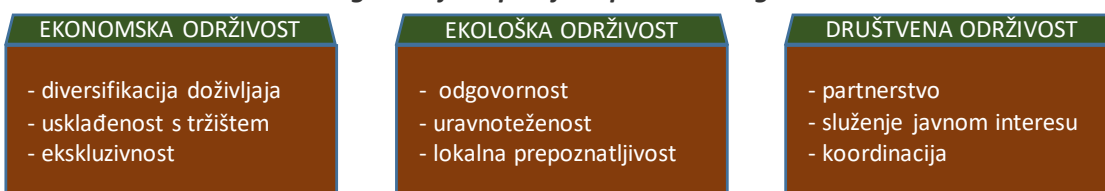
Povećanje blagostanja lokalne zajednice osnovna je svrha svakog društveno-ekonomskog razvoja nekog područja, a to uključuje i razvoj turizma. Kad je riječ o području Županije Zapadnohercegovačke, povećanje blagostanja lokalne zajednice podrazumijeva dobro osmišljeno i međusobno koordinirano gospodarsko aktiviranje cjelokupne raspoložive materijalne i nematerijalne resursno-atraksijske osnove kojom se raspolaže, sve u skladu s definiranom razvojnom vizijom. Samo će, naime, na taj način biti moguće stvoriti međusobno komplementaran sustav turističkih doživljaja prikladnih za 'konzumaciju' u različitim dijelovima godine, a što je preduvjet za poticanje značajnijeg turističkog interesa za dolazak na ovo područje.

S druge strane, u uvjetima sve izraženije konkurentske borbe na globalnom tržištu turističkih destinacija, rast društveno-ekonomskog blagostanja žitelja Županije Zapadnohercegovačke podrazumijeva promišljeno i odgovorno upravljanje procesom turističkog rasta i razvoja, pri čemu se valja rukovoditi principima dugoročne ekonomske, socijalne i ekološke održivosti.

Dugoročna ekonomska, socijalna i ekološka razvojna održivost neke regije podrazumijevaju gospodarski rast i razvoj koji 'zadovoljava potrebe sadašnjih stanovnika na način koji ne ugrožava budućnost budućih generacija', ali i koji 'u okviru prihvatnog kapaciteta eko i društvenog sustava unapređuje kvalitetu života lokalnih žitelja'. Da bi to bilo moguće, poželjni turistički razvoj cijelog projektnog područja nameće potrebu kontinuiranog usuglašavanja/usklađivanja interesa svih dionika turističkog razvoja oko ključnih razvojno-investicijskih projekata u sferi kako privatnog, tako i javnog sektora.

U skladu s prethodnim odrednicama, načela na kojima valja temeljiti budući razvoj turizma na području Županije Zapadnohercegovačke valja, dakle, povezivati ponajviše sa devet međusobno povezanih načela (Slika 5.1.1.) koja podrazumijevaju konsenzus i usklađeno djelovanje svih/ključnih dionika turističkog razvoja u budućnosti.

**Slika 5.1.1: Načela turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke**



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

### 5.2. Odrednice ekonomske održivosti

Kad je riječ o ekonomskoj održivosti, poželjni razvoj turizma na području Županije Zapadnohercegovačke u vremenu koje dolazi podrazumijeva sustavno obogaćivanje sustava doživljaja u cilju povećanja kvalitete integralnog destinacijskog proizvoda. U tom smislu, riječ je o sljedećim razvojnim načelima:

- **Načelo diversifikacije doživljaja (ili, privlačenje različitih potrošačkih segmenata)** – usprkos raznovrsnoj i razvojno potentnoj resursno-atraksijskoj osnovi cijelog projektnog područja, Županija Zapadnohercegovačka danas se povezuje ponajviše s

jednodnevnom izletničkom potražnjom (uglavnom iz obližnjih priobalnih destinacija Republika Hrvatska), odnosno s putnicima u tranzitu (uglavnom prema Međugorju). Takvo tržišno pozicioniranje zasigurno neće bitnije povećati turističku potrošnju, produljiti sezonu, odnosno značajnije utjecati na prepoznatljivost i poželjnost cijelog ovog prostora na tržištu turističkih destinacija u vremenu koje dolazi. Samim tim, nositelji turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke trebali bi se u razvoju integralnog destinacijskog proizvoda što je moguće više orijentirati na sezonsku i/ili interesnu diversifikaciju raspoloživih turističkih iskustava, te tome prilagođavati i sadržaje uslužne ponude u sferi javnog i privatnog sektora. Samo će, naime, na taj način biti moguće u većoj mjeri privlačiti sve veći broj različitih, brzo rastućih, segmenata u sferi „outdoor“ i „activity based“ turizma, ali i drugih interesantnih niša turizma posebnih interesa.

- **Načelo tržišne usklađenosti/ (ili, prilagođenost globalnim megatrendovima)** – osim što je turizam danas jedna od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih aktivnosti u globalnim razmjerima, rastuća razina obrazovanja i rast blagostanja, posebice u razvijenim zemljama svijeta, pridonose jačanju tzv. 'ekonomije doživljaja'. Biti konkurentan u takvim uvjetima znači biti jedinstven, autentičan i/ili originalan kako u ponudi atrakcija ('hardware'), tako i u njihovoj prezentaciji ('software'). To podrazumijeva ne samo odgovorno, promišljeno i profesionalno upravljanje svim raspoloživim turističkim atrakcijama (prezentabilnost), već i njihovu kvalitetnu interpretaciju, te kvalitetnu popratnu uslugu.
- **Načelo ekskluzivnosti (ili, turizam prilagođen očekivanjima ciljnih skupina)** - turisti zainteresirani za posjet projektnom području biti će, u pravilu, sve iskusniji putnici koji točno znaju što žele, a vrijednost za novac i kvalitetu utrošenog vremena procjenjuju na temelju svojih iskustava u ostalim dijelovima svijeta. U tom smislu, razvoj turizma na području Županije Zapadnohercegovačke u budućnosti valja promišljati ponajviše u kontekstu pretvaranja svakog turista iz 'pasivnog objekta' u 'aktivni subjekt'. To je moguće postići ponajviše kroz ubrzani razvoj turističke infra i suprastrukture prilagođene različitim potrošačkim skupinama, tematiziranje obilaska, odnosno kroz slojevitu interpretaciju atrakcija na način da njezin sadržaj bude pomno prilagođen različitim interesnim, demografskim i/ili psihografskim skupinama.

### 5.3. Odrednice ekološke održivosti

Odrednice ekološke održivosti ključna su osnovica za definiranje i/ili valorizaciju razvojnih projekata javnog i privatnog sektora, osobito u kontekstu utvrđivanja njihove maksimalno prihvatljive veličine/kapaciteta i lokacije, ali i u kontekstu zaštite kvalitete prostora, bioraznolikosti, upravljanja otpadom, opskrbe energijom, tretiranja otpadne odvodnje, zaštite od buke i sl. Temeljne principe za promišljanje turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke u funkciji ekološke održivosti mogu se sažeto iskazati kroz:

- **Načelo odgovornosti (ili 'zelena' orijentacija)** – radi se prije svega o poštivanju odrednica nosivog kapaciteta mikrolokacija predviđenih za razvojno-investicijske projekte, odnosno poštivanju graničnog kapaciteta postojećih infrastrukturnih sustava. Osim toga, ekološka odgovornost podrazumijeva i primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju turističko-ugostiteljskih objekata (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, korištenje obnovljivih izvora energije,

ugradnja energetske učinkovite sustava grijanja/hlađenja i sl.). Načelo odgovornosti obvezuje na primjereno ponašanje ne samo nove turističke poduzetnike, već i lokalno stanovništvo i posjetitelje/turiste koje dolaze na prostor Županije Zapadnohercegovačke.

- **Načelo uravnoteženosti (ili osjećaj za mjeru)** – riječ je o potrebi ne samo definiranja optimalnog načina korištenja raspoloživog, turistički zanimljivog, razvojnog prostora (tzv. oportunitetni trošak), već i potrebi kontroliranja dinamike poželjne 'turistifikacije' cijelog projektnog područja, kao i pojedinih njegovih dijelova, sve u cilju utvrđivanja prihvatljive razine utjecaja turističkih aktivnosti na fizička i socijalna obilježja okruženja. Počivajući na usklađenom i transparentnom sustavu planiranja upotrebe prostora, načelo valja vezivati ne samo uz turističke, već i uz ne-turističke poduzetničke aktivnosti, kao i uz aktivnosti povezane s alternativnim mogućnostima 'produktivnog' korištenja javnog prostora.
- **Načelo lokalne prepoznatljivosti (ili očuvanje 'duha mjesta')** – radi se o potrebi očuvanja specifičnog duha mjesta (tzv. genius loci) u oblikovanju razvojnog prostora, kreiranju sadržaja turističke, ali i neturističke ponude, kao i različitih sadržaja. Drugim riječima, načelo pretpostavlja njegovanje specifične kulture života i rada na ovim prostorima, a što bi trebalo utjecati na prosuđivanje o prihvatljivosti svih većih, s turizmom povezanih, razvojno-investicijskih projekata.

#### **5.4. Odrednice društvene održivosti**

Ponajviše kao rezultat procesa globalizacije gospodarskih tokova i sve većeg pritiska međunarodne investicijske potražnje za izgradnjom 'industrijski tipiziranih' gospodarskih objekata, sve su izraženije tendencije ka postupnoj degradaciji lokalno prepoznatljivog krajobraza, gospodarske tradicije i/ili prepoznatljive kulture života i rada velikog broja manjih turističkih destinacija u svijetu. U tom smislu, načela koja podupiru odrednice društvene održivosti mogu se sažeti kroz:

- **Načelo partnerstva (ili potreba za suradnjom)** – riječ je o načelu koje podrazumijeva suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, ali i različitim institucijama u sferi zaštite okoliša, obrazovanja, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl. Cilj takve suradnje je stvaranje poticajne društvene klime i povećavanje stupnja kohezije, ali i veće odgovornosti svih nositelja razvoja za promišljanje budućnosti. Riječ je o načelu koje zagovara primjenu principa tzv. 'community based planning'-a, kao preduvjeta za usuglašavanje razvojnih prioriteta na razini cijele Županije Zapadnohercegovačke, ali i za stvaranje međusobnog povjerenja i osjećaja 'uključenosti' svakog njezinog žitelja u odluke koje mogu značajno utjecati na prevladavajući način/stil života i navike lokalne zajednice.
- **Načelo služenja javnom interesu (ili transparentnost u donošenju odluka)** – riječ je o načelu koje bi trebalo osigurati da svi novi, s turizmom povezani, razvojno-investicijski projekti doista budu u funkciji povećanja blagostanja svih žitelja projektnog područja. Naime, u uvjetima često suprotstavljenih interesa različitih dionika (država, lokalna samouprava, privatni poduzetnici, lokalno stanovništvo, civilne/interesne udruge i sl.), moćne političke i/ili gospodarske elite prečesto, agresivnim pristupom i netransparentnošću u donošenju odluka, pokušavaju

nametnuti vlastite parcijalne interese u profiliranju destinacijske ponude/kreiranju destinacijskog proizvoda, pri čemu, istodobno, ne vode previše računa ni o interesima drugih dionika razvojnog procesa, niti o dugoročnim interesima cijele društvene zajednice.

- **Načelo koordinacije (ili utvrđivanje razvojnih prioriteta)** - radi se o načelu koje predstavlja preduvjet za efikasnu provedbu javno definiranih i usvojenih strateških razvojnih usmjerenja kroz sustavno i transparentno usklađivanje pojedinačnih, ponekad i konfliktnih, interesa različitih dionika društveno-ekonomskog razvoja. Riječ je o načelu bez kojega neće biti moguće stvoriti poticajno društveno okruženje za prijeko potrebno usklađivanje razvojnih prioriteta, odnosno poželjne dinamike različitih gospodarskih inicijativa.

## 6 VIZIJA I STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA

### 6.1. Uvodne napomene

Vizija kako društveno-ekonomskog, tako i turističkog razvoja nekog područja predstavlja željenu sliku o tome kako bi taj prostor trebao izgledati u budućnosti. Drugim riječima, radi se o poželjnoj slici budućnosti koja je podjednako prihvatljiva kako nositeljima izvršne vlasti, tako i različitim razvojnim dionicima i/ili interesnim skupinama, te cjelokupnoj populaciji.

Ispunjavanje odrednica jednom usvojene vizije zahtijeva ne samo neposredno uključivanje, već i prihvaćanje, poistovjećivanje i koordinirano djelovanje lokalne samouprave, različitih institucija javnog sektora, privatnih poduzetnika, različitih građanskih udruga i/ili pojedinaca. U tom smislu, izuzetno je važno da se u proces definiranja razvojne vizije uključe svi relevantni dionici i/ili interesne skupine.

Kako bi se osiguralo da vizija turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke odražava interese svih razvojnih dionika, u procesu njezinog definiranja posebna pozornost posvećena je uključivanju kako predstavnika javne vlasti, tako i predstavnika vodećih turističkih poduzetnika (hotelijeri, vlasnici obiteljskih apartmana, vlasnici turističkih agencija, vlasnici restorana i sl.), ali i predstavnici vodećih kulturnih institucija, te civilnih udruga.

### 6.2. Vizija razvoja turizma Županije Zapadnohercegovačke

U definiranju poželjne, većini dionika prihvatljive, vizije razvoja turizma na projektnom području, krenulo se od traženja odgovora na sljedeća tri pitanja:

- Kakav bi trebao biti integralni turistički proizvod Županije Zapadnohercegovačke?
- Čime će Županija Zapadnohercegovačka privlačiti turističku potražnju?
- Kako bi turizmom na području Županije Zapadnohercegovačke trebalo upravljati?

Odgovori do kojih se došlo na radionici na kojoj su sudjelovati predstavnici različitih skupina razvojnih dionika sažeto su prezentirani na slici 6.2.1.

**Slika 6.2.1: Ključne odrednice vizije razvoja turizma Županije Zapadnohercegovačke**





Izvor: Institut za turizam, Zagreb

U skladu s gornjim odrednicama, razvojni dionici prihvatili su sljedeću viziju razvoja turizma Županije Zapadnohercegovačke:

**U 2025. godini Županija Zapadnohercegovačka će biti proizvodno diversificirana turistička destinacija, podjednako interesantna u različitim dijelovima godine, prepoznatljiva ponajviše po izvornoj ljepoti krajolika, autentičnosti doživljaja i atraktivnim proizvodima namijenjenim ponajviše izabranim segmentima tržišta „outdoor“ i „activity based“ turizma.**

**Ekološka očuvanost i osobna sigurnost, u kombinaciji s kvalitetom ugostiteljske ponude, lokalnom kulturom i tradicijom, te blagom mediteranskom klimom, predstavljati će ključne razlikovne elemente i dobru osnovu za uspostavu jedinstvenog turističkog brenda.**

**Dinamičan i prostorno ravnomjieran turistički razvoj biti će rezultat odgovornog destinacijskog menadžmenta, poduzetničkog duha i uspješne suradnje javnog i privatnog sektora.**

### *6.3. Ciljevi razvoja turizma Županije Zapadnohercegovačke*

Strateški ciljevi turističkog razvoja projektnog područja su u najvećoj mjeri povezani s potrebom uklanjanja manjkavosti i/ili nedorečenosti dosadašnjeg turističkog razvoja, a na koje je ukazala SWOT analiza. Uklanjanje tzv. 'uskih grla' turističkog razvoja omogućiti će se postupno oživotvorenje uspostavljene vizije.

U metodološkom smislu, definiranje strateških razvojnih ciljeva direktno je povezano s potrebom svojevrsne dekompozicije vizije na konkretne, detaljnije definirane operativne zadatke koje je moguće delegirati, odnosno čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati. U tom kontekstu, riječ je o aktivnostima čijem ostvarenju trebaju težiti svi dionici društveno-ekonomskog razvoja Županije Zapadnohercegovačke, od nositelja izvršne vlasti, preko poduzetnika, do udruge civilnog društva i građana.

U definiranju strateških razvojnih ciljeva krenulo se od pretpostavke da će u idućem razdoblju trebati stavljati sve veći naglasak na upravljanje kvalitetom turističkog doživljaja, smanjivanje sezonalnosti i povećanje prosječne potrošnje po danu boravka. Tome svakako valja pridodati i potrebu ravnomjernije i pravednije distribucije učinaka turističkog privređivanja, kako pozitivnih, tako i negativnih.

U skladu s prethodnim konstatacijama, prepoznati su sljedeći strateški ciljevi turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke:

#### **Strateški cilj 1: Unapređenje uvjeta za razvoj turizma**

Turistički rast i razvoj podrazumijeva ne samo sve veću koncentraciju jednodnevnih posjetitelja na području Županije Zapadnohercegovačke, već i postupno povećavanje broja turističkih dolazaka/noćenja. To će neminovno stvarati sve veći pritisak ne samo na najvrijednije prirodne i/ili kulturne atrakcije, već i na vitalne infrastrukturne sustave i njihovu održivost. Iako je održivi razvoj već desetljećima jedna od ključnih mantri turističkog razvoja, većina turističkih odredišta nema adekvatno riješenu ni javno-komunalnu, niti prometnu infrastrukturu. Takvo stanje stvari rezultira cijelim nizom negativnih utjecaja na okoliš,

umanjuje kvalitetu boravka turista u destinacijama, te utječe negativno i na njihovu percepciju destinacije (u kontekstu možebitnog ponovnog dolaska). U skladu s navedenim, stvaranje preduvjeta za uspostavu razvojne održivosti mora predstavljati ključnu plansku okosnicu budućeg razvoja turizma na cijelom ovom području, pri čemu osobitu pažnju treba posvetiti problematici:

- unaprjeđenja/uspostave cjelovitog i funkcionalnog zakonodavnog okvira;
- unaprjeđenja dostupnosti i sigurnosti u prometu (rješavanje prometnih uskih grla, unaprjeđenja lokalnog javnog prijevoza, unaprjeđenja prometa u mirovanju);
- izgradnje zaokruženog sustava biciklističkih i planinarskih staza, poučnih staza i šetnica i/ili tematskih ruta;
- rješavanja neadekvatnog sustave fekalne odvodnje;
- usklađivanja rasta sadržaja turističke ponude, osobito smještajnih kapaciteta, s maksimalnim opterećenim kapacitetom izabranih mikrolokacija;
- prostorno ravnomjernijeg turističkog razvoja; te
- promoviranje praksi koje smanjuju potrošnju energije i proizvodnju otpada.

### **Strateški cilj 2: Povećanje prihoda od turizma kroz unaprjeđenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda**

Osim unaprjeđivanja uvjeta za razvoj turizma (primarni strateški cilj), naglasak valja staviti i na povećanje prihoda od turizma kako kroz sustavno povećavanje broja dolazaka/noćenja, tako i kroz tržišno aktiviranje novih turističkih proizvoda veće dodane vrijednosti. Povećanje prihoda, u oba slučaja, podrazumijeva uključivanje što većeg broja lokalnih poduzetnika i njihovih proizvoda/usluga u destinacijski lanac vrijednosti. Konačno, uključivanje što većeg broja lokalnih poduzetnika osigurat će ne samo tržišnu diferencijaciju zasnovanu na lokalnom i autentičnom, već i ravnomjerniju i pravedniju distribuciju ekonomskih koristi. U svrhu povećanja prihoda od turizma posebnu pažnju treba posvetiti:

- unaprjeđenju kvalitete postojećih proizvoda;
- proširivanju palete 'za tržište spremnih' turističkih proizvoda i njihove prostorne distribucije, s naglaskom na proizvode više dodane vrijednosti;
- unaprjeđenju kvalitete/raznolikosti postojeće gastronomske ponude s naglaskom na lokalna jela i delicije;
- opremanju turističkih atrakcija prikladnim objektima turističke ponude (hrana i piće, trgovine/suveniri, ponuda specifičnih usluga – adrenalinski/zabavni sadržaji, najam rekvizita/opreme, vodiči/instruktori i sl.);
- povećanju udjela lokalnih proizvoda/usluga u turizmu, s naglaskom na 'prodaju na kućnom pragu';
- sustavu interpretacije prirodnih i/ili kulturnih atrakcija;
- unaprjeđenju i integraciji sustava turističkog informiranja, uključujući mrežu smeđe turističke signalizacije, kako bi se povećala aktivnost turista tijekom boravka u destinaciji i time inducirala dodatna potrošnja.

### **Strateški cilj 3: Unaprjeđenje načina dosadašnjeg upravljanja turističkim razvojem**

Područje Županije Zapadnohercegovačke sastoji se od 4 jedinice lokalne samouprave. Svaka ima svoje razvojne planove i razvojne prioritete. Uspješna implementacija područne strategije razvitka turizma podrazumijeva i:

- identifikaciju svih razvojnih dionika, definiranje njihove uloge u razvojnom procesu, te sustavnu edukaciju svake interesne skupine;
- usklađivanje interesa svih gradova/općina, kao i svih razvojnih dionika na projektnom području, te definiranje ključnih razvojnih prioriteta i njihovih nositelja;
- interesno povezivanje istorodnih turističkih poduzetnika u klastere;
- uspostavu većeg broja privatno-privatnih i javno-privatnih partnerstva u cilju izgradnje složenih turističkih proizvoda; kao i
- definiranje prikladne strategije tržišne komunikacije, njezinih nositelja i vremenske dinamike, kao i osiguravanje potrebnog promotivnog budžeta;

Uspješna provedba sva tri prethodno zacrtana strateška cilja trebala bi rezultirati: (i) sustavnim dinamiziranjem poduzetničke aktivnosti na cijelom području Županije Zapadnohercegovačke, (ii) postupnim povećavanjem broja (samo)zaposlenih u turizmu i njemu srodnih djelatnosti (osobito pripadnika mlađih dobnih skupina), (iii) jačanjem međunarodne prepoznatljivosti cijelog projektnog područja, osobito u kontekstu privlačenja željenih/ciljanih tržišnih segmenata tijekom različitih dijelova godine, (iv) povećanjem prosječne (turističke) potrošnje po danu boravka, a time i (v) postupnim rastom blagostanja lokalnog stanovništva.

## 7. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA

---

### 7.1. Polazne osnove

Polazeći od postavljenih razvojnih načela, a nastavno na zacrtanu viziju i strateške ciljeve turističkog razvoja cijelog projektnog područja, koncepcija razvoja turizma Županije Zapadnohercegovačke ima za cilj definirati sadržajno diferenciran i prostorno uravnotežen portfelj turističkih proizvoda koji će na ovo područje sustavno i u sve većem obujmu privlačiti različite ciljne skupine turista/posjetitelja tijekom većeg dijela godine.

Jednom definirana koncepcija turističkog razvoja treba stvoriti trajne i održive preduvjete ne samo za sustavno oplemenjivanje i interesnu diversifikaciju integralnog turističkog doživljaja, već i za sustavno povećavanje zadovoljstva gostiju, rast turističke konkurentnosti, te unaprjeđenje imidža cijelog ovog područja na turističkom tržištu.

U skladu s navedenim, u nastavku poglavlja pobliže se definira prikladni sustav turističkih doživljaja/proizvoda Županije Zapadnohercegovačke (tzv. programski koncept turističkog razvoja), nakon čega se on dovodi u kontekst prostora (tzv. prostorni aspekt turističkog razvoja). Drugim riječima, cijelo područje Županije Zapadnohercegovačke dekomponira se na karakteristične prostorne zone, te se za svaku od ovih zona definira najprimjereniji doživljajni/proizvodni miks.

Posebno valja istaknuti da svaki od proizvoda čiji se razvoj preporučuje ima svoje logično uporište ne samo u značajkama postojeće prirodne i/ili kulturno-povijesne resursno-atraksijske osnove, već i u trendovima koji karakteriziraju suvremenu turističku potražnju.

### 7.2. Programski koncept turističkog razvoja

Budući da se radi o području koje je turistički još nedovoljno prepoznato, te samim tim 'novo' u tržišnom smislu, valja naglasiti da je postavljanje programskog koncepta turističkog razvoja važno za sve buduće aktivnosti u funkciji optimalnog profiliranja sadržaja turističke ponude.

S obzirom da Županiju Zapadnohercegovačku karakterizira činjenica da se na relativno malom prostoru, susreću 'pitomost' kultiviranih krških polja i vrijedna materijalna baština s 'divljom' ljepotom planinskih masiva Vrana i Čvrstice (uključujući i Park prirode Blidinje), budući turistički razvoj Županije Zapadnohercegovačke valja uskladiti s potrebom trajnog očuvanja prirodnih atributa prostora, osobito njegove ambijentale autentičnosti, ali i poticajne prezentacije vrijedne materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Dakle, samim tim budući turistički razvoj Županije Zapadnohercegovačke valja temeljiti na pojačanom privlačenju različitih ekološki svjesnih potrošačkih niša. Takva razvojna orijentacija, osim prirodne potrebe za diferencijacijom ponude u odnosu na saturirana priobalna odredišta u obližnjoj RH, ima svoje puno opravdanje u činjenici da sve veći broj suvremenih turista želi provoditi odmor u 'turistički nezagušenom' (ruralnom) prostoru pri čemu, osobito u kontekstu atraktivnosti integralne turističke ponude, mir i tišina, odmak od rutine svakodnevnice, bijeg od stresa (karakterističnog za mjesto domicila), te mogućnost boravka u očuvanom okolišu i zelenilu pružaju temeljne vrijednosti jedinstvenog prodajnog prijedloga.

Uvažavajući i potrebu međusobne komplementarnosti pojedinih turističkih doživljaja, cijeli prostor Županije Zapadnohercegovačke trebao bi se maksimalno posvetiti razvoju šest grupa

turističkih proizvoda. Osim „outdoor“ „activity based“ turizma, to su zasigurno sportsko-avanturistički turizam, seoski turizam, ekoturizam i kulturni turizam (slika 7.2.1.).

**Slika 7.2.1. Sustav turističkih proizvoda Županije Zapadnohercegovačke**

Turistički proizvodi		Stacionarni	Izletnički
„Outdoor“ turizam	Lov		
	Ribolov		
„Activity based“ turizam	Cikloturizam		
	Pješčačenje/trekking/planinarenje		
Sportsko-avanturistički turizam	Rafting/kayaking/canoeing		
	Canyoning		
	Slobodno penjanje		
Seoski turizam	Ladanje/pasivni obiteljski odmor		
	Uranjanje u svakodnevni život sela		
Eko turizam	Promatranje ptica (i drugih životinja)		
	Posjete zaštićenim prirodnim područjima		
Kulturni turizam	Turizam baštine		
	Turizam događanja		
	Turizam vina		

Primarni		Sekundarni		Tercijarni		Nije dostupan
----------	--	------------	--	------------	--	---------------

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

### 7.3. Prostorni aspekt turističkog razvoja

Predviđena proizvodna struktura omogućava turističko aktiviranje i viši ili manji stupanj turistifikacije praktički cjelokupnog područja Županije Zapadnohercegovačke kroz tri karakteristična područja turističke aktivnosti. To su (slika 7.3.1):

- **Sjeverozapadni dio Županije Zapadnohercegovačke** – obuhvaća područje koje je najvećim dijelom u sastavu općine Posušje, a karakterizira ga prekrasna priroda u kojem dominiraju planinski masiv Čvrsnice, Park prirode Blidinje s istoimenim jezerom, bogatim lovištem i fascinantnim planinskim obroncima, šumsko područje (bor i jela), Masna Luka s nekoliko planinskih izvora, akumulacija Tribistovo, kanjon Ričine, izvor Žukovice, Bosiljna, Gorni i Donji Dabio, te Dobrinjaska draga. Riječ je o brdovitom prostoru krša i šuma koji bi trebalo predstavljati središnje mjesto za osobe željne aktivnog odmora, adrenalinskih aktivnosti i ekoturizma u maksimalno očuvanom prirodnom okruženju.
- **Sjeveroistočni dio Županije Zapadnohercegovačke** – obuhvaća područje koje je najvećim dijelom u sastavu grada Široki Brijeg. Riječ je o području koje osim brojnih prirodnih znamenitosti (izvor Crnašnice i Ugrovače, Misište u Grabovoj Dragi, stjenovitim brdima uokvirena dolina Borak s izvorima koji formiraju rijeku Lišticu, te Mostarsko blato – naplavna zaravan s brojnim biljnim i životinjskim vrstama), karakteriziraju i brojna arheološka nalazišta i kulturno-povijesni spomenici koji svjedoče o životu na ovim prostorima još iz predpovijesnih razdoblja (ostaci kasnoantičkog grada Mokriskika, Kočerinska ploča, spomenička cesta Rasno, nekropole stećaka i sl.). Zbog svega toga, riječ je o području koje je izuzetno pogodno kako za osobe sklone manje

zahtjevnim sportsko-rekreativnim aktivnostima u očuvanom prirodnom ambijentu, tako i onima sklonim upoznavanju lokalne kulture i običaja.

- **Južni dio Županije Zapadnohercegovačke** – obuhvaća područje koje se najvećim dijelom nalazi u sastavu Gruda i Ljubuškog. Riječ je uglavnom o nizinskom području poznatom po (navodnjavanim) krškim poljima pogodnim za poljoprivredu (Bekijsko, Ljubuško, Veljačko, Vitinsko i Studenačko polje), slikovitim vodotokovima Tihaljine i Trebižata (s nekoliko manjih vodopada i brojnim kupalištima), jezerom Krenica, slapovima Kravica, brojnim mlinicama, kao i izuzetno bogatom kulturno-povijesnom baštinom (samostan i crkva sv. Ante, stari grad Ljubuški/Tvrđava herceg Stjepana Kosače na brdu Buturovica, rimski vojni logor na Gračinama u Humcu, crkva gospe od Zdravlja u Veljacima, Crkve Sv. Katarine u Grudama, crkva u Gorici i sl.). Pod uvjetom da se postupno obnovi, pomalo zaboravljena, poljodjelska proizvodnja (naglasak na različite vinarske, voćarske i vrtlarske kulture), cijeli bi ovaj prostor trebao biti jedan od važnih nositelja budućeg turističkog imidža cijelog projektnog područja i nezaobilazno mjesto posjete/duljeg zadržavanja svih osoba koje prolaze Županijom Zapadnohercegovačkom.

Iako su prethodno definirane prostorne cjeline međusobno specifične, valja imati na umu da se one, u smislu razvoja proizvoda, nadopunjuju, pri čemu svaka od njih može odgovoriti na zahtjeve različitih ciljnih skupina. Drugim riječima, iako su prethodno definirane prostorne cjeline rezultanta njihovih karakterističnih (prevladavajućih) prirodnih, geomorfoloških i reljefnih značajki, ali i specifičnosti njihovog kulturno-povijesnog supstrata, nikako nije riječ o međusobno 'odvojenim' i granicom podijeljenim turističkim zonama. Upravo suprotno, riječ je o zonama koje se komplementarno nadopunjuju, te čine raznovrsnu i deferenciranu paletu mogućnosti za ugodan i zaokružen boravak turista različitih interesa, sklonosti i/ili primarnih preferencija.

U skladu s prethodnim konstatacijama, u nastavku se daje detaljniji uvid u turistički potencijal svake od definiranih turističko-prostornih cjelina Županije Zapadnohercegovačke.

**Sjeverozapadni dio Županije Zapadnohercegovačke – sportsko-avanturističke aktivnosti, „outdoor“ rekreativne aktivnosti, ekoturizam, lov/ribolov, ladanje/uranjanje u život sela**

Obilježja prostora	Riječ je o brdovitom, slabo naseljenom i pomalo „divljem“ prostoru krša i šuma koji bi trebalo predstavljati središnje mjesto za osobe željne adrenalinskih aktivnosti, aktivnog odmora i ekoturizma u maksimalno očuvanom prirodnom okruženju.
Ključne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> <li>- planinski masiv Vrana i Čvrsnice;</li> <li>- PP Blidinje s istoimenim jezerom, bogatim lovištem i fascinantnim planinskim obroncima;</li> <li>- šumsko područje (bor i jela) Masna Luka s nekoliko planinskih izvora;</li> <li>- akumulacija Tribistovo;</li> <li>- kanjon Ričine;</li> <li>- izvor Žukovice.</li> </ul>
Turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sustav uređenih pješačkih staza: markirane, opremljene sadržajima turističke interpretacije (table, odmorišta i vidikovci), dijelom tematizirane (npr. obiteljske, ptice i životinje, endemsko bilje), raspoložive karte i GPS</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sustav uređenih biciklističkih staza: markirane, opremljene sadržajima turističke interpretacije (table, odmorišta i vidikovci), dijelom tematizirane (npr. obiteljske, ptice i životinje, endemsko bilje), raspoložive karte i GPS</li> <li>- sadržaji interpretacije prostora poput panoa i oznaka (uz staze, na lokacijama)</li> <li>- središnji interpretacijski centar posvećen ekosustavu PP Blidinje: suvremeno uređen, interaktivni sadržaji; informacije; radionice; usluge vođenja; najam opreme</li> <li>- 'skrivena' platforme i vidikovci za promatranje ptica i ostalog životinjskog svijeta</li> <li>- uređena i označena mjesta za fotografiranje</li> <li>- uređena privezišta za izletničke čamce</li> <li>- Centar sportova na vodi (jezero Blidinje): najam opreme bez motora (npr. kajak/kanu, paddle-surf, čamci s veslima)</li> <li>- uređeni i opremljeni punktovi za ribolov</li> <li>- trgovine lokalnim namirnicama i suvenirnice</li> </ul>
Moguće aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pješčačenje</li> <li>- trekking/planinarenje/zip-line</li> <li>- biciklizam</li> <li>- jahanje</li> <li>- streličarstvo</li> <li>- branje ljekovitog bilja</li> <li>- lov/ribolov</li> <li>- ladanje</li> <li>- uranjanje u život sela</li> <li>- posjet manifestacijama</li> </ul>
Smještaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>- naglašena 'zelena' praksa</li> <li>- obiteljski smještaj i/ili seoska domaćinstva (OPG): dio specijaliziran za aktivne goste (npr. sigurno čuvanje i čišćenje opreme); dio klastera ponuđača obiteljskog smještaja</li> <li>- mali obiteljski hoteli i/ili „bed &amp; breakfast“ pansioni: kvaliteta 3*-4*; dio specijaliziran za aktivne goste (npr. Bed&amp;Bike, 'Hikers welcome' kampovi: kvaliteta 3*);</li> <li>- kampovi; dio kampova je tematiziran (npr. obitelji, sport, zeleni)</li> </ul>
Hrana i piće	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ponuda jela i pića s lokalnim „štihom“, spravljena od lokalno proizvedenih namirnica u objektima koji njeguju tradicijski stil uređenja (prirodni materijali, lokalni graditeljski izričaj)</li> <li>- manji mobilni punktovi uz odmorišta, vidikovce u prirodi; ograničena ponuda 'sitnih' lokalnih jela; vrlo jednostavno uređenje; izvedeni iz prirodnih materijala</li> </ul>
Ostale usluge	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organizacija programa boravka; organizacija izleta; vođene ture (npr. u pratnji rendžera); foto-safari ture</li> <li>- Informacijski sustav (tiskani materijali, on-line, mobilne aplikacije); biciklistička i pješačka karta; GPS navigacija;</li> </ul>

	<p>vodič o prirodnoj baštini Županije/PP Blidinje</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- najam opreme</li> <li>- mogućnost kupnje domaćih proizvoda (lokalne trgovine, OPG-ovi)</li> </ul>
--	--

**Sjeveroistočni dio Županije Zapadnohercegovačke – manje zahtjevne „outdoor“ rekreativne aktivnosti, ladanje/uranjanje u život sela, turizam baštine, događanja**

Obilježja prostora	<p>Prostor obilježava iznimna atraktivnost i ispremrženost prirodnih (krških) fenomena i kulturno-povijesne baštine. Samim tim, riječ je o području koje je izuzetno pogodno za privlačenje osoba sklonih manje zahtjevnim sportsko-rekreativnim aktivnostima u očuvanom prirodnom ambijentu, tako i onima sklonim upoznavanju lokalne kulture, tradicije i/ili događanja novijeg datuma.</p>
Ključne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> <li>- izvor Crnašnice;</li> <li>- izvor Ugrovače;</li> <li>- Misište u Grabovoj Dragi;</li> <li>- dolina Borak uokvirena stjenovitim brdima s izvorima koji formiraju rijeku Lišticu;</li> <li>- Mostarsko blato;</li> <li>- Ostaci kasnoantičkog grada Mokriskika;</li> <li>- Nekropole stećaka;</li> <li>- Spomenička cesta Rasno;</li> <li>- Koćerinska ploča;</li> <li>- Aleja Hrvatske ćirilice;</li> <li>- Muzej duhana i Hercegovačkog sela;</li> <li>- Turistička tura "Putevima duhana";</li> <li>- Franjevačka kuća na Čerigaju;</li> <li>- Srednjovjekovna utvrda Borak;</li> <li>- Mediteran film festival;</li> <li>- West Herzegovina fest.</li> </ul>
Turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sustav uređenih pješačkih staza: markirane, opremljene sadržajima turističke interpretacije (table, odmorišta i vidikovci), dijelom tematizirane (npr. obiteljske, 'duge staze', povijesne), raspoložive karte i GPS;</li> <li>- sustav uređenih biciklističkih staza: markirane, opremljene sadržajima turističke interpretacije (table, odmorišta i vidikovci), dijelom tematizirane (npr. obiteljske, kružne, povijesne), raspoložive karte i GPS</li> <li>- najam opreme (npr. kacige, nordijski štapovi, užad, bicikli, kajak/kanu, čamci s veslima)</li> <li>- 'Virtualni Mokriskik': zabavno-edukacijska interpretacija i prikaz života u kasnoantičkom gradu; prikaz je razveden na autentičnim lokacijama u prostoru</li> <li>- arheološki park(ovi): zabavno-edukacijska interpretacija povijesti ovog prostora (npr. vladari, hajduci, svakodnevni život, priče i legende)</li> </ul>
Moguće aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pješačenje/trekking/zip-line/planinarenje</li> <li>- kanjoning</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- biciklizam</li> <li>- škraping</li> <li>- razgledavanje znamenitosti</li> <li>- gastronomija</li> <li>- ladanje u krugu obitelji/prijatelja (opuštanje u miru i tišini)</li> <li>- uranjanje u život sela</li> </ul>
Smještaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>- naglašena 'zelena' praksa</li> <li>- obiteljski smještaj i/ili seoska domaćinstva (OPG): dio specijaliziran za aktivne goste (npr. sigurno čuvanje opreme, mogućnost servisa); dio klastera ponuđača obiteljskog smještaja</li> <li>- revitalizirane stare kamene kuće (u živućim selima)</li> <li>- Hoteli: mali obiteljski hoteli i/ili „bed &amp; breakfast“</li> <li>- pansioni: kvaliteta 3*-4*; dio specijaliziran za aktivne goste (npr. Bed&amp;Bike, 'Hikers welcome');</li> <li>- kampovi: kvaliteta 3*; dio kampova tematiziran (npr. obitelji, sport, zeleni);</li> </ul>
Hrana i piće	<ul style="list-style-type: none"> <li>- restorani s širokom paletom jela, uključujući i jela karakteristična za ovo podneblje</li> <li>- konobe: domaća kuhinja; jednostavno uređenje 's atmosferom'</li> <li>- ponuda domaće hrane i pića u seoskim domaćinstvima (OPG); autentična kuhinja</li> <li>- manji mobilni punktovi uz odmorišta, vidikovce u prirodi; ograničena ponuda 'sitnih' lokalnih jela; vrlo jednostavno uređenje iz prirodnih materijala</li> </ul>
Ostale usluge	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizacija programa boravka; organizacija izleta; vođene ture (npr. u pratnji rendžera); foto-safari ture</li> <li>- Najam opreme (npr. bicikli, surf daske, kajak i sl.)</li> <li>- Mogućnost kupnje domaćih proizvoda (npr. na OPG-ovima, lokalnim trgovinama)</li> <li>- Informacijski sustav (tiskani materijali, on-line, mobilne aplikacije); biciklistička i pješačka karta; GPS navigacija; vodič o prirodnoj baštini</li> </ul>

**Južni dio Županije Zapadnohercegovačke – manje zahtjevne rekreativne aktivnosti, ribolov, turizam baštine, kultura života i rada, ladanje u krugu obitelji/prijatelja, uranjanje u život sela**

Obilježja prostora	<p>Prostor obuhvaća južni, uglavnom nizinski dio Županije s prostranim poljima pogodnim za poljodjelstvo kroz koja prolaze bistri, zeleni vodotoci. Zbog svojih prirodnih i kulturno-povijesnih osobitosti, cijelo je područje pogodno za bavljenje manje zahtjevnim rekreacijskim aktivnostima, za upoznavanje starije i novije povijesti ovog kraja, ali i za pasivno opuštanje i uživanje u lokalno spravljanim eno-gastronomskim delicijama.</p>
Ključne atrakcije	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekijsko, Ljubuško, Veljačko, Vitinsko i Studenačko polje;</li> <li>- slikoviti vodotoci Tihaljine i Trebižata (s nekoliko manjih</li> </ul>

	<p>vodopada i brojnim kupalištima);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- jezero Krenica;</li> <li>- slapovima Kravica;</li> <li>- brojne (aktivne i zapuštene) mlinice;</li> <li>- samostan i crkva sv. Ante;</li> <li>- crkva Sv. Katarine;</li> <li>- crkva u Gorici;</li> <li>- stari grad Ljubuški/Tvrđava herceg Stjepana Kosače na brdu Buturovica;</li> <li>- rimski vojni logor na Gračinama u Humcu (Bigeste);</li> <li>- Nekropola stećaka;</li> <li>- crkva Gospe od Zdravlja u Veljacima.</li> </ul>
Turistički sadržaji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sustav uređenih pješačkih staza: markirane, opremljene sadržajima turističke interpretacije, dijelom tematizirane (npr. poučna staza, izviđačka ruta, Trebižat – izvor života i sl.); raspoložive karte</li> <li>- uređene biciklističke staze (npr. uz trase bijelih cesta): opremljene sadržajima turističke interpretacije (table, odmorišta i vidikovci), dijelom tematizirane (npr. vinska ruta - vinarije, ribolovna ruta, kupališta); raspoložive karte</li> <li>- uređena i opremljena mjesta za odmor s interpretacijom (mjesta za odmor mogu biti opremljena klupama, nadstrešnicom, mogućnošću uzimanja pitke vode)</li> <li>- 'Život u utvrdi Stjepana Kosače': zabavno-edukacijska interpretacija i prikaz života u utvrdi za vrijeme hercega Stjepana Kosače; prikaz je razveden na autentičnoj lokaciji u prostoru</li> <li>- Virtualni Bigeste: zabavno-edukacijska interpretacija i prikaz života u rimskom vojnom kompleksu; prikaz je razveden na autentičnoj lokaciji u prostoru</li> <li>- poseban interpretacijski centar posvećen kulturi života i rada u poljoprivrednim područjima (npr. Bekijsko i Ljubuško polje); uključuje originalnu etnografsku građu; suvremeno uređenje s audio, video i interaktivnim sadržajima</li> <li>- organizirani ulazi ('porte') za obilazak polja s kartom i interpretacijom (informacije o putevima, odmorištima, trajanju obilaska, poljoprivrednim kulturama, glavnim atrakcijama)</li> <li>- manji centar sportova na vodi (u sklopu izletišta/kampa na obali Trebižata s mogućnošću najma kajaka/kanua)</li> </ul>
Moguće aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pješačenje/trekking/zip-line</li> <li>- biciklizam</li> <li>- kayak safari</li> <li>- rafting/canoeing</li> <li>- ribolov</li> <li>- razgledavanje znamenitosti</li> <li>- gastronomija</li> <li>- sudjelovanje u različitim poljodjelskim aktivnostima</li> <li>- ladanje u krugu obitelji/prijatelja</li> </ul>

Smještaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>- naglašena 'zelena' praksa</li> <li>- obiteljski smještaj i/ili seoska domaćinstva (OPG): dio specijaliziran za aktivne goste (npr. sigurno čuvanje opreme, mogućnost servisa); dio klastera ponuđača obiteljskog smještaja</li> <li>- revitalizirane stare kamene kuće (u živućim selima)</li> <li>- manji hoteli u općinskim središtima: kvaliteta 3*-4*</li> <li>- „bed &amp; breakfast“ pansioni u ruralnom okruženju: kvaliteta 3*-4*</li> <li>- kampovi: kvaliteta 3*; dio kampova tematiziran (npr. obitelji, sport, zeleni);</li> </ul>
Hrana i piće	<ul style="list-style-type: none"> <li>- restorani s širokom paletom jela, uključujući i jela karakteristična za ovo podneblje</li> <li>- konobe: domaća kuhinja; jednostavno uređenje 's atmosferom'</li> <li>- ponuda domaće hrane i pića u seoskim domaćinstvima (OPG); autentična kuhinja</li> <li>- 'hrana s klupe' – više manjih, mobilnih punktova s ograničenom ponudom 'sitnih' lokalnih jela s namirnicama 'iz polja'; vrlo jednostavno uređenje; izvedeni iz prirodnih materijala; locirani u samom polju; ova specifična ponuda postaje prepoznatljiv 'marker' ovog dijela Županije</li> </ul>
Ostale usluge	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organizirane ture za berbe voća i povrća (specijalizirane DMK agencije) i njihova intenzivna promocija (posebno stacionarnim gostima u Županiji)</li> <li>- edukacijske radionice za goste</li> <li>- prodaja poljoprivrednih proizvoda i vina</li> <li>- ponuda 'uberi sam'</li> <li>- informacijski sustav (tiskani materijali, on-line, mobilne aplikacije); biciklistička i pješačka karta; GPS navigacija; vodič za kulturu života i rada</li> </ul>

## 8. PLAN PODIZANJA KONKURENTNOSTI TURIZMA

---

Plan podizanja turističke konkurentnosti Županije Zapadnohercegovačke namijenjen je ponajviše otklanjanju identificiranih slabosti i/ili nedostataka na koje je ukazala SWOT analiza. Cilj mu je da se na cijelom projektnom području, kroz poboljšavanje određenih elemenata (turističke) ponude, stvore temeljni preduvjeti ne samo intenziviranje turističkog prometa, već i za povećanje kvalitete života lokalnih žitelja.

Kad je riječ o konkurentskim nedostacima povezanim s razvojem turizma na projektnom području, odmah je potrebno naglasiti dvije bitne odrednice:

- uočeni nedostaci odnose se podjednako kako na sferu interesa javnog, tako i na sferu interesa privatnog sektora;
- uklanjanje i/ili neutraliziranje uočenih nedostataka samo je jednim dijelom povezano s potrebom angažiranja manjih ili većih financijskih sredstava dok je, drugim dijelom, povezano ponajviše sa stvaranjem potrebnih organizacijsko-tehničkih i/ili kadrovskih preduvjeta razvoja.

Kad je riječ o nedostacima u sferi interesa privatnog sektora (nedostatak profesionalno oblikovanih turističkih proizvoda, nedostatak kvalitetnih turističkih razvojnih projekata, nedostatak i nedovoljna diversifikacija smještajnih kapaciteta, nedostatak turističkih posrednika, nedostatak specifične trgovačke/obrtničke ponude, nedostatak s turizmom povezanih organizatora specijalnih aktivnosti i sl.), odmah valja naglasiti činjenicu da je njihovo rješavanje direktno povezano s pojačanom investicijskom aktivnosti domaćih i/ili stranih poduzetnika. Istodobno, riječ je o konkurentskim nedostacima čije je uklanjanje i/ili minimiziranje moguće rješavati postupno, u hodu, sukladno odrednicama prethodno definirane koncepcije razvoja turizma, a koja se temelji na boljoj i potpunijoj valorizaciji raspoložive resursne osnove, osobito u kontekstu ubrzanog razvoja turizma specijalnih interesa.

S druge strane, a što se tiče uočenih nedostataka u domeni javnog sektora, određen broj ovih nedostataka neće biti moguće riješiti u kratkom roku i bez značajnih proračunskih ulaganja (manjkavost dijela komunalne infrastrukture, loše stanje lokalnih prometnica, nedostatak uređenih/opremljenih biciklističkih staza/šetnica, nedostatak kvalificiranih kadrova osposobljenih za upravljanje turističkim razvojem i sl.). Neovisno o tome, za očekivati je da bi se, uvelike i kao rezultat kandidiranja određenog broja javno-komunalnih projekata za financiranje iz EU pretprikladnih fondova, konkurentska pozicija cijelog ovog područja na turističkom tržištu trebala bitno popraviti.

Konačno, valja imati na umu i činjenicu da uklanjanje, minimiziranje ili neutraliziranje određenog broja prepoznatih nedostataka u sferi djelovanja kako javnog, tako i privatnog sektora nije nužno povezano s velikim financijskim iznosima. Riječ je, primjerice, o aktivnostima povezanim s jačanjem suradnje javnog i privatnog sektora na projektima od interesa za turistički razvoj/imidž projektnog područja, povećavanju umreženosti i/ili strateškom povezivanju različitih malih i srednjih poduzetnika u sferi turizma, daljnjem povećavanju interesa/raspoloživosti lokalnih poduzetnika za ulaganje u inovativne turističke razvojne projekte i sl. Štoviše, riječ je o nedostacima na koje je moguće djelovati u relativno kratkom vremenskom razdoblju, a što bi znatno unaprijedilo današnju turističku ponudu, ne samo u smislu prezentacije/interpretacije raspoložive resursno-atraktivne osnove, već i u smislu produbljivanja cjelokupnog destinacijskog lanca vrijednosti, a time i kvalitete integralnog turističkog proizvoda Županije Zapadnohercegovačke.

U skladu s prethodnim naznakama, a vodeći računa o metodološkoj konzistentnosti, pojedinačni su programi/mjere/aktivnosti podizanja turističke konkurentnosti Županije Zapadnohercegovačke razvrstani u četiri karakteristična područja i to:

- stvaranje socijalno poticajnog razvojnog okruženja;
- poboljšavanje javne komunalne infrastrukture;
- razvoj proizvoda/unapređenje turističkog lanca vrijednosti, kao i
- poboljšanje tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti.

**Slika 8.1: Područja podizanja konkurentnosti turizma Županije Zapadnohercegovačke**



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

### **8.1. Programi u funkciji stvaranja poticajnog socijalnog okružja**

Generalno gledano, samo relativno malen broj stanovnika Županije Zapadnohercegovačke danas aktivno razmišlja kako o potrebi, tako i o dinamici i/ili smjerovima poželjnog razvoja turizma na ovom području, pri čemu je veliko pitanje u kojoj su mjeri takva promišljanja međusobno usklađena. U takvim okolnostima, većina razvojnih dionika ne zna ni kakva bi njihova uloga u tom procesu trebala biti, niti treba li se u njega aktivno uključiti.

S druge strane, niska razina saznanja i/ili uključenosti razvojnih dionika u donošenje odluka o bitnim odrednicama poželjnog turističkog razvoja najčešće rezultira nepovjerenjem, a ponekad i svojevrsnim bojkotom predloženih razvojnih aktivnosti i/ili programa. Da bi se takvo stanje izbjeglo, učinkovit i od strane lokalne zajednice podržavan razvoj turizma na cijelom projektnom području, a što je i temeljni preduvjet ostvarenja zacrtane razvojne

vizije, u najvećoj mogućoj mjeri valja povezivati sa stvaranjem poticajnog socijalnog okruženja.

Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja, podrazumijeva sljedeće aktivnosti:

- osiguravanje maksimalne transparentnosti u donošenju ključnih razvojnih odluka od interesa za razvoj turizma i/ili društveni standard lokalne populacije;
- aktivno uključivanje svih bitnih razvojnih dionika, ali i predstavnika lokalnog stanovništva u donošenje bitnih razvojnih odluka (tzv. 'community based planning');
- provođenje aktivne i kontinuirane edukacije bitnih razvojnih dionika o potrebi društveno odgovornog i dugoročno održivog upravljanja (turističkim) razvojnim procesom kako bi se minimizirali njegovi potencijalno negativni učinci;
- provođenje sustavne edukacije bitnih razvojnih dionika o njihovoj ulozi u procesu turističkog razvoja i potrebi aktivnog sudjelovanja u svim njegovim fazama;
- stvaranje preduvjeta za ubrzano osposobljavanje potencijalnih malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u turističke projekte o svim potencijalnim rizicima i što činiti kako bi ih se učinkovito minimiziralo (mreža 'one stop shop' savjetodavnih usluga, izdavanje operativnog 'how to' poduzetničkog vodiča i sl.);
- osmišljavanje stimulativnih (fiskalnih i/ili parafiskalnih) programa poticanja poduzetništva na lokalnoj razini.

Konačno, konkretni projekti koji bi se na području Županije Zapadnohercegovačke trebali pokrenuti u cilju stvaranja poticajnog socijalnog okruženja iskazani su u tablici 8.1.1.

**Tablica 8.1.1: Projekti u funkciji uspostave poticajnog socijalnog okruženja**

1.	Uspostava suvislog legislativnog sustava u turizmu (ugostiteljstvo, boravišna pristojba, turistička članarina, porez na dohodak i sl.)
2.	Jačanje znanja i kompetencija nositelja izvršne vlasti na području Županije Zapadnohercegovačke
3.	Poduzetnički razvojno-investicijski servis
4.	Podizanje kvalitete i obuhvata statističkog praćenja turizma
5.	Interni marketing

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

## **8.2. Programi unapređenja komunalne i turističke infrastrukture**

Kvalitetna komunalna infrastruktura preduvjet je razvoja svih gospodarskih djelatnosti na nekom području, uključujući i turizma. U tom smislu, dakle, osobito u smislu privlačenja poduzetničkog interesa, na cijelom projektnom području moraju se kontinuirano unapređivati svi, za gospodarski život vitalni infrastrukturni sustavi. Pritom visinu, vremensku dinamiku i prioritete ulaganja u unapređenje javne komunalne infrastrukture valja promatrati ne samo u kontekstu odrednica zacrtane razvojne vizije i strateških razvojnih ciljeva konkretiziranih u ovom dokumentu, već i u kontekstu proračunskih mogućnosti i uspješnosti u privlačenju sredstava EU pretpristupnih fondova/programa.

Polazeći od identificiranih slabosti u sferi javne komunalne infrastrukture, ključni projekti koje valja realizirati na području Županije Zapadnohercegovačke, a koji bi već u kratkom vremenu značajno podigli tržišnu prepoznatljivost i konkurentnost navedeni su u tablici 8.2.1.

**Tablica 8.2.1: Projekti unapređenja javne komunalne i turističke infrastrukture**

1	Centri za posjetitelje u Županiji Zapadnohercegovačkoj
2	Optimiziranje cestovnog prometa
3	Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije
4	Izgradnja cjelovitog sustava biciklističkih i pješačkih staza/ruta
5	Uspostava tematskih ruta/poučnih staza

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

### **8.3. Razvoj proizvoda/obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti**

Dostignuta razina turističkog prometa na projektnom području jasno ukazuje ne samo na nedostatak dovoljnog broja interesantnih turističkih proizvoda, već i na nedovoljnu dubinu i širinu postojećeg turističkog lanca vrijednosti. Drugim riječima, postojeći sustav turističkih iskustava na području Županije Zapadnohercegovačke nije u funkciji privlačenja stacionarnih gostiju. U tom smislu, potrebno je hitno poraditi na proširivanju sustava, za tržište spremnih, turističkih doživljaja sukladno prethodno izloženoj razvojnoj koncepciji.

Za potrebe dugoročno održivog obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti Županije Zapadnohercegovačke predlažu se sljedeći projekti (tablica 8.3.1).

**Tablica 8.3.1: Aktivnosti u funkciji obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti**

1	Razvoj desetak tematiziranih (obiteljskih) B&B pansiona
2	Razvoj nekoliko kampova
3	Razvoj kapaciteta obiteljskog smještaja i/ili OPG-ova
4	Razvoj proizvoda u funkciji 'activity based' turizma
5	Razvoj seoskog turizma
6	Razvoj eko turizma
7	Revitalizacija napuštenih zaselaka/kuća u ruralnom ambijentu
8	Kasnoatnički grad Mokriskik – tematski plan interpretacije
9	Rimski vojni logor na Gračinama – tematski plan interpretacije
10	Stari grad Ljubuški/Tvrđava hercega Stjepana Kosače – tematski plan interpretacije
11	Stećci, gomile, gradine – tematski plan interpretacije
12	Jačanje uloge destinacijskih menadžment kompanija

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

### **8.4. Unapređenje tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti**

Uz nedovoljan broj za tržište spremnih proizvoda, komunikaciju s tržištem uvelike otežava i nefunkcioniranje sustava Turističke Zajednice na području cijele Federacije Bosne i Hercegovine, te s time povezani nedostatak financijskih sredstava potrebnih za adekvatnu prezentaciju turističkih mogućnosti cijelog projektnog područja, a uslijed proglašenja neustavnosti bivšeg Zakona o turističkim zajednicama i promicanju turizma u Federacije Bosne i Hercegovine. Međutim, nakon donošenja Zakona o turizmu Županije Zapadnohercegovačke, takvo stanje će se uvelike promijeniti na području Županije Zapadnohercegovačke.

Kao rezultat takvog stanja, valja konstatirati da se cijelo projektno područje još uvijek nije prikladno predstavilo ni potencijalnim geografskim tržištima, niti relevantnim tržišnim nišama/potrošačkim segmentima. Sukladno tome, postojeći imidž Županije Zapadnohercegovačke kao turističke destinacije zasigurno je jedno od većih ograničenja u dinamiziranju turističkog prometa i prodiranju do novih potrošačkih segmenata, osobito u sferi turizma specijalnih interesa. U želji da se takvo stanje što je moguće prije počne mijenjati nabolje, predlažu se sljedeći projekti (tablica 8.4.1.)

**Tablica 8.4.1: Aktivnosti u cilju unapređenja tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti**

1	Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda
2	Uspostava jedinstvenog promocijsko-prodajnog web portala
3	Redizajn/inoviranje promocijskih materijala
4	Optimiranje promocijskih aktivnosti - operativni marketing plan
5	Povezivanje sa specijaliziranim posrednicima u prodaji izabranih turističkih proizvoda

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

### *8.5. Ostalo - podizanje kvalitete ljudskog potencijala*

Sva prethodno sagledana područja/programi podizanja konkurentnosti uvelike će ovisiti o raspoloživosti i kvaliteti ljudskog potencijala na projektnom području. Brze i sve intenzivnije promjene u tržišno-poslovnim okruženju i razvoj novih tehnologija zahtijevaju kontinuirano učenje i stjecanje novih znanja i to kako u sferi dnevno-operativnog poslovanja, tako osobito i u sferi upravljanja razvojnim procesima, bilo da je riječ o privatnom ili javnom sektoru.

Podizanje kvalitete ljudskog kapitala predstavlja dugotrajan proces koji se može poticati, ali se ne može uvjetovati jednostranim odlukama nositelja izvršne vlasti na području Županije Zapadnohercegovačke. Riječ je o procesu za čiji je uspjeh potrebna ne samo uspostava učinkovite suradnje s etabliranim obrazovnim institucijama nacionalne i/ili međunarodne prepoznatljivosti/kvalitete, već i povremeno angažiranje konzultanata.

Brzina i efikasnost podizanja kvalitete ljudskog potencijala na projektnom području će u vremenu koje dolazi ovisiti ponajviše o pokretanju aktivnosti kao što su:

- povezivanje s vodećim obrazovnim centrima izvrsnosti u regiji (različiti programi strukovnog do-obrazovanja i/ili cjeloživotnog učenja);
- osiguranje stručne prakse i/ili profesionalnog usavršavanja perspektivnog kadra u vodećim gospodarskim subjektima i/ili sustavu Turističke Zajednice
- urističke Zajednice Hrvatske/inozemstva;
- provođenje sustavne i kontinuirane edukacije zainteresiranih postojećih i/ili budućih poduzetnika, ali i djelatnika javnih institucija o različitim mogućnostima EU financiranja; ali i
- povećanje menadžerskih znanja i vještina za potrebe efikasnog upravljanja turističkim razvojem u skladu s najboljom svjetskom praksom.



## 9. PLAN IMPLEMENTACIJE

Plan podizanja konkurentnosti turizma na području Županije Zapadnohercegovačke (poglavlje 8) identificirao je 26 različitih projekata svrstanih u četiri kategorije: (i) stvaranje poticajnog socijalnog okruženja, (ii) unapređenje javne komunalne i turističke infrastrukture, (iii) razvoj proizvoda/obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti, odnosno (iv) unapređenje tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti. Svakom od ovih projekata, nadalje, pripisan je i odgovarajući rang važnosti tj. (i) projekti najveće važnosti, (ii) projekti srednje/velike važnosti, te (iii) manje važni projekti. Konačno, za svaki projekt predložena je i dinamika realizacije.

U skladu s prethodnim naznakama, bilo bi logično da se nositelji izvršne vlasti na području Županije Zapadnohercegovačke koncentriraju ponajviše na iniciranje/realizaciju projekata najveće važnosti, što ne znači da bi trebali zanemariti projekte manje važnosti, osobito ako oni nisu povezani sa značajnim financijskim sredstvima i/ili velikom organizacijskom kompleksnošću.

**Tablica 9.1: Projekti podizanja konkurentnosti prema predvidivoj dinamici provedbe**

Naziv projekta		Rang	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.- nadalje
<b>PROJEKTI U FUNKCIJI STVARANJA POTICAJNOG SOCIJALNOG OKRUŽENJA</b>							
1	Uspostava suvislog legislativnog sustava u turizmu (boravišna pristojba, turistička članarina, porez na dohodak i sl.)	I					
2	Jačanje znanja i kompetencija nositelja izvršne vlasti na području Županije Zapadnohercegovačke	I					
3	Poduzetnički razvojno-investicijski servis	I					
4	Podizanje kvalitete i obuhvata statističkog praćenja turizma	II					
5	Interni marketing	II					
<b>PROJEKTI U FUKCIJI UNAPREĐENJA JAVNE KOMUNALNEI TURISTIČKE INFRASTRUKTURE</b>							
6	Centri za posjetitelje u ŽZH	I					
7	Optimiziranje cestovnog prometa	II					
8	Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije	I					
9	Izgradnja cjelovitog sustava biciklističkih i pješačkih staza/ruta	I					
10	Uspostava tematskih ruta/poučnih staza	II					
<b>RAZVOJ PROIZVODA – PROJEKTI OBOGAĆIVANJA TURISTIČKOG LANCA VRIJEDNOSTI</b>							
11	Razvoj desetak tematiziranih B&B pansiona	II					
12	Razvoj nekoliko (eko) kampova	I					
13	Razvoj ponude obiteljskog smještaja/OPG-ova	I					
14	Razvoj proizvoda u funkciji razvoja 'activity based' turizma	I					
15	Razvoj proizvoda u funkciji razvoja seoskog turizma	I					
16	Razvoj proizvoda u funkciji razvoja eko turizma	I					
Naziv projekta		Rang	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.- nadalje

17	Revitalizacija napuštenih zaselaka/kuća u ruralnom ambijentu	II					
18	Kasnoatnički grad Mokriskik – tematski plan interpretacije	III					
19	Stari grad Ljubuški/Tvrđava hercega Stjepana Kosače – tematski plan interpretacije	II					
20	Rimski vojni logor na Gračinama – tematski plan interpretacije	III					
21	Stećci, gomile, gradine – tematski plan interpretacije	III					
<b>PROJEKTI U FUNKCIJI UNAPREĐENJA TRŽIŠNE PREPOZNATLJIVOSTI</b>							
22	Razvoj prepoznatljivog turističkog brenda	III					
23	Uspostava jedinstvenog promocijsko-prodajnog web portala	I					
24	Redizajn promocijskih materijala	I					
25	Optimiranje promocijskih aktivnosti - operativni marketing plan	II					
26	Povezivanje sa specijaliziranim posrednicima u prodaji izabranih turističkih proizvoda	I					

I – projekt najveće važnosti

II – projekt srednje/velike važnosti

III – projekt manje važnosti

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

## 10. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

---

U namjeri da se nositeljima turističkog razvoja na području Županije Zapadnohercegovačke pomogne da objektivno sagledaju svoju polaznu poziciju, te uspostave preduvjete za budući razvojni iskorak, ovim dokumentom postavljaju se temelji za sustavan, koordiniran i planski usmjeravan razvoj turizma na cijelom projektnom području.

Operacionalizacija ovog dokumenta, a što pretpostavlja sustavno i prioritetima podređeno provođenje različitih mjera/aktivnosti/programa u funkciji podizanja destinacijske konkurentnosti, trebala bi na cijelom projektnom području osigurati postupan, međusobno koordiniran, a time i dugoročno održiv razvoj turističke aktivnosti. Predložena razvojna koncepcija, pritom, maksimalno uvažava ne samo bitne značajke resursno-atraksijske osnove, već i financijske, ljudske i organizacijske resurse kojima cijelo ovo područje trenutno raspolaže.

Ipak, a s obzirom na činjenicu da se definirana razvojna vizija, ciljevi i koncepcija turističkog razvoja Županije Zapadnohercegovačke neće dogoditi sama od sebe, uspješna implementacija preporuka i/ili zaključaka ovog dokumenta ovisiti će ponajviše o mjeri u kojoj će nositelji izvršne vlasti na cijelom ovom području, u suradnji s Uredom Vlade Županije Zapadnohercegovačke za europske integracije, biti u stanju inicirati promjene, potaknuti suradnju s turističkim posrednicima, motivirati lokalne poduzetnike, odnosno osigurati međusobno povjerenje svih relevantnih dionika turističkog razvoja. Drugim riječima, puko usvajanje ovog dokumenta neće biti dovoljno za intenziviranje turističke aktivnosti u Županiji Zapadnohercegovačkoj. Samim tim, budući turistički razvoj cijelog ovog područja biti će najuže koreliran s uspostavom jakog i odgovornog projektnog vodstva ('leadership'), odnosno inauguriranja uskog tima posvećenih profesionalaca koji čvrsto vjeruju u mogućnost dubokih strukturnih promjena u dosad prevladavajućem načinu promišljanja i upravljanja gospodarskim (turističkim) razvojem.

U tom smislu, dakle, još jednom valja istaknuti sljedeće: iako ovaj dokument nudi jasnu viziju, ciljeve i koncepciju budućeg razvoja turizma na području Županije Zapadnohercegovačke, najveću odgovornost za njegovu operacionalizaciju i učinkovitu implementaciju moraju snositi nositelji izvršne vlasti na cijelom projektnom području. Naime, oni bi svojim aktivnim djelovanjem, kreativnim inicijativama i/ili stvaranjem poticajne investicijske klime dodatno trebali pobuditi interes sadašnjih i potencijalnih poduzetnika za ulaganjem u razvoj kako novih turističkih razvojno-investicijskih projekata, tako i drugih projekata neposredno ili posredno povezanih sa stvaranjem novog turističkog identiteta cijelog ovog područja.