

izvirni znanstveni članek  
prejeto: 2009-01-09

UDK 911.3:338.483(497.6)

## ZNAČILNOSTI ORGANIZIRANIH POTOVANJ TURISTOV IZ SLOVENIJE V BOSNO IN HERCEGOVINO

*Miha KODERMAN*

Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče Koper, SI-6000 Koper, Garibaldijska 1  
e-mail: miha.koderman@zrs.upr.si

*Simon KERMA*

Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče Koper, SI-6000 Koper, Garibaldijska 1  
e-mail: simon.kerma@zrs.upr.si

### IZVLEČEK

*V prispevku so uvodoma predstavljeni trendi turističnega razvoja države Bosne in Hercegovine v zadnjem desetletju, s posebnim ozirom na število slovenskih turistov in njihovih nočitev v primerjavi z drugimi obiskovalci. Avtorja v nadaljevanju analizirata turistično ponudbo slovenskih turističnih agencij in drugih organizatorjev potovanj, ki vključujejo Bosno in Hercegovino oziroma različne destinacije znotraj nje. Opravljena raziskava pokaže, da Bosna in Hercegovina postaja vedno bolj prepoznavna in obiskana turistična destinacija za slovenske turiste; slednji predstavljajo pomemben delež v strukturi obiskovalcev te države.*

**Ključne besede:** Bosna in Hercegovina, Slovenija, organizirana turistična potovanja, turistične destinacije v Bosni in Hercegovini, geografija turizma

## CARATTERISTICHE DEI VIAGGI ORGANIZZATI PER TURISTI DELLA SLOVENIA IN BOSNIA ERZEGOVINA

### SINTESI

*L'introduzione all'articolo illustra i trend dello sviluppo turistico della Bosnia Erzegovina nell'ultimo decennio, con particolare riferimento al numero di turisti sloveni e dei loro soggiorni rispetto ad altri visitatori. Nel prosieguo gli autori analizzano l'offerta turistica delle agenzie da viaggi slovene e di altri tour operator che riguarda la Bosnia Erzegovina ovvero le varie destinazioni in questo Paese. La ricerca indica che la Bosnia Erzegovina sta diventando una meta turistica sempre più riconoscibile e visitata dai turisti sloveni che rappresentano una quota importante nella struttura dei visitatori di questo Paese.*

**Parole chiave:** Bosnia Erzegovina, Slovenia, viaggi turistici organizzati, destinazioni turistiche in Bosnia Erzegovina, geografia del turismo

## UVOD

Turizem se zadnji dve desetletji uvršča med najhitreje rastoče svetovne ekonomske dejavnosti in s svojimi multiplikativnimi učinki ugodno vpliva na narodno gospodarstvo posamezne države. Posledice uspešnega razvoja turizma po svetu se kažejo predvsem v ustvarjanju dohodka lokalnega prebivalstva, novih zaposlitvenih priložnosti in možnosti za razvoj podjetništva. Tovrstni pozitivni učinki so posledično vplivali na odločitve vlad posameznih držav – tudi tistih, ki so po letih političnih nestabilnosti šele pred kratkim začele s pospešenim ekonomskim razvojem – da so spodbujanje turističnih dejavnosti uvrstile med prednostne naloge strateškega razvoja.

V času nekdanje skupne države SFRJ je bila Bosna in Hercegovina, točneje, njeni posamezni kraji in izbrana območja, sestavni del potovalnih itinerarijev (slovenskih) izobraževalnih, sindikalnih in drugih družbeno-političnih organizacij. Turistične zanimivosti in atrakcije te republike so privabljale tako skupinske kot individualno motivirane obiskovalce. Po letu 1995, ko so se na območju Bosne in Hercegovine končali oboroženi spopadi, se je gospodarski položaj, četudi za mnoge (pre)počasi, postopoma le začel izboljševati. S stabilizacijo razmer je država postala zanimiva za tuje investitorje; obnovljena je bila glavna infrastruktura in ponovno so začeli prihajati turisti. Bosna in Hercegovina se sicer še vedno sooča z mnogimi političnimi in družbeno-gospodarskimi težavami kot posledicami vojnega razdejanja, zato stanje še zdaleč ni takšno, kot je bilo pred osamosvojitvijo in kot bi si ga želela večina državljanov.

Potrebno se je zavedati številnih strukturnih problemov v Bosni in Hercegovini, na katere dezintegrativni značaj opozarjata Nurković in Mirić (2006). Poglobljena razprava o širšem družbenem kontekstu bi presegala okvir tega prispevka, ki se ukvarja le z izbranimi vidiki turističnega razvoja Bosne in Hercegovine.<sup>1</sup> Ta še vedno nima izdelane strategije razvoja turizma (bodisi na nacionalnem bodisi na federalnem oz. republiškem nivoju), zato v prispevku ni bilo možno analizirati predvidenih razvojnih smernic, kot bi si jih zastavljali stroka in država. Na odsotnost usmerjevalne politike na državnem nivoju, ki bi skrbelo za razvoj spektra turističnih dejavnosti, opozarja tudi Kurtović (2006b) in to dejstvo izpostavlja predvsem kot oviro pri vlaganju tujih investitorjev v turistično infrastrukturo Bosne in Hercegovine. V tem pogledu torej (še) pogrešamo ustrezne podlage, ki bi opredelile in ovrednotile posamezne emittivne trge, iz katerih prihajajo turistični gostje.

Po podatkih Agencije za statistiko Bosne in Hercegovine (ASBIH, 2008a) so bili turisti iz Slovenije v letu 2007 na tretjem mestu (za Srbijo in Hrvaško) po številčnosti (skupno 36.353 turistov) in ustvarjenih nočitvah (68.308 nočitev) v tej državi. Turistična priljubljenost bosansko-hercegovskih destinacij Sarajeva, Mostarja, Neuma, Jahorine, Međugorja in drugih se je med Slovenci dodobra uveljavila že v času SFRJ in je po umiritvi razmer na širšem območju nekdanje skupne države ponovno v vzponu. Obisk omenjenih krajev, ki se ponašajo z izjemno pestrostjo naravne in kulturne dediščine, ima med Slovenci navadno tudi nostalgичno-emocionalni vidik, ki izvira iz nekdanj (in morda spet v prihodnosti?) skupnega družbeno-političnega in kulturnega okolja.

V pričujočem prispevku nas torej zanima, kako pomemben segment predstavljajo turisti iz Slovenije za turizem v Bosni in Hercegovini. Pri tem smo uporabili dosegljive podatke uradnih statističnih institucij obeh držav. Glede na dejstvo, da določen del turistične populacije iz Slovenije uporablja storitve organizatorjev turističnih potovanj oziroma se – zlasti s pomočjo njihovih spletnih strani – informira o potencialnih destinacijah, smo našo analizo uradnih statističnih podatkov dodatno razširili z raziskavo vsebine spletne ponudbe slovenskih potovalnih agencij.

## METODOLOŠKA POJASNILA

Interes turistov iz Slovenije za potovanja v Bosno in Hercegovino, tudi v primerjavi z drugimi destinacijami, je razviden že iz dostopnih podatkov na spletnih straneh statističnih uradov Republike Slovenije ter Bosne in Hercegovine. Podatke smo analizirali ter interpretirali v drugem poglavju. Dodano metodološko in aplikativno vrednost v prispevku pa predstavlja analiza konkretne ponudbe slovenskih turističnih oz. potovalnih agencij, ki organizirajo potovanja v različne kraje Bosne in Hercegovine.

Rezultati raziskave, ki je potekala julija 2008, so predstavljeni v tretjem poglavju. Vanjo so bila zajeta turistična podjetja, ki se ukvarjajo s prodajo turističnih storitev. Seznam vseh podjetij smo določili s pomočjo evidence Gospodarske zbornice Slovenije (GZS), ki je pooblaščen za izdajanje licenc vsem prodajalcem turističnih aranžmajev. Ob začetku raziskave (6. julij 2008) je bilo v registru zbornice evidentiranih 416 podjetij z veljavno licenco agenta za prodajo aranžmajev (GZS, 2008).

Število v raziskavo vključenih podjetij smo nadalje omejili z dodatnimi kriteriji. Kot prvi izločevalni kriterij smo izpostavili prisotnost podjetja na medmrežju z lastno spletno stranjo. Tako je bilo ugotovljeno, da jih od skupno 416 gospodarskih družb kar 123 nima lastne

1 Več o pomenu in potencialu turističnega razvoja v BiH, tudi ali predvsem kot dejavniku sprave med bosansko-hercegovskimi narodi, glej prispevek Halida Kurtovića (Kurtović, 2006a). Zanimiv je tudi članek Nusreta Dreškovića in Samira Đuga, ki v (eko)turizmu – na primeru Kantona Sarajevo – prepoznavata pomembno predpostavko za splošni povojni gospodarski razvoj Bosne in Hercegovine (Drešković in Đug, 2006).

spletne strani oziroma je bila le-ta v času raziskave nedosegljiva ali v pripravi. Neizbor teh podjetij, ki sicer predstavljajo 29 odstotkov vseh ponudnikov turističnih storitev, smo utemeljili s splošnim trendom prisotnosti turističnih ponudnikov na svetovnem spletu in njihovi dostopnosti širši javnosti, ki vključuje tudi ta elektronski medij. Ob tem gre izpostaviti dejstvo, da so podjetja brez lastnih spletnih strani večinoma manjša podjetja (z nizkim finančnim prometom), ki so pogosto registrirana kot samostojni podjetnik. Ocenjujemo, da je delež tovrstnih podjetij, ki v svojih programih potovanj in izletov vključujejo kraje v Bosni in Hercegovini, relativno majhen in z vidika pričujoče raziskave zanemarljiv.

Drugi kriterij, na podlagi katerega smo analizirali vsa preostala podjetja, je bila omemba Bosne in Hercegovine oziroma vsaj enega izmed njenih krajev na spletni strani. S podrobnim pregledom vseh spletnih strani je bilo tako evidentiranih 67 gospodarskih družb različnih organizacijskih oblik, ki so na svojih spletnih straneh bodisi v programih potovanj bodisi kot možnost rezervacije letovanja v hotelu ponujala destinacije, ki se nahajajo na ozemlju države Bosne in Hercegovine (Priloga 1). Dopolnilne oziroma še podrobnejše praktične informacije so bile pridobljene z individualnimi telefonskimi razgovori s predstavniki podjetij, kar je dodatno prispevalo k osvetlitvi obravnavane problematike.

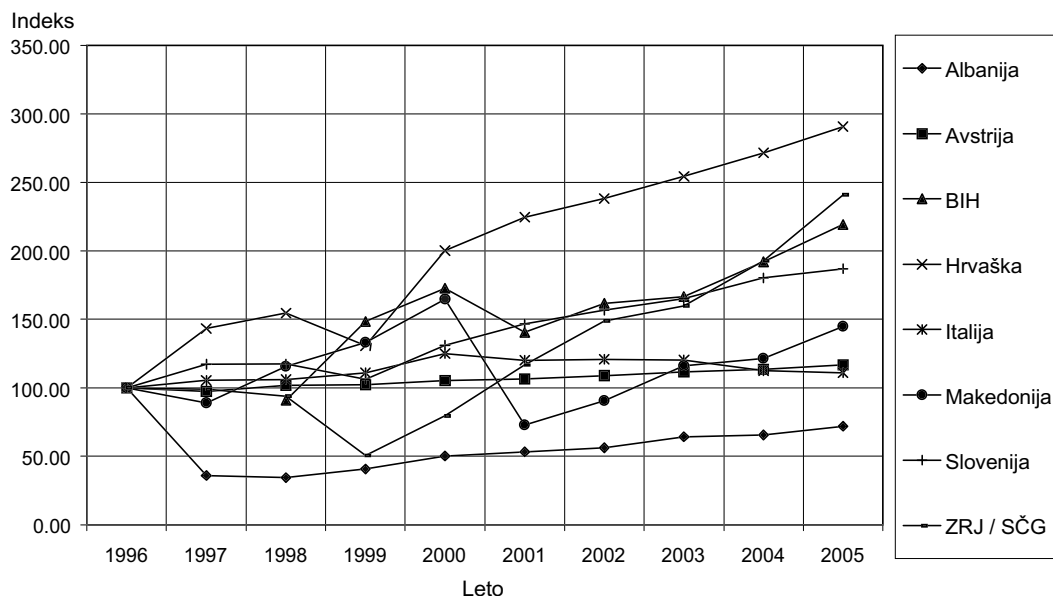
### BOSNA IN HERCEGOVINA KOT TURISTIČNA DESTINACIJA

Geografski položaj Balkanskega polotoka ima, kot ugotavljajo različni avtorji (Panov in Čalovski 2005,

106–107; Đorđević, 2005, 103), precejšnje potencialne možnosti za razvoj turizma: razgiban dinamičen relief in razčlenjen obmorski pas z ugodnimi klimatskimi pogoji (primernimi tako za razvoj kopalnega turizma kot tudi zimskih turističnih športov v gorati notranjosti), ohranjeno naravo (obsežna hribovita gozdnata območja z vodnimi površinami, termalnimi vrelni) ter izjemno kulturno-zgodovinsko dediščino z izrazitimi etnografskimi specifikami in elementi treh svetovnih religij. Vse omenjene danosti so (v večji ali manjši meri) značilne tudi za prostor Bosne in Hercegovine, ki se je (tudi zaradi omenjenih dejavnikov) kmalu po stabilizaciji razmer v sredini 90-ih let preteklega stoletja vrnila na "turistični zemljevid". Pravzaprav bi lahko nekatere kraje, povezane z vojnim dogajanjem, označili kot posebne destinacije, ki privabljajo turiste kljub tragičnosti dogodkov iz omenjenega obdobja in s tem na svojstven način prispevajo k turistični revitalizaciji Bosne in Hercegovine.

### Primerjava trendov rasti turističnega obiska med izbranimi državami

Ključni indikator in hkrati eden izmed glavnih pokazateljev turističnega razvoja v državi je število turistov, ki v izbrani državi vsaj enkrat prenočijo. Kriterij minimalno ene nočitve turista je del metodologije Svetovne turistične organizacije (World Tourism Organization – WTO), s katero le-ta zbira podatke o turističnem obisku v vseh državah sveta. Omenjeni indikator razvoja turizma smo izbrali tudi za primerjavo Bosne in Hercegovine z izbranimi državami z območja Srednje oz. Jugovzhodne Evrope.



Sl. 1: Indeks gibanja prihodov turistov med letoma 1996 in 2005 (1996 = 100) po posameznih državah (WTO, 2002; WTO 2007).

Fig. 1: Index of tourist arrivals to selected countries between 1996 and 2005 (1996 = 100) (WTO, 2002; WTO 2007).

Iz Slike 1 je razvidno, da je največjo, skoraj trikratno rast števila turistov v obravnavanem desetletju, dosegla Hrvaška, sledita ji Zvezna republika Jugoslavija (Srbija in Črna gora) ter Bosna in Hercegovina. Precejšnja rast je opazna tudi pri Sloveniji, medtem ko je rast turistov stabilnejša v uveljavljenih turističnih državah, Avstriji in Italiji. Na trende turističnega obiska v posameznih državah so očitno vplivala obdobja političnih kriz oziroma vojaških spopadov. Tako je opazen nenaden upad števila turistov v Zvezni republiki Jugoslaviji ob posredovanju Natovih sil v letu 1999, po tem letu pa se kaže izrazit trend rasti števila turistov. Iz slike je razviden tudi upad števila turistov v Makedoniji v letu 2001, ko je prišlo do oboroženih spopadov znotraj te države. Število turistov v Makedoniji pa je bilo v letu 2005 še vedno pod nivojem iz leta 2000. Kljub trendu rasti v zadnjih letih tudi Albanija zaradi notranjih nemirov v 90-ih letih še ni dosegla števila turistov iz leta 1996. Podoben trend rasti v vseh zgoraj omenjenih državah je tudi pri gibanju števila nočitev (WTO, 2002; WTO, 2007).

Za Bosno in Hercegovino kot turistično destinacijo bi lahko v splošnem dejali, da v obdobju po vzpostavitvi miru in stabilizaciji razmer (ponovno) krepi svojo turistično privlačnost, ki se kaže v konstantnem povečevanju turistov in njihovih nočitev.

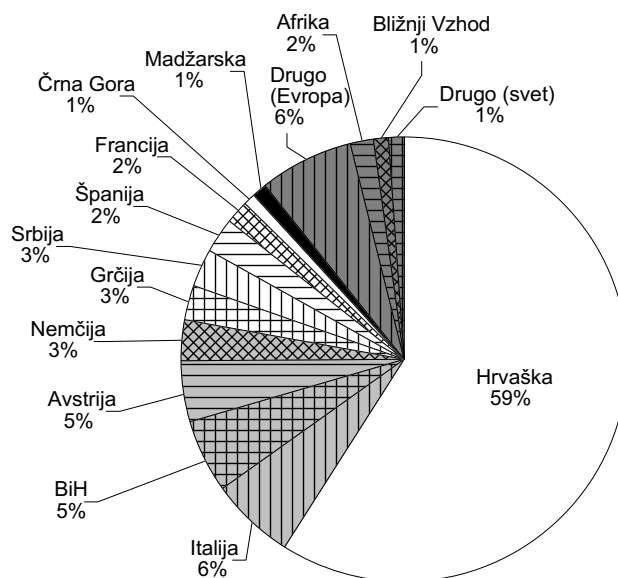
#### Značilnosti turističnih potovanj prebivalcev Slovenije

Statistični urad RS že nekaj let zapovrstjo opravlja anketo na reprezentativnem vzorcu, ki predstavlja celotno populacijo prebivalstva Slovenije od petnajstega leta dalje. Gre torej za dokaj natančne ocene o turističnih potovanjih domačega prebivalstva, kar prispeva k dodatni osvetlitvi obravnavane problematike. Iz objave rezultatov ankete v Statističnih informacijah, ki se nanaša na celotno leto 2007, lahko razberemo naslednje splošne ugotovitve (SURs, 2008, 1):

- 63,6% prebivalcev Slovenije, starih 15 let ali več, se je v letu 2007 udeležilo okoli 4,3 milijona turističnih potovanj, bodisi zasebnih ali poslovnih.
- 44,7% zasebnih potovanj je potekalo v Sloveniji, 55,3% v tujini.
- 54,4% je bilo krajših potovanj, od tega kar 61,9% v Sloveniji.
- 45,6% je bilo daljših potovanj, od tega kar 75,8% v tujini.
- Posamezno zasebno potovanje je povprečno zajemalo 4,7 prenočitve (v Sloveniji 3,1, v tujini 6,1).
- Le 14,6% zasebnih potovanj je bilo organiziranih kakor koli v sodelovanju s potovalno agencijo.
- Slovenski turist je na zasebnem potovanju porabil povprečno okoli 43 evrov na dan (v Sloveniji 32 evrov, v tujini pa 48 evrov).

V nadaljevanju nas je posebej zanimalo, katere države (brez Slovenije) so kot turistične destinacije med

Slovenci najbolj priljubljene in na katero mesto se v tem smislu uvršča Bosna in Hercegovina.



Sl. 2: Zasebna potovanja iz Slovenije v tujino po najbolj obiskanih evropskih državah in drugih delih sveta, 2007 (SURs, 2008).

Fig. 2: Private trips from Slovenia to most visited European countries and other world regions in 2007 (SURs, 2008).

Če upoštevamo samo zasebna potovanja v letu 2007 (Slika 2) – razlogi zanje so preživljanje prostega časa, obisk sorodnikov in prijateljev ter drugi, neznani motivi – se potrjuje znano dejstvo, da je Hrvaška daleč najpriljubljenejša turistična destinacija, saj predstavlja skoraj 60 odstotkov vseh zasebnih potovanj turistov iz Slovenije. Nobena od ostalih držav ne dosega 10 odstotkov; še največ Italija (6%), Bosna in Hercegovina in Avstrija (po 5%), Nemčija, Grčija in Srbija (po 3%), Španija in Francija (po 2%), dober odstotek pa dosegeta le še Črna gora in Madžarska. Vse druge evropske države skupaj so zanimive za 6 odstotkov, medtem ko države ostalega sveta privlačijo dobre 4 odstotke (od tega Afrika polovico) turistov iz Slovenije.

Bosna in Hercegovina kot turistična destinacija prebivalcev Slovenije je glede na število vseh potovanj po državah sveta v letu 2007 zelo visoko uvrščena; pri poslovnih potovanjih zaseda 6. mesto, pri zasebnih potovanjih pa je celo na 3. mestu. Podrobnejša analiza rezultatov ankete, ki se nanaša na zasebna turistična potovanja po najbolj obiskanih državah, razkrije naslednje podrobnosti za Bosno in Hercegovino (SURs, 2008):

V letu 2007 je bilo 108.334 vseh zasebnih potovanj, od tega nekaj več s strani žensk (50,2%) kot moških (49,8%).

Velika večina turistov (85%) se uvršča v srednjo starostno kategorijo (25–64 let).

Več je daljših (56%) kot krajših zasebnih potovanj, dobrih 83 odstotkov vseh potovanj po dolžini pa traja do vključno sedem nočitev.

Več kot polovica (51%) vseh zasebnih potovanj je po vrsti prenočitve realiziranih pri sorodnikih ali prijateljih, kar slaba petina (18,8%) pa v lastnih počitniških bivališčih.

Prevladujoče prevozno sredstvo je z 81 odstotki osebni avtomobil, z avtobusom pa se realizira 17 odstotkov vseh zasebnih potovanj.

Le 11.536 potovanj (10,6%) se izvede v organizaciji potovalnih agencij, od tega večinoma v potovalnih paketih (prevoz in prenočišče skupaj).

Povprečni dnevni izdatki na turista znašajo 41,59 EUR, kar je dobrih 6 EUR manj od povprečja za vse države skupaj.

### Turistična potovanja v organizaciji slovenskih potovalnih agencij

Turističnim potovanjem v organizaciji (slovenskih) potovalnih agencij namenjamo več prostora v nadaljevanju, saj so v Sloveniji registrirana turistična podjetja in prodaja njihovih turističnih storitev v povezavi z Bosno in Hercegovino osrednji predmet naše raziskave. Na tem mestu naj predstavimo le nekatere bistvene rezultate oz. podatke, ki so prav tako dosegljivi v publikacijah in na spletnih straneh Statističnega urada Republike Slovenije.<sup>2</sup>

Praktično od začetka 90-ih let prejšnjega stoletja dalje je opazen bolj ali manj konstanten porast domačih agencijskih turistov, ki potujejo v tujino in tam vsaj enkrat prenočijo. Ves čas močno prevladujejo potovanja v sosednjo Hrvaško (okrog 40-odstotni delež), izrazit višek pa predstavljata poletna meseca julij in avgust (SURs, 2004; SURs, 2005–2008).

**Tabela 1: Število in nočitve turistov iz Slovenije, ki so jim potovanja organizirale slovenske potovalne agencije, skupaj in za BiH, 2004–2007 (SURs, 2005–2008).**

**Table 1: Number of Slovene tourists and their overnight stays for travels organised by Slovene travel agencies; total number and proportions for Bosnia and Herzegovina, 2004-2007 (SURs, 2005–2008).**

	TURISTI SKUPAJ	TURISTI v BiH	Delež v %	NOČITVE SKUPAJ	NOČITVE v BiH	Delež v %
2004	576.573	5.520	1,0	3.317.915	21.808	0,7
2005	793.662	9.568	1,2	4.377.759	24.361	0,6
2006	624.172	11.601	1,9	3.849.632	37.183	1,0
2007	843.900	15.097	1,8	4.854.333	53.096	1,1

**Tabela 2: Število in deleži tujih turistov in njihovih nočitev v Bosni in Hercegovini, ločeno za turiste iz Slovenije, leto 2007 (ASBIH 2008a, ASBIH 2008b, FZS 2008, RZS 2008).**

**Table 2: Number and proportion of foreign tourist and their overnight stays in Bosnia and Herzegovina in 2007; proportion of Slovene tourists listed separately (ASBIH 2008a, ASBIH 2008b, FZS 2008, RZS 2008).**

	Število turistov	Delež v %	Število turist. iz Slovenije	Delež v %	Nočitve turistov	Delež v %	Nočitve turist. iz Slovenije	Delež v %
SKUPNO BiH	306.452	100,00	36.353	11,86	694.507	100,00	68.308	9,84
Federacija BiH	209.007	68,20	26.939	12,89	477.599	68,77	52.075	10,90
Republika Srbska	90.672	29,59	8.748	9,65	205.438	29,58	15.269	7,43
Distrikt Brčko	6.773	2,21	666	9,83	11.470	1,65	964	8,40

2 Kljub temu, da objavljene raziskave na SURs temeljijo na popolnem zajetju poslovnih subjektov iz Registra izdanih licenc za opravljanje dejavnosti organiziranja in prodaje turističnih potovanj, ki ga vodi Gospodarska zbornica Slovenije, je potrebna določena zadržanost pri interpretaciji rezultatov opravljenih anket, saj odziv poročevalskih enot ni popoln in se po letih spreminja, prav tako tudi število registriranih poslovnih enot.

Bosna in Hercegovina pred letom 2004 očitno še ni pozicionirana kot pomembna turistična destinacija za slovenske potovalne agencije, saj se uvršča v večjo skupino drugih evropskih držav, ki skupaj komajda dosegajo 2% vseh potovanj in nočitev slovenskih turistov v tujini (SURS, 2004). Iz zgornje tabele pa je razvidno, da se od leta 2004 število agencijskih turistov iz Slovenije, ki potujejo v Bosno in Hercegovino, konstantno povečuje (Tabela 1).

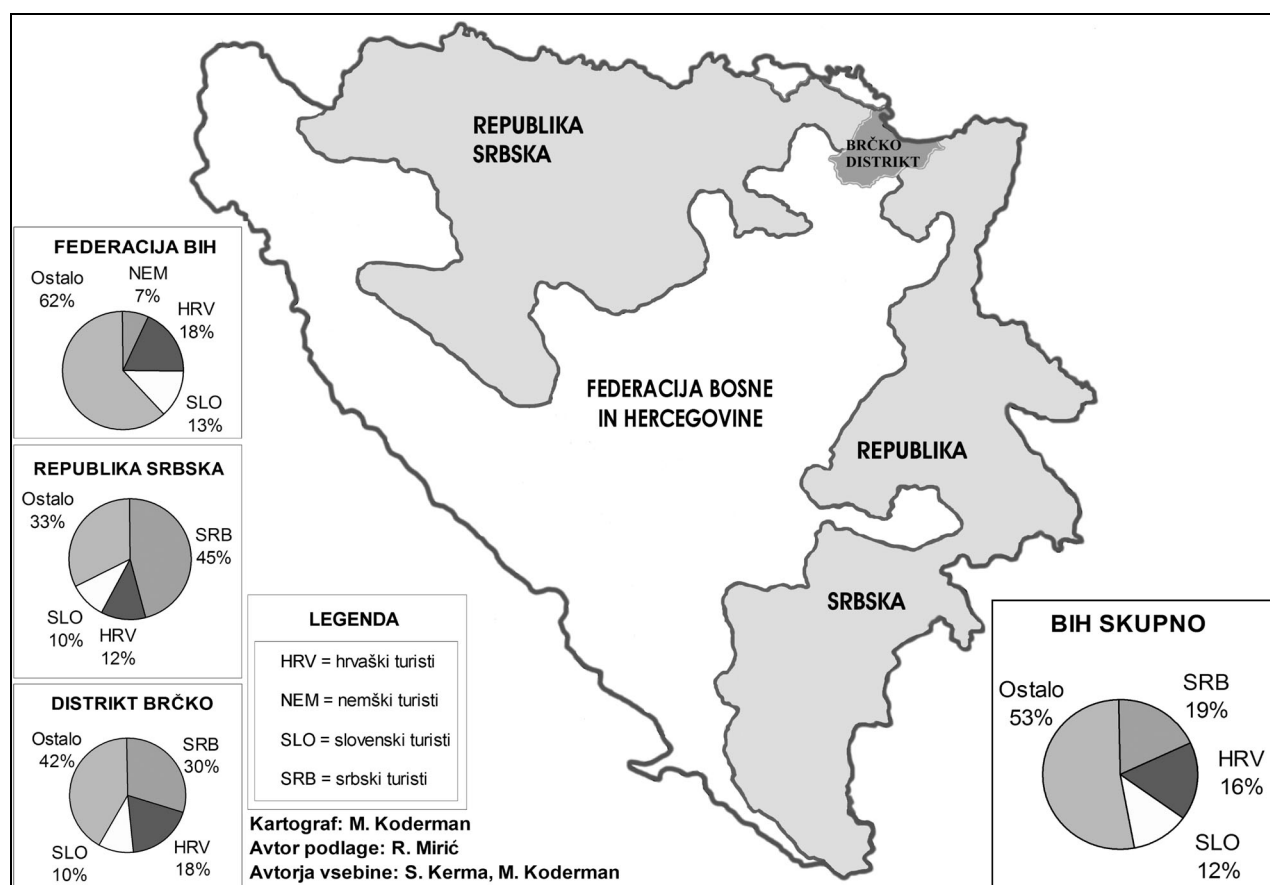
### Registrirani turisti iz Slovenije v Bosni in Hercegovini

Število turistov, ki iz Slovenije potujejo v Bosno in Hercegovino, se torej iz leta v leto opazno povečuje, kar je razvidno tudi iz dosegljivih statističnih podatkov Agencije za statistiko Bosne in Hercegovine – vključno z Ekspozituro Brčko (ASBIH), Federalnega zavoda za statistiko Federacije BiH (FZS) in Republiškega zavoda za statistiko Republike srbske (RZS). Zanimalo nas je predvsem število (registriranih) turistov iz Slovenije in

število njihovih nočitev v primerjavi s številom vseh tujih turistov in njihovih registriranih nočitev v Bosni in Hercegovini skupno ter ločeno po administrativnih enotah. Če se omejimo na leto 2007, lahko na podlagi podatkov navedenih institucij ugotovimo stanje, kot je razvidno iz Tabele 2.

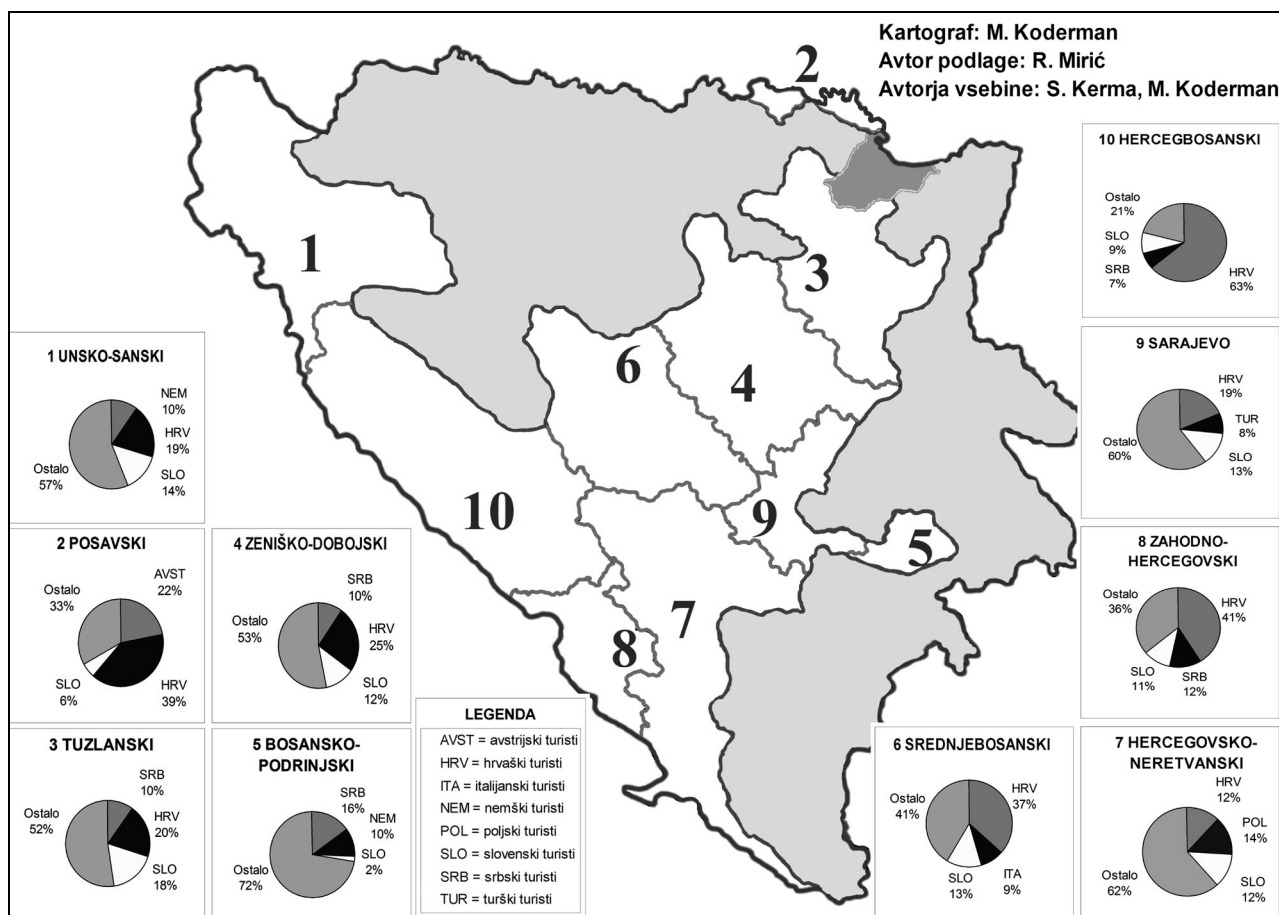
Gostje iz Slovenije predstavljajo relativno pomemben delež glede na skupno število vseh tujih turistov (skoraj 12%) in ustvarjenih nočitev (skoraj 10%) v Bosni in Hercegovini, kar Slovenijo uvršča na skupno 3. mesto za Srbijo in Hrvaško (Slika 3).

V Federaciji BiH je leta 2007 registriranih kar tri četrtine vseh slovenskih turistov v Bosni in Hercegovini. Skoraj 27.000 turistov iz Slovenije predstavlja približno 13 odstotkov vseh tujih gostov, kar pomeni 2. mesto – za Hrvaško (18%) in pred Nemčijo (7%) (FZS, 2008). Precej manjši je delež registriranih turistov iz Slovenije v Republiki srbski (slaba četrtnina vseh v BiH). V primerjavi s tujimi gosti je zabeležen tudi nekoliko nižji delež slovenskih turistov (slabih 10%) in njihovih nočitev (dobrih



Sl. 3: Deleži turistov iz Slovenije med tujimi obiskovalci Bosne in Hercegovine (skupaj) in po administrativnih enotah, 2007 (ASBIH 2008a, ASBIH 2008b, FZS 2008, RZS 2008).

Fig. 3: Proportions of tourists from Slovenia among foreign visitors in Bosnia and Herzegovina in 2007; total number and proportions according to administrative units (ASBIH 2008a, ASBIH 2008b, FZS 2008, RZS 2008).



Sl. 4: Deleži turistov iz Slovenije med tujimi obiskovalci Federacije Bosne in Hercegovine po kantonih, 2007 (FZS 2008, FZS 2008a-2008j).

Fig. 4: Proportions of tourists from Slovenia among foreign visitors according to cantons of the Federation of Bosnia and Herzegovina, 2007 (FZS 2008, FZS 2008a-2008j).

7%), a je Slovenija v okviru te administrativne enote, tako kot na državnem nivoju, še vedno uvrščena na 3. mesto za Srbijo in Hrvaško (RZS, 2008). V Distriktu Brčko sta registrirana dobra 2 odstotka vseh turistov iz Slovenije v Bosni in Hercegovini. To predstavlja nekaj manj kot 10 odstotkov prihodov in dobrih 8 odstotkov nočitev med tujimi turisti, kar je podoben delež kot v Republiki srbski (ASBIH, 2008b).

Nekoliko podrobnejši prikaz prostorske distribucije turistov iz Slovenije v Bosni in Hercegovini po administrativnih enotah smo ločeno pripravili za Federacijo BiH (Slika 4), kar nam omogoča njena specifična teritorialna delitev na kantone oz. županije. Primerjalno daleč največji delež turistov iz Slovenije (skoraj 60%) obišče Kanton Sarajevo, kjer v okviru Federacije BiH ustvarijo tudi polovico vseh nočitev, zato ne preseneča, da je delež v obeh praktično enak (FZS, 2008, Slika 3). Turisti iz Slo-

venije so po zastopanosti tujih turistov v Kantonu Sarajevo le za turisti iz Hrvaške, medtem ko so na 3. mestu gosti iz Turčije. Turisti iz Slovenije so po deležu podobno zastopani še v naslednjih kantonih: Unsko-sanski (14%), Srednjobosanski (13%), Zeniško-dobojski (12%), Hercegovsko-neretvanski (12%) in Zahodnohercegovski (11%), kjer povsod – razen v zadnjem primeru – zasedajo 2. mesto med turisti iz tujih držav. Podobno velja za Tuzlanski kanton, kjer so slovenski gostje takoj za hrvaškimi in kjer med vsemi kantoni dosegajo celo najvišji delež (18%) po zastopanosti turistov iz tujine. Po absolutnem številu vseh turistov iz Slovenije velja izpostaviti Hercegovsko-neretvanski kanton, ki je za Kantonom Sarajevo prepričljivo druga destinacija z opazno večjim deležem nočitev slovenskih gostov. Ti se po deležu vseh nočitev v tem kantonu uvrščajo celo pred hrvaške in takoj za poljske turiste.<sup>3</sup> V ostalih kantonih so turisti iz Slovenije

3 Poljakov je tudi sicer največ med vsemi registriranimi turisti v Hercegovsko-neretvanskem kantonu; poglavitni motiv njihovega obiska je predvsem religiozna značaja – tj. romanje v Međugorje.

podpopprečno zastopani (z manj kot 10%). Še najmanjši delež registriranih slovenskih turistov je zabeležen v Bosansko-podrinjskem kantonu, kjer predstavljajo le 2 odstotka od vseh tujih turistov (Slika 4).

## ANALIZA TURISTIČNE PONUDBE IZBRANIH SLOVENSkih TURISTIČNIH AGENCIJ ZA OBMOČJE BOSNE IN HERCEGOVINE

### Splošne ugotovitve

Podrobne analize turistične ponudbe 67 turističnih agencij in organizatorjev potovanj smo se lotili s pregledom spletnih strani, na katerih so izbrana podjetja navajala večino svojih programov in ponudbe storitev za destinacijo Bosne in Hercegovine.<sup>4</sup> V naslednji fazi so bili s predstavniki vseh podjetij opravljeni krajši telefonski razgovori (Anketa, 2008), s katerimi smo pridobili dodatne relevantne informacije ter si z njimi izdelali natančnejšo podobo o organiziranem potovanju turistov iz Slovenije v obravnavano državo.

Predstavniki turističnih agencij so bili v veliki večini pripravljene sodelovati v raziskavi in so nam posredovali odgovore na zastavljena vprašanja. Le v treh primerih smo ob predstavitvi teme raziskave naleteli na neodobranje sogovornikov in posledično zavrnitev prošnje za sodelovanje. Tem zavrnitvam je v veliki meri botrovala obilica dela in pomanjkanje časa uslužbencev, saj je bila raziskava opravljena v mesecu juliju, ko je čas visoke turistične sezone in je povpraševanje po tovrstnih storitvah turističnih podjetij največje. V mnogih primerih smo zasledili zadržke pri posredovanju podatkov o številu prepeljanih turistov in prodaji turističnih aranžmajev v Bosno in Hercegovino, ker naj bi bila to poslovna skrivnost podjetja. Zavrnitev je bila v nekaj primerih tudi posledica dejstva, da je sedež agencije, kjer zbirajo podatke o številu gostov in prodaji aranžmajev, v tujini, in bi predstavljal postopek pridobitve zelenih podatkov za predstavnika slovenske izpostave preveč dolgotrajno proceduro.

Že iz analize spletnih strani obravnavanih podjetij je bilo moč razbrati, da največ podjetij (53%) ponuja turistični obisk Bosne in Hercegovine v obliki programov organiziranih izletov oz. potovanj, okoli petina jih ponuja posredništvo pri rezervaciji hotelov, ostali (18%) pa ponujajo turistom obe omenjeni storitvi.

Sicer je večina (48,5%) obravnavanih podjetij, ki ponujajo potovanja v Bosno in Hercegovino, tudi njihov izvajalec in organizator, tretjina predstavnikov podjetij pa se po lastnih izjavah uvršča tako med organizatorje

kakor tudi posrednike potovanja za druge turistične agencije. Ob tem je potrebno dodati, da prihaja v nekaterih primerih zaradi vedno večje konkurence na slovenskem turističnem trgu do intenzivnega sodelovanja med organizatorji potovanj, ki se v primeru slabega odziva potrošnikov povezujejo in združujejo prijavljene osebe v enotno skupino do zapolnitve predvidenih mest. Po izjavah predstavnikov podjetij ugotavljamo, da je le 18 odstotkov vseh turističnih agencij, ki tržijo potovanja v kraje Bosne in Hercegovine, zgolj posrednikov oziroma prodajalcev za druga podjetja.

Pri pregledu posameznih itinerarijev turističnih potovanj je bilo ugotovljeno, da se jih večina (58%) osredotoča izključno na območje Bosne in Hercegovine, ostali v svoje programe izletov in potovanj vključujejo poleg obravnavane tudi sosednje države, predvsem Hrvaško in Črno goro, pa tudi Srbijo in Italijo. Ob spletni predstavitvi turistične storitve<sup>5</sup> v Bosni in Hercegovini podjetja večinoma ne vključujejo dodatnih informacij o tej državi; nekatera ponujajo osnovne informacije o glavnih turističnih krajih, le redka podjetja pa turistom ponujajo tudi podrobne informacije o klimi, prebivalstvu in prometnih povezavah.

Večina podjetij se lahko pri organizaciji izleta oziroma potovanja prilagodi željam naročnika. Mnogo organizatorjev je tudi sicer osredotočenih le na zaključene skupine, ki prihajajo po izjavah predstavnikov podjetij iz sindikalnih organizacij, večjih podjetij, šolskih skupin in društev upokoencev. V večjih turističnih agencijah, kjer imajo za posamezne destinacije v Evropi in svetu posebne predstavnike, smo se pri raziskavi obrnili na tiste, ki so posebej odgovorni za območje Bosne in Hercegovine. Ti so nam posredovali precej relevantnih informacij o specifikah obravnavane destinacije.

### Število prodanih storitev v letu 2007

Eden od ključnih podatkov, ki smo ga želeli pridobiti od predstavnikov podjetij, je število prodanih aranžmajev oziroma sklenjenih rezervacij za turistična potovanja v Bosno in Hercegovino v letu 2007. Ob tem smo, kot rečeno, pogosto naleteli na pomisleke zaposlenih, saj naj bi bil ta podatek povezan s poslovnim uspehom podjetja, zato so bili predstavniki podjetij pri podajanju teh informacij dokaj zadržani. Kljub temu nam je uspelo pridobiti podatke za večje število podjetij (45 od 67), število turistov pa na podlagi izjav zaposlenih predstavlja večinoma le okvirno oceno in ne dejansko število prodanih storitev.

4 Seznam analiziranih podjetij s pripadajočimi spletnimi mesti je v Prilogi 1.

5 Pod pojmom "turistična storitev" so upoštevani tako organizirani turistični izleti kakor tudi rezervacije hotelov v obravnavani državi.



**Tabela 3: Število turističnih agencij po obsegu prodanih turističnih storitev za destinacije v BiH v letu 2007 (ocena) (Anketa, 2008).**

**Table 3: Number of tourist agencies according to the amount of sold tourist services for destinations in BiH in 2007 (estimation) (Questionnaire, 2008).**

Število turističnih agencij oziroma organizatorjev potovanj	Število prodanih storitev v letu 2007
13	Do 50
9	Od 51 do 150
9	Od 151 do 300
6	Od 301 do 500
8	Od 501 in več
Skupno število (ocena)	10.830

Kot je razvidno iz Tabele 3, je največ agencij (13) v letu 2007 prodalo do 50 individualnih turističnih storitev za obravnavano državo. V število prodanih storitev so vključeni tako prodani turistični izleti, romanja, smučarski paketi, letovanja kot tudi zgolj rezervacije hotelov v Bosni in Hercegovini. Kar 8 turističnih podjetij je po lastnih navedbah v letu 2007 prodalo več kot 500 tovrstnih turističnih paketov oziroma rezervacij v to državo. Te agencije so bile: CMT, d.o.o., Euroval, d.o.o., Jereb, d.o.o., Kompas, d.d., Nata International, d.o.o., Palma, d.o.o., Putra, d.o.o., in Študentski servis, d.o.o.

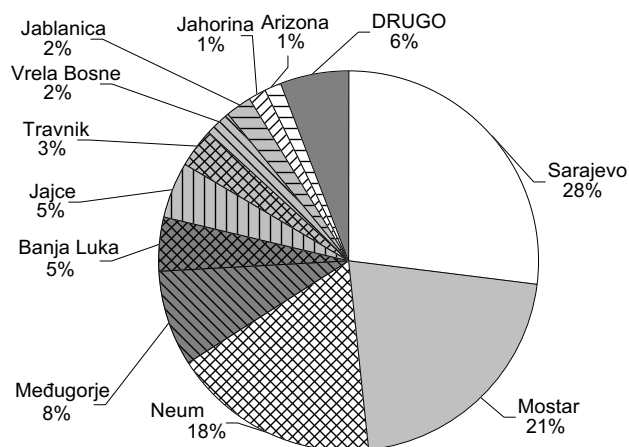
V 45 obravnavanih podjetjih so tako v letu 2007 skupno prodali preko 10.830 turističnih storitev, ki so se nanašale na destinacije v Bosni in Hercegovini. Dejstvo je, da se pridobljena ocena nanaša le na dve tretjini podrobneje analiziranih agencij, zato je podatek o prodanih storitvah pričakovano nekoliko nižji od objavljenega podatka na SURS o številu turistov, ki so v letu 2007 potovali v Bosno in Hercegovino v organizaciji slovenskih potovalnih agencij (glej Tabela 1). Kljub temu (oz. ravno zaradi tega) lahko brez zadržkov trdimo, da se podatka v splošnem medsebojno ujemata in s tem potrjujeta nakazani trend povečevanja zanimanja turistov iz Slovenije za obisk obravnavane države.

#### Programi turističnih potovanj oz. izletov

Pri raziskavi je bilo opaženo, da ima večina podjetij na spletnih straneh naveden precej natančen opis programov posameznih potovanj oz. izletov. Ob dodatnem telefonskem preverjanju spletnih podatkov o programih in cenah pa smo bili s strani zaposlenih večkrat opozorjeni, da nekaterih programov potovanj ni navedenih niti na spletnih straneh niti v katalogih, ker prihaja med sorodnimi podjetji pogosto do kopiranja programov oziroma itinerarijev. Vprašanje "avtorstva" programa je pomembno predvsem pri organizaciji strokovnih ekskurzij, ki so namenjene zaključenim skupinam. Tovrstni turisti so za tematske (npr. gurmanske, glasbene, obrtne ...)

izlete pripravljene plačati nekoliko več pod pogojem, da je program prirejen njihovim zahtevam.

Organizator potovanj in izletov želi turiste pogosto pritegniti tudi s pestrim programom in kakovostnim vodenjem potovanja, pri čemer sodeluje tudi z lokalnimi turističnimi vodniki in agencijami iz ciljne države. V primeru Bosne in Hercegovine k temu izvajalce zavezujejo tudi lokalni predpisi in zakoni.



**Sl. 5: Pogostost pojavljanja turističnih krajev v programih turističnih agencij (Anketa, 2008).**

**Fig. 5: Frequency of tourist destinations appearing in programmes of tourist agencies (Questionnaire, 2008).**

Sicer smo analizirali vse programe potovanj in izletov za območje Bosne in Hercegovine, ki jih organizirajo v obravnavanih podjetjih, in izločili najpogosteje izpostavljene turistične kraje v itinerarijih (Slika 5). Kot lahko razberemo, je najpogostejša destinacija v programih obravnavanih podjetij Sarajevo (28%), sledijo pa mu Mostar (21%), Neum (18%) in Međugorje (8%). Ti štirje kraji se pojavljajo v 75 odstotkih vseh programov, ki jih ponuja 67 obravnavanih slovenskih turističnih agencij.

Iz Slike 5 lahko še ugotovimo, da so v programih nadpovprečno zastopani kraji Federacije Bosne in Hercegovine (Sarajevo, Mostar, Neum, Međugorje, Jaice, Travnik, Vrela Bosne, Jablanica), ki se v povprečju pojavljajo v 88 odstotkih vseh turističnih programov, kraji Republike srbske (Banja Luka, Jahorina) se pojavljajo zgolj v 6 odstotkih programov, Distrikt Brčko (Arizona) pa le v enem odstotku vseh programov. Pod kategorijo drugo smo uvrstili turistične kraje, ki niso presegli eno-odstotnega praga. Med njimi lahko omenimo Visoko, Zenico, Čitluk, Bosansko Gradiško, Ilidžo, Čapljinu in druge.



**Sl. 6: Pestra ponudba turističnih spominkov v Sarajevu (foto: S. Kerma).**  
**Fig. 6: Wide assortment of souvenirs in Sarajevo (photo: S. Kerma).**

Med ponudbo organiziranih potovanj oz. izletov v povprečju prevladuje ponudba dvodnevni in tridnevni aranžmajev v Sarajevo in Mostar. Dokaj pogosto je omenjena tudi sedemdnevna ponudba letovanja v neumskih hotelih, malo pa je daljših potovanj, kjer so glavne destinacije v Bosni in Hercegovini združene z ostalimi turističnimi kraji v sosednjih državah. V Tabeli 4 izpostavljam najpogostejše destinacije, dolžino potovanj in okvirne cene pri obravnavanih podjetjih.

**Tabela 4: Najpogostejše destinacije potovanj, povprečno trajanje in okvirne cene v EUR (Anketa, 2008).**

**Table 4: Most frequent travel destinations, average duration and indicative prices in EUR (Questionnaire, 2008).**

Destinacija	Trajanje (dni)	Okvirna cena (EUR)
Sarajevo	2	95,00–120,00
Sarajevo, Mostar	3	135,00–160,00
Sarajevo, Mostar, dolina Neretve	4	170,00–200,00

#### **Okoliščine, ki vplivajo na odločitve turistov za potovanje v Bosno in Hercegovino**

Iz razgovorov s predstavniki podjetij je bilo poleg že omenjenih informacij razbrati še druge zanimive ugotovitve, ki vplivajo na odločitev turista za posamezno destinacijo. Tako je bil večkrat omenjeni "pull factor" oziroma pritegovalni dejavnik za Bosno in Hercegovino odprava dekreta, ki je od vseh slovenskih državljanov ob vstopu v to državo zahteval potni list. Od februarja 2008 je namreč vstop slovenskim državljanom omogočen le z osebno izkaznico. Odprava tovrstnih administrativnih ovir sicer navidezno majhne pomembnosti je, po izjavah predstavnikov agencij, posledično prinesla večje zanimanje za potovanja v obravnavano državo.

Na odločitve turistov za potovanje v Bosno in Hercegovino vplivajo tudi nestabilne razmere v sosednjih državah. Obravnavana država je tako po mnenju sogovornikov dosegala opazen trend rasti zaradi zaostritve političnih razmer v sosednji državi Srbiji v prvi polovici leta 2008, ko je Kosovo razglasilo neodvisnost. Turisti, ki se sicer za obisk Srbije odločajo iz podobnih razlogov kot v primeru Bosne in Hercegovine (kulturna in na-



**Sl. 7: Slap Kravice je primer naravne dediščine v Bosni in Hercegovini, ki ga turistične agencije v Sloveniji ne vključujejo v programe potovanj (foto: M. Koderman).**  
**Fig. 7: Kravice waterfall is an example of the natural heritage of Bosnia and Herzegovina, which is not included in travel itineraries of Slovene travel agencies (photo: M. Koderman).**

ravna pestrost, "jugonostalgija"), so se v tem obdobju zaradi omenjenega razloga v veliki meri odločali za obisk slednje.

Sicer je povpraševanje po odhodih v Bosno in Hercegovino največje v obdobju prvomajskih in novoletnih praznikov, pa tudi v jesenskem času. Največji trend rasti so dosegli tisti izleti in programi obiska, ki vključujejo obiranje mandarin. Po pridobljenih informacijah je veliko povpraševanja tudi po programih silvestrovanj in programih, ki so namenjeni mladim.

Ker je bila raziskava opravljena v poletnem času, nas je zanimalo tudi povpraševanje turistov po Neumu, edinem obmorskem letovišču v Bosni in Hercegovini. Kot je bilo ugotovljeno v razgovorih, so cene turističnih aranžmajev v tamkajšnjih hotelih, ki trajajo v večini primerov 7 dni, sicer ugodne, vendar nobena od obravnavanih turističnih agencij ne opaža pretiranega zanimanja za letovanje turistov iz Slovenije v tem delu Bosne in Hercegovine. Kot glavni razlog za relativno šibak odziv turistov je bil naveden dostop do plaže, ki je zelo strm, in pretirana pozidanost obale na tem območju.

Turisti se tako v splošnem raje odločajo za nekoliko dražje letovanje na Hrvaškem, kjer je izbira večja in okolje manj urbanizirano.

Od organizatorjev izletov v Bosno in Hercegovino smo želeli tudi izvedeti, katere prometne trase izbirajo pri izvajanju potovanj. Za izhodiščni cilj v Sarajevu je bila tako največkrat omenjena prometna povezava Ljubljana–Zagreb–Slavonski in Bosanski Brod–Sarajevo, ki v Sloveniji in na Hrvaškem v veliki meri poteka po avtocesti. Za potovanja, ki potekajo v dolino Neretve, Neum, Međugorje in Mostar, organizatorji uporabljajo relativno nove avtocestne povezave Zagreb–Split; ti izleti pa se pogosto kombinirajo tudi z drugimi turističnimi kraji na Hrvaškem in v Črni gori (Trogir, Dubrovnik, Budva ...). Pogosto uporabljena prometnica za dostop v Sarajevo oziroma povratek je tudi cesta Sarajevo–Travnik–Jajce, ki se nato navezuje bodisi proti Bihaću in Karlovcu bodisi proti Banja Luki in Zagrebu. Ob tem velja še dodati, da sta tako Travnik kot Jajce pogosta postanka na tej poti.

## SKLEP

V prispevku smo prikazali trend razvoja turizma v Bosni in Hercegovini in širši regiji ter izpostavili značilnosti potovanj turistov iz Slovenije v to državo. Ti v skupnem merilu zasedajo tretje mesto po številu prihodov in nočitev, vendar jih le dobra desetina potuje v BiH v organizaciji turističnih agencij. Ostali na potovanja odhajajo v lastni organizaciji, prenočujejo pa najpogosteje pri sorodnikih oziroma prijateljih ali pa celo v lastnih počitniških hišah. Leta 2007 je kar tri četrtine vseh gostov iz Slovenije obiskalo Federacijo BiH, v okviru slednje pa je bilo 60 odstotkov registriranih v Kantonu Sarajevo. Na kantonalnem nivoju je druga najbolj obiskana destinacija Hercegovsko-neretvanski kanton z Mostarjem in Međugorjem, medtem ko je delež turistov iz Slovenije med tujimi obiskovalci največji v Tuzlanskem kantonu (18%).

V nadaljevanju smo predstavili nekaj najpomembnejših rezultatov raziskave med slovenskimi turističnimi agencijami, ki v svojo ponudbo vključujejo (tudi) destinacije Bosne in Hercegovine. Ugotovili smo, da je BiH relativno pogosto prisotna v ponudbi agencij; evidentirali smo 67 podjetij, ki to destinacijo tržijo preko spletnih strani, in z njimi opravili telefonske razgovore. Na podlagi pridobljenih informacij gre sklepati, da večina agencij ponuja organizirana potovanja ali izlete, manjši je delež tistih, ki ponujajo rezervacije hotelov. Pridobili smo tudi oceno prepeljanih turistov v letu 2007, ki je v grobem primerljiva z ocenami Statističnega urada RS.

Prav tako so zanimivi izsledki o posameznih krajih, ki prevladujejo v programih (itinerarijih) turističnih agencij. V njih z velikim deležem prevladujejo kraji iz Fede-

racije BiH – med njimi so največkrat omenjeni Sarajevo, Mostar, Neum in Međugorje – ter Distrikt Brčko, medtem ko kraji iz Republike srbske (še) niso tako pogosti v programih agencij. V zaključku smo podali oceno o povprečni dolžini in ceni potovanj v Bosno in Hercegovino. Prevladujejo 2- do 4-dnevni izleti s ceno od 100 do 200 EUR po osebi. Nazadnje smo izpostavili okoliščine in prevladujoče motive turistov iz Slovenije za potovanja v obravnavano državo.

Ob tem lahko ugotovimo, da se, sodeč po predstavljenih rezultatih raziskave, Bosna in Hercegovina počasi, a vztrajno ponovno vrača v zavest slovenskih turistov kot kulturno, naravno, versko, zgodovinsko, počitniško, kulinarčno, športno in še kako drugače zanimiva destinacija. Izjave anketiranih informatorjev iz obravnavanih slovenskih turističnih agencij nas prepričujejo v dejstvu, da se sicer precej turistov iz Slovenije pri izbiri destinacije obnaša pragmatično (cena, politične razmere, udobje idr.), a jih večina do obravnavane dežele goji pretežno pozitivna čustva, ki ugodno vplivajo na njen obisk.

Turizem velja ponovno izpostaviti kot enega ključnih dejavnikov z visoko dodano vrednostjo, ki povojnemu gospodarstvu Bosne in Hercegovine ponuja pomemben zagon in nove perspektive za domače prebivalstvo (razvoj infrastrukture, malega in srednjega podjetništva, povečanje števila delovnih mest itd.). Menimo, da bi nadaljnji ukrepi za razvoj turizma v državi, kot jih denimo navaja Kurtović (2006a, 522–523), morali vključevati tudi izdelavo specifičnih pristopov za posamezne ciljne trge, pri čemer so mišljene zlasti države iz sosesčine, od koder prihaja velika večina turistov v Bosni in Hercegovini. Delež gostov iz Slovenije bi se po naših predvidevanjih ob tem še dodatno povečal.

## CHARACTERISTICS OF ORGANISED TOURIST TRIPS FROM SLOVENIA TO BOSNIA AND HERZEGOVINA

*Miha KODERMAN*

University of Primorska, Science and Research Centre of Koper, SI-6000 Koper, Garibaldijska 1  
e-mail: miha.koderman@zrs.upr.si

*Simon KERMA*

University of Primorska, Science and Research Centre of Koper, SI-6000 Koper, Garibaldijska 1  
e-mail: simon.kerma@zrs.upr.si

### SUMMARY

*In this contribution we expose tourism development trends in Bosnia and Herzegovina and its wider region and emphasise the characteristics of tourist travels to this country from Slovenia. Tourist from Slovenia are third most common tourists in BiH with respect to the number of overnight stays, however, this contribution will show that only 10% of their trips are organised by travel agencies. The rest organise their travel by themselves and most commonly spend nights at their relatives or friends or even in their own vacation houses. In 2007 as much as three quarters of Slovene visitors visited the Federation of BiH, 60% of those registered in the Sarajevo Canton. On the level of cantons, the second most visited destination was the Hercegovina-Neretva Canton with Mostar and Međugorje, while the proportion of Slovene tourists among all foreign visitors is largest in the Tuzla Canton (18%).*

*Next we present some of the most important results of the study concerning Slovene tourist agencies, which include among others the destinations in Bosnia and Herzegovina. We found that BiH is relatively commonly present among the destinations offered by agencies; we have recorded 67 companies offering this destination on the internet and we included them in our telephone surveys. On the basis of information gathered, it can be concluded that most agencies offer organised travels and excursions, while the proportion of those offering hotel reservations is considerably smaller. We have also acquired an estimated number of Slovene tourists in BiH in 2007, which is roughly comparable with the estimations of the Statistical Office of RS.*

*The findings concerning individual localities, included in tourist agency itineraries, are interesting as well. The most common by far are localities from inside the Federation of BiH – among them Sarajevo, Mostar, Neum, Međugorje, and Brčko District have been mentioned most often, while localities in Republika Srpska are not (yet) very common in tourist itineraries. In the conclusion we give an estimate of the average duration and price of travels to Bosnia and Herzegovina. Two to four day travels ranging in price between 100 and 200 euros per person were found to be the most common. We have also outlined the circumstances and prevailing motives of tourist from Slovenia for travelling to this country.*

*The results of the study presented here provided grounds for establishing that Bosnia and Herzegovina is slowly but persistently regaining attention of tourists from Slovenia as a cultural, natural, religious, and historical holiday destination, interesting also for its cuisine, sports opportunities and for other reasons. The answers of informers from Slovene tourist agencies we interviewed have made a convincing argument for the fact that it is usual for tourists from Slovenia to act in a pragmatic manner when choosing a travel destination (with respect to the price, circumstances, comfort, etc.), however, most of them regard Bosnia and Herzegovina with a positive attitude, which effects their decision to visit in a favourable way.*

*Tourism is worth emphasising as one of the key segments of the post-war economy of Bosnia and Herzegovina with high added value, which provides important momentum and a new perspective for the local population (development of infrastructure, small and middle scale enterprises, increase of required labour resources, etc.). We believe that further steps for tourist development in the country to be taken, for instance, like those suggested by Kurtović, 2006a, should include the elaboration of specific approaches for individual target markets, which applies particularly to the neighbouring countries, where a large majority of tourists coming to Bosnia and Herzegovina originate from. According to our forecast, this would cause the proportion of visitors from Slovenia to increase further.*

**Key words:** Bosnia and Herzegovina, Slovenia, organised tourist travels, tourist destinations in Bosnia and Herzegovina, geography of tourism

## VIRI IN LITERATURA

- Anketa (2008):** Telefonska raziskava med izbranimi slovenskimi turističnimi agencijami/organizatorji potovanj. Koper, Univerza na Primorskem, Fakulteta za humanistične študije Koper, julij 2008.
- ASBIH (2008a):** Bosna i Hercegovina, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine. Priopćenje – Statistika turizma, Sarajevo. [Http://www.bhas.ba](http://www.bhas.ba) (2. 7. 2008).
- ASBIH (2008b):** Bosna i Hercegovina, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine – Ekspozitura Brčko. Bilten – Statistički podaci, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (2. 7. 2008).
- Drešković, N., Đug, S. (2006):** Uspostava zaštićenih područja prirode u Kantonu Sarajevo i mogućnosti njihove ekoturističke valorizacije. *Annales - Series historia et sociologia* 16, 1. Koper, 233–246.
- Đorđević, Ž., D. (2005):** Balkanske zemlje u savremenim turističkim tokovima – mogućnosti i perspektive. V: Bufon, M. (ur.): Slovenija po letu 2004: mostišče med EU in Jugovzhodno Evropo? Koper, Univerza na Primorskem, Znanstveno-raziskovalno središče, Založba Annales, Zgodovinsko društvo za južno Primorsko, 103–111.
- FZS (2008):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Statistički godišnjaci/ljetopisi i godišnji podaci. Turizam i ugostiteljstvo, turizam – 2007. [Http://www.fzs.ba/god2008/17.pdf](http://www.fzs.ba/god2008/17.pdf) (7. 7. 2008).
- FZS (2008a):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Bosansko-podrinjski kanton u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008b):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Kanton 10 u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008c):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Hercegovačko-neretvanski kanton u brojkama, Sarajevo, 2008. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008d):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Kanton Posavski u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008e):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Kanton Sarajevo u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008f):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Srednjobosanski kanton u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008g):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Tuzlanski kanton u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008h):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Unsko-sanski kanton u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008i):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Zapadno-hercegovački kanton u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- FZS (2008j):** Federacija Bosne i Hercegovine, Federalni zavod za statistiku. Zeničko-dobojski kanton u brojkama, Sarajevo. [Http://www.fzs.ba](http://www.fzs.ba) (7. 7. 2008).
- Kurtović, H. (2006a):** Tourism as factor of reconciliation in Bosnia and Herzegovina and a broader region. V: Bufon, M. et al. (ur.): *The western Balkans – A European Challenge*. Koper, Univerza na Primorskem, Založba Annales, 515–523.
- Kurtović, H. (2006b):** Uticaj pridruživanja Slovenije EU na ulaganja u turističku privredu u Bosni i Hercegovini. *Annales - Series historia et sociologia*, 16, 1. Koper, 213–220.
- Nurković, S., Mirić, R. (2006):** The Political-territorial System of Bosnia and Herzegovina as a Factor of Transformation of the Regional-geographical Structure. V: Bufon, M. et al. (ur.): *The western Balkans – A European Challenge*. Koper, Univerza na Primorskem, Založba Annales, 421–436.
- Panov, N. in Čalovski, T. (2005):** The political and economic state as an influential factor for development of tourism in the countries of the Balkan peninsula. V: Spahić, M. (ur.): *Zbornik radova prvog kongresa geografa Bosna i Hercegovine*. Sarajevo, Geografsko društvo Federacije Bosne i Hercegovine.
- RZS (2008):** Republika Srpska, Republički zavod za statistiku. Saopštenje statistike turizma, Banja Luka, 2008. [Http://www.rzs.rs.ba](http://www.rzs.rs.ba) (15. 7. 2008).
- SURS (2004):** Statistični urad Republike Slovenije. Slovenske potovalne agencije, Slovenija, 2003 / Slovenian travel agencies, Slovenia, 2003. Statistične informacije, št. 241/2004 / Rapid Reports No 241/2004. [Http://www.stat.si](http://www.stat.si) (21. 8. 2008).
- SURS (2005–2008):** Statistični urad Republike Slovenij. Slovenske potovalne agencije, Slovenija 2004–2007. [Http://www.stat.si](http://www.stat.si) (21. 8. 2008).
- SURS:** Turistična potovanja domačega prebivalstva, Slo University of Primorska, Scienca and Research Centre of Koper, venija, 2007 / Tourism travels of domestic population, Slovenia, 2007. Statistične informacije, št. 24/2008 / Rapid Reports No 24/2008. [Http://www.stat.si/doc/statinf/21-si-082-0801.pdf](http://www.stat.si/doc/statinf/21-si-082-0801.pdf) (13. 5. 2008).
- WTO (2002):** World Tourism Organization. Compendium of Tourism Statistics (1996–2000). Edition 2002. Madrid, World Tourism Organization.
- WTO (2002):** World Tourism Organization. Compendium of Tourism Statistics, Data 2001–2005. Edition 2007. Madrid, World Tourism Organization.

**Priloga 1: Abecedni seznam v podrobno analizo vključenih slovenskih turističnih agencij / organizatorjev potovanj in njihova spletna mesta**

Zap. št.	Turistična agencija / organizator potovanj	Spletno mesto
1	A & B D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.a-b-agencija.si/">http://www.a-b-agencija.si/</a>
2	ADRIA AIRWAYS D.D., Ljubljana	<a href="http://www.adria-airways.com/">http://www.adria-airways.com/</a>
3	ADRIATICA – CENTER POTOVANJ, Ljubljana	<a href="http://www.centerpotovanj.si/">http://www.centerpotovanj.si/</a>
4	AGENCIJA CAPRIS TIME – A. KOLENC, S. P., Koper	<a href="http://www.caprismtime-sp.si/">http://www.caprismtime-sp.si/</a>
5	ALAMUT, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.oskar-lj.si/">http://www.oskar-lj.si/</a>
6	ALPE ADRIA INTERNATIONAL, D.O.O., Kranj	<a href="http://www.alpeadria-int.si/">http://www.alpeadria-int.si/</a>
7	ALPETOUR POTOVALNA AGENCIJA, D.D., Kranj	<a href="http://www.alpetour.si/">http://www.alpetour.si/</a>
8	ARITOURS, D.O.O. Maribor	<a href="http://www.aritours.si/">http://www.aritours.si/</a>
9	AVANTURA, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.avantura.si/">http://www.avantura.si/</a>
10	BONUS TA – SERGEJA ZUBKOV, S. P., Maribor	<a href="http://www.bonus.si/">http://www.bonus.si/</a>
11	BURIN-CLUB, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://burin-club.com/">http://burin-club.com/</a>
12	CMT, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.collegium.si/">http://www.collegium.si/</a>
13	DOBER DAN, D.O.O., Celje	<a href="http://www.dober-dan.si/">http://www.dober-dan.si/</a>
14	DRUŽINA, D.O.O. – TA TRUD, Ljubljana	<a href="http://www.druzina.si/">http://www.druzina.si/</a>
15	EUROVAL, D.O.O., Hoče	<a href="http://www.euroval.si/">http://www.euroval.si/</a>
16	EVROPA-TRANS, D.O.O., Maribor	<a href="http://www.evropa-trans.si/">http://www.evropa-trans.si/</a>
17	EXPLORA, D.O.O., Nova Gorica	<a href="http://www.explora.si/">http://www.explora.si/</a>
18	GALILEO 3000, D.O.O., Maribor	<a href="http://www.galileo3000.si/">http://www.galileo3000.si/</a>
19	GLOBTOUR, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.globtour.si/">http://www.globtour.si/</a>
20	GLOBUS, d.o.o., Maribor	<a href="http://www.globus.si/">http://www.globus.si/</a>
21	GREMTOUR.SI, JOŽEF ŠLENC, S. P., Ilirska Bistrica	<a href="http://www.grem.si/">http://www.grem.si/</a>
22	HELIA, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.helia.si/">http://www.helia.si/</a>
23	INTEGRAL ZAGORJE, D.O.O., Zagorje	<a href="http://www.integral-zagorje.si/">http://www.integral-zagorje.si/</a>
24	INTERFLASH, D.O.O., Trebnje	<a href="http://www.interflash.si/">http://www.interflash.si/</a>
25	JEREB, D.O.O., Gorenja Vas	<a href="http://www.jereb.si/">http://www.jereb.si/</a>
26	KAŽIPOT TOURS, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.kazipottours.si/">http://www.kazipottours.si/</a>
27	KOMPAS, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.kompas.si/">http://www.kompas.si/</a>
28	KOMPAS NOVO MESTO, D.O.O., Novo Mesto	<a href="http://www.robinson-sp.si/">http://www.robinson-sp.si/</a>
29	LAST MINUTE SANDRA SEVER, S. P., Murska Sobota	<a href="http://www.zadnjaminuta.net/">http://www.zadnjaminuta.net/</a>
30	LEJA TURIZEM - L. JANKOVIČ, S. P., Celje	<a href="http://www.leja-turizem.si/">http://www.leja-turizem.si/</a>
31	LINDA, D.O.O., Kranj	<a href="http://www.linda.si/">http://www.linda.si/</a>
32	LUX-TURIZEM – A. ŠAUTA, S. P., Ljubljana	<a href="http://www.lux-turizem.si/">http://www.lux-turizem.si/</a>
33	M & M TURIST, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.mm-turist.si/">http://www.mm-turist.si/</a>
34	MANA, D.O.O., Novo Mesto	<a href="http://www.mana.si/">http://www.mana.si/</a>
35	NATA INTERNATIONAL, D.O.O., Ig	<a href="http://www.nata-int.si/">http://www.nata-int.si/</a>
36	NATURA VIVA – METKA PAHOR, S. P., Kamnik	<a href="http://www.natura-viva.com/">http://www.natura-viva.com/</a>
37	OJLA, D.O.O., Šempeter pri Celju	<a href="http://www.d-dan.si/">http://www.d-dan.si/</a>
38	OREL CELJE, D.O.O., Celje	<a href="http://www.orel-travel.si/">http://www.orel-travel.si/</a>
39	PA POTNIK TURIZEM – M. KRIVEC, S. P., Novo Mesto	<a href="http://www.potnik-sp.si/">http://www.potnik-sp.si/</a>
40	PALMA, D.O.O., Celje	<a href="http://www.palma.si/">http://www.palma.si/</a>
41	POHORJE TOURS, BORUT ZADEK, S. P., Oplotnica	<a href="http://www.pohorje-tours.com/">http://www.pohorje-tours.com/</a>
42	POPOTNIK, D.O.O., Celje	<a href="http://tapopotnik.com/">http://tapopotnik.com/</a>
43	POTOVALNA AGENCIJA EKVATOR, D.O.O., Vrhnika	<a href="http://www.ekvator-travel.com/">http://www.ekvator-travel.com/</a>
44	PA SEVENSTARS PETRA TREVEN, S. P., Ljubljana	<a href="http://www.sevenstars.si/">http://www.sevenstars.si/</a>
45	POTOVANJE, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.potovanje.si/">http://www.potovanje.si/</a>
46	POZEJDON TURIZEM, MATJAŽ TOMANIČ, S. P., Rače	<a href="http://www.pozejdon-turizem.com/">http://www.pozejdon-turizem.com/</a>
47	PUTRA, D.O.O., Murska Sobota	<a href="http://www.putra.si/">http://www.putra.si/</a>
48	RELAX TURIZEM, D.O.O., Dravograd	<a href="http://www.relax.si/">http://www.relax.si/</a>
49	SAJKO TURIZEM, D.O.O., Slovenska Bistrica	<a href="http://www.sajko-turizem.si/">http://www.sajko-turizem.si/</a>

Zap. št.	Turistična agencija / organizator potovanj	Spletno mesto
50	SMTOURS, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.smtours.com/">http://www.smtours.com/</a>
51	STC, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://srbski-turisticni-center.net/">http://srbski-turisticni-center.net/</a>
52	STEA, D.O.O., Šmarje pri Jelšah	<a href="http://www.stea.si/">http://www.stea.si/</a>
53	STILBI, D.O.O., Postojna	<a href="http://www.stilbi.si/">http://www.stilbi.si/</a>
54	STOP, D.O.O., Ljubljana	<a href="http://www.stop-spa.si/">http://www.stop-spa.si/</a>
55	STREET TOUR, D.O.O., Portorož	<a href="http://www.street-tour.com/">http://www.street-tour.com/</a>
56	ŠTUDENSKI SERVIS, D.O.O., Maribor	<a href="http://www.dontravel.si/">http://www.dontravel.si/</a>
57	SVET POTOVANJ, D.O.O., Šmarje pri Jelšah	<a href="http://www.svet-potovanj.si/">http://www.svet-potovanj.si/</a>
58	T. A. COLUMB TINA SODEC, S. P., Trbovlje	<a href="http://www.columb-sp.si/">http://www.columb-sp.si/</a>
59	T. A. MARCO POLO, DARKO LOKAR, S. P., Ajdovščina	<a href="http://www.marcopolo.si/">http://www.marcopolo.si/</a>
60	TA NOVA ZDENKA BOGATAJ, S. P., Idrija	<a href="http://www.tanova.si/">http://www.tanova.si/</a>
61	TA POTEPUH – M. B. DOLINAR, D.O.O., Celje	<a href="http://www.potepuh.si/">http://www.potepuh.si/</a>
62	TA ZUM – MATJAŽ ZUPANC, S. P., Celje	<a href="http://www.zumtours.com/">http://www.zumtours.com/</a>
63	TEIDE, D.O.O., Slovenska Bistrica	<a href="http://www.teide.si/">http://www.teide.si/</a>
64	TENTOURS, D.O.O., Domžale	<a href="http://www.tentours.si/">http://www.tentours.si/</a>
65	TGT 56 – ODISEJ, D.O.O., Kranj	<a href="http://www.odisej.net/">http://www.odisej.net/</a>
66	TRITON TURIZEM, D.O.O., Medvode	<a href="http://www.triton-turizem.si/">http://www.triton-turizem.si/</a>
67	TURISTIČNA AGENCIJA SONČEK, D.O.O., Maribor	<a href="http://www.sonchek.com/">http://www.sonchek.com/</a>