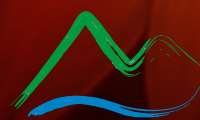




TERRA
PUTEVI MEDA
KROZ DURMITOR
I HERCEGOVINU

MAPA

LANCA VRIJEDNOSTI MEDA



IPA Cross-border Cooperation Programme
Bosnia and Herzegovina - Montenegro



This project is funded by the European Union
Ovaj projekat financira Europska unija



MAPA

LANCA VRIJEDNOSTI MEDA



TERRA
PUTEVI MEDA
KROZ DURMITOR
I HERCEGOVINU





Sadržaj

Uvod	5	3.3 Fokus grupe.....	13
1 Turistički proizvod „Putevi meda“ ...	6	3.3.1 Gacko	13
1.1 Geografsko područje.....	6	3.3.2 Mostar	15
1.2 Sporazum sa akterima	7	3.3.3 Ravno.....	15
1.3 Sadržaj rute	8	3.3.4 Trebinje.....	17
2 Lanci vrijednosti	9	4 Mapirani akteri	18
2.1 Definicija lanca vrijednosti.....	9	4.1 Pčelari.....	18
2.2 Lanac vrijednosti za med.....	10	4.2 Restorani i hoteli	19
3 Mapiranje i verifikacija aktera	11		
3.1 Mapiranje aktera.....	11		
3.1.1 Udruženja pčelara.....	11		
3.1.2 Hoteli i restorani.....	12		
3.1.3 Proizvođači pčelinjih proizvoda .	12		
3.2 Lokacije za „Kućice meda“	13		







Uvod

Projekt „Tipični proizvodi kao pokretač razvoja ruralnih područja – TERRA- Putevi meda kroz Durmitor i Hercegovinu“ je projekt koji financira Europska unija u okviru IPA programa prekogranične suradnje Bosna i Hercegovina – Crna Gora 2007-2013. Nositelji projekta su: Udruženje za poduzetništvo i posao LiNK Mostar (BiH) i Savez pčelarskih organizacija Crne Gore (Crna Gora), a partneri na projektu su: Centar za inicijative iz oblasti održivog turizma (Crna Gora) i Udruženje „Okusi Hercegovinu“ (BiH). Ukupna vrijednost projekta iznosi 412.464 € od čega EU financira 84,70%. Projekt će se provoditi 22 mjeseca na područjima gradova Trebinje i Mostar, te općina Nevesinje, Gacko, Bileća, Berkovići, Ravno, Stolac i Ljubinje (BiH) te općina Žabljak, Plužine, Šavnik, Nikšić, Mojkovac i Kolašin (Crna Gora). Opći cilj projekta je unaprijediti životne standarde kroz podršku i promociju ruralnog razvoja i turizma putem tipičnih proizvoda koji generiraju prihode i zapošljavanje. Projekt za cilj ima ubrzati razvoj ruralnih područja kroz valorizaciju i komercijalizaciju meda kao tipičnog proizvoda i omogućiti daljnji razvoj tipičnih proizvoda na ciljanom području u skladu sa primjerima dobre prakse u EU.

Jednostavno rečeno, projektom će se uspostaviti turistički proizvod „Putevi meda“.

Prva provedena aktivnost za uspostavu turističkog proizvoda je istraživanje / mapiranje koje je rađeno u cilju identificiranja svih aktera, njihovog stava/spremnosti i mogućnosti daljnjeg proširivanja ponude rute „Putevi meda“.

Mapiranje je uključilo identifikaciju svakog pojedinog aktera (pčelare, udruženja pčelara, poslove u turizmu, potencijalne poslove, turističke organizacije i promotivno/prodajna mjesta, organe vlasti).

Mapiranje je verifikovano na 4 fokus grupe koje su organizovane kako bi sve aktere učinili svjesnima o rezultatima istraživanja/mapiranja, informirali ih o njihovoj mogućoj ulozi u razvoju tipičnih proizvoda (s fokusom na Rutu „Putevi meda“), njihovim mogućnostima i razini spremnosti. Fokus grupe su omogućile da se okupe akteri u male grupe za raspravu.

1. Turistički proizvod „Putevi meda“

Turistički proizvod “Putevi meda kroz Durmitor i Hercegovinu” po svome karakteru je tematski turistički proizvod, definisane tematike i standarda ponude i usluga.

“Putevi meda Durmitora i Hercegovine” ima za tematiku antropološke, etnološke, kulturne, tradicionalne i gastronomske vrijednosti Bosne i Hercegovine i Crne Gore sa vodiljom u prezentaciji proizvoda na bazi meda. Tematika proizvoda se prezentuje na marketinškim materijalima i usmenom prezentacijom.

1.1 Geografsko područje

„Putevi meda” obuhvataju pogranično područje područje Bosne i Hercegovine i Crne Gore. Proteže se od Mostara u Hercegovini do Kolašina na sjeveru Crne Gore. U Bosni i Hercegovini „Putevi meda” su kružna ruta oko glavnih putnih pravaca Mostar – Gacko – Trebinje – Ravno – Stolac- (Berkovići) – Mostar. U Crnoj Gori ruta obuhvata područje oko puta Nikšić – Šavnik – Plužine – Trsa – Žabljak – Mojkovac – Kolašin – Boan.



Skica 1. “Putevi meda kroz Durmitor i Hercegovinu”



1.2 Sporazum sa akterima

U cilju implementacije projekta, sa korisnicima je potpisan sporazum o saradnji koji definiše prava i obaveze aktera.

Korisnici projekta „Tipični proizvodi kao pokretač ruralnog razvoja-TERRA-Putevi meda kroz Durmitor i Hercegovinu“ su na osnovu sporazuma suglasni da budu aktivni učesnici tematske rute. Tematska ruta će se sastojati od korisnika čiji proizvodi i usluge ispunjavaju izvjesne standarde i uvjete postavljene od strane stručnog projektnog tima, koji će na licu mjesta ocijeniti mogućnost njihovog uključenja u rutu, kao i potrebu i stepen unaprijeđenja proizvoda i usluga.

Stoga, korisnici projekta su spremni na punu saradnju i u cilju unapređenja svoje turističke ponude, obavezuju se da ispune sljedeće uslove:

1. Radionice i seminari: aktivno učestvuju na edukativnim radionicama i seminarima. Teme radionica i seminara će biti u skladu sa potrebama korisnika projekta u cilju kreiranja standardizirane turističke ponude i proizvoda na bazi meda.

2. Pilot ture: izabrani učesnici rute su obavezni da realizuju pilot turističku ponudu na bazi ugošćavanja za najmanje 5 turističkih posjetilaca.

3. Studijsko putovanje: izjasne se o spremnosti priključivanja studijskom putovanju koje će biti organizovano tokom 2016. godine, a u okviru kojega će aktivno učestvovati na uzajamnoj razmjeni znanja i iskustava između lokalnih zajednica i turističkih poduzetnika Crne Gore i Bosne i Hercegovine.

S druge strane, projektni tim se obavezuje da:

1. Radionice i seminari: organizuje, aktivno učestvuje i snosi troškove edukativnih radionica i seminara sa ciljem da se uspostavi i usaglasi način upravljanja tematskom rutom i nakon završetka projekta.

2. Pilot ture: angažuje i pokrije troškove stručnog konsultantskog tima koji će posjetiti korisnike projekta, dati mišljenje o njihovoj ponudi i stepenu zadovoljenja standarda za uključenje u tematsku stazu i shodno tome sugerisati smjernice za njeno unapređenje.

3. Studijsko putovanje: odabranim predstavnicima turističkih agencija pokrije troškove 3-dnevnog studijskog putovanja u Crnu Goru i Hercegovinu kao i troškove profesionalnog fotografa i kamermana koji će tokom putovanja napraviti foto materijal i video zapis za korištenje u svrhe promoviranja jedinstvene turističke ponude - 'Putevi meda kroz Durmitor i Hercegovinu'.

4. Infrastrukturni radovi: snosi troškove izrade, uređenja i postavljanja 7 signalnih tabli i 4 objekta koji će biti na raspolaganju korisnicima projekta za potrebe organizovanog izlaganja i prodaje proizvoda od meda.

5. Marketing i održavanje: snosi troškove izrade i distribucije promotivnog materijala, izrade i pozicioniranja web site-a u okviru postojećeg web portala www.ethnogastro-balkan.net, kao i njegovog održavanja najmanje godinu dana nakon završetka projekta.



1.3 Sadržaj rute

Turistički proizvod odnosno ruta Putevi meda uključuje:

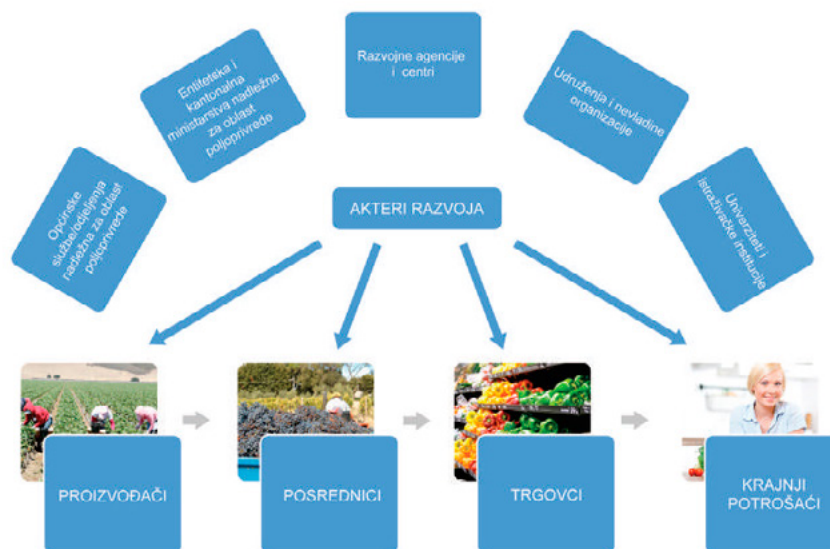
- Četiri promotivno/prodajna mjesta „Kućice meda“ na području Bosne i Hercegovine i 4 promotivno/prodajna mjesta na području Crne Gore koje će biti „motori“ razvoja i djelovanja rute. Predviđena promotivno/prodajna mjesta u Bosni i Hercegovini su: Mostar, Gacko, Ravno i Trebinje.
- Proizvođači meda koji će funkcionisati kao obrazovno prodajne tačke.
- Restorani i hoteli koji će distribuirati promotivni materijal i uključiti proizvode bazirane na medu u njihovu turističku ponudu.
- Predane lokalne vlasti, akteri razvoja turizma i akademska zajednica koji će svojim radom obogaćivati i dalje razvijati turistički proizvod.

2. Lanci vrijednosti

2.1 Definicija lanca vrijednosti

Lanac vrijednosti predstavlja niz aktivnosti (kojima upravljaju akteri razvoja) koje su potrebne da bi proizvod ili uslugu doveli od stvaranja, posredstvom faza proizvodnje, do krajnjeg potrošača i uključuje proizvođača (registrirani mali biznis i porodično poljoprivredno gazdinstvo/poljoprivrednik koji obavlja poljoprivrednu proizvodnju), i posrednike (subjekte koji se bave trans-

portom, procesuiranjem, skladištenjem, pakovanjem, marketingom, te zadrugel), kao i maloprodajne i veleprodajne subjekte kao subjekte putem kojih poljoprivredni proizvod dolazi do krajnjeg potrošača kao posljednje instance u lancu. U definiciju uključujemo i subjekte koji pružaju poslovno-savjetodavne usluge odnosno tzv. aktere razvoja koji svojim aktivnostima pomažu malom proizvođaču da se uključi u lanac vrijednosti, održi i razvije svoje poslovanje (Slika 1.).



Slika 1. Lanac vrijednosti

2.2 Lanac vrijednosti za med

U lancu vrijednosti meda, sirovinu obezbjeđuju proizvođači rojeva i matica sa područja Hercegovine. Osiguranje dovoljne količine i kvaliteta rojeva i matica predstavlja poseban izazov za ovaj lanac vrijednosti, budući da je prinos meda izuzetno osjetljiv na klimatske uslove. Dodatna pitanja u lancu vrijednosti jesu a) kako doći do pouzdanih informacija o sirovinama i b) na koji način se može utjecati na povećanje sirovinske baze.

Raznolikost klime i vegetacije, čist okoliš i postojanje tradicije u pčelarstvu dobri su preduvjeti za proizvodnju visokokvalitetnog meda. Najvažniji pčelarski proizvodi su med, pčelinji vosak, matična mliječ, polen i pčelinji otrov. Pčelarstvo predstavlja 1% od ukupne poljoprivredne proizvodnje u BiH. Ukupna proizvodnja meda u BiH ne može zadovoljiti potrebe domaćeg tržišta. Procjenjuje se da je godišnji uvoz meda u BiH na razini između 500 i 1,000 tona. BiH uvozi med uglavnom iz Slovenije i Hrvatske. Identifikovani proizvođači meda u regiji su a) mali proizvođači, b) zadruge i c) Udruženja. Za proizvođače je važno da imaju adekvatnu: a) tehnologiju, b) ambalažu, c) dizajn i imidž proizvoda.

Med se plasira krajnjim potrošačima trenutno a) od strane malih proizvođača direktno krajnjem kupcu, b) zadruge ga plasiraju preko svojih lanaca prodaje, a u budućnosti će se moći plasirati i uz pomoć u promociji od strane turističkog proizvoda „Putevi meda“.





3. Mapiranje i verifikacija aktera

Prva provedena aktivnost je istraživanje / mapiranje koje je rađeno u cilju identificiranja svih aktera, njihovog stava/spremnosti i mogućnosti daljeg proširivanja ponude rute „Putevi meda“. Mapiranje je uključilo identifikaciju svakog pojedinog aktera (pčelare, udruženja pčelara, poslove u turizmu, potencijalne poslove, turističke organizacije i promotivno/prodajna mjesta, organe vlasti).

Mapiranje je verifikovano na 4 fokus grupe koje su organizovane kako bi sve aktere učinili svjesnima o rezultatima istraživanja/mapiranja, informirali ih o njihovoj mogućoj ulozi u razvoju tipičnih proizvoda (s fokusom na Rutu „Putevi meda“), njihovim mogućnostima i razini spremnosti. Fokus grupe su omogućile da se okupe akteri u male grupe za raspravu.

3.1 Mapiranje aktera

Mapiranje je uključilo aktere u lancu vrijednost proizvodnje pčelinjih proizvoda:

- pčelari,
- pčelari zainteresovani za medne puteve
- restorani i hoteli

- restorani i hoteli zainteresovani za medne puteve (promocija na Web sajtu)
- udruženja pčelara

3.1.1 Udruženja pčelara

Broj mapiranih udruženja pčelara je 9. Broj pčelara po udruženju se kreće od 30 do 200 članova. Broj profesionalnih pčelara po udruženju se kreće od 1 do 60. Najčešći problemi za sprovođenje aktivnosti rada udruženja su:

- Finansije
- Starosna struktura
- Nedostatak obuka
- Mali broj članova
- Nezaposlenost članova
- Slaba povezanost sa organizacijama iz okruženja
- Nedostatak promotivnog materijala

Aktivnosti udruženja pčelara najviše su usmjerena na:

- Edukacija pčelara
- Saradnja sa pčelarskim udruženjima
- Saradnja sa Savezom
- Saradnja sa lokalnom upravom
- Organizovanje sajmova
- Podizanje zasada medonosnog bilja

Usluge koje pružaju svojim članovima:

- Savjetodavne usluge
- Uvezivanje sa kanalima prodaje
- Podrška izradi biznis planova
- Promotivne usluge
- Podjela lista Pčela

3.1.2 Hoteli i restorani

16 hotela i restorana je izrazilo spremnost da učestvuje u implementaciji projekta. Svi restorani i hoteli su izrazili spremnost da u meni stave proizvode od meda. Također, identifikovane su potrebe za obukama i postoji zainteresovanost za učešće u obukama radi obogaćenja menija sa medom. Također, postoji određeni nivo razumjevanja

o brendiranju i važnosti da budu dio prekograničnog brenda. Svi restorani i hoteli su zainteresovani da budu uvršteni u promotivni materijal projekta.

3.1.3 Proizvođači pčelinjih proizvoda

Anketirano je ukupno 133 pčelara. 10 pčelara posjeduje objekte za prijem turista. Anketirani pčelari posjeduju od 20 do 400 košnica. Mali broj (20%) pčelara posjeduje namjenske objekte. Pčelinji proizvodi su: med, vosak, polen, propolis, medovača i matična mliječ. Način plasmana proizvoda je direktna prodaja, maloprodaja, na pijaci i putem sajmova. Glavne poteškoće u plasmanu proizvoda su:

- Nedostatak prodajnih mjesta za lokalne proizvode
- Nelojalna konkurencija
- Cijena proizvoda
- Nedovoljne količine proizvoda
- Nedovoljna tržišna identifikacija kao proizvođača



3.2 Lokacije za „Kućice meda“

Lokacije za „Kućice meda“ su definisane. Na području Hercegovine, promotivno/prodajna mjesta će se nalaziti u Mostaru, Trebinju, Ravnom i Gacku kako slijedi.

- Mostar u neposrednoj blizini Starog mosta kao jednog najvećeg i najpoznatijih turističkog središta u Hercegovini

Promotivno/prodajno mjesto će biti smješteno u prostorima udruženja „Okusi Hercegovinu“ koje će upravljati tim promotivno/prodajnim mjestom

- Trebinje,

Promotivno/prodajno mjesto će biti smješteno u prostorijama Udruženje pčelara Leotar na izlazu iz Trebinja u pravcu Dubrovnika i Herceg Novog.

- Ravno,

Promotivno/prodajno mjesto će biti smješteno u prostorijama Muzeja koje je u vlasništvu Općine Ravno, a dato na korištenje JP Vjetrenici. Nalazi se u neposrednoj blizini špilje Vjetrenica i njime će upravljati JP Vjetrenica.

- Gacko,

U općini Gacko je definirano mjesto

postavljanja prodajne kućice na magistralnom putu na izlazu iz Gacka u pravcu Grada Trebinja. Objektom će upravljati TO Gacka.

3.3 Fokus grupe

Održane su ukupno 4 fokus grupe.

3.3.1 Gacko

Fokus grupa je održana u Gacku u prostorijama Opštine Gacko. Sastanku su prisustvovali predstavnici udruženja pčelara Gacka i Nevesinja te predstavnici lokalne vlasti, pčelari zainteresovani za projekat. Fokus grupi su prezentovani rezultati urađenih anketa, zatim su učesnici dali svoja mišljenja i preporuke, u cilju postizanja što boljih rezultata na implementaciji navedenog projekta. Predstavnici udruženja pčelara su naveli da su njihove aktivnosti najviše usmjerene na sljedeće aktivnosti:

- Edukacija pčelara
- Saradnja sa pčelarskim udruženjima
- Saradnja sa Savezom
- Saradnja sa lokalnom upravom
- Organizovanje sajмова
- Podizanje zasada medonosnog bilja

Najveći problemi za prodaju proizvoda od pčela su:

- Nedostatak prodajnih mjesta za lokalne proizvode
- Nelojalna konkurencija
- Cijena proizvoda
- Nedovoljne količine proizvoda
- Nedovoljna tržišna identifikacija kao proizvođača

Način prodaje pčelinjih proizvoda je najčešće sljedeći:

- Direktna prodaja
- Maloprodaja
- Na pijaci
- Sajmovi



Zaključci i preporuke

Pčelari smatraju da u narednom periodu aktivnosti treba usmjeriti na izradi projekata koji bi imali veću podršku izgradnji namjenskih objekata (degustacione sale, prerađivački kapaciteti itd), u cilju povećanja kvaliteta usluga i proizvoda. Pčelari smatraju da su pčelari sa područja Gacka i Nevesinja malo radili na razvoju turističkih kapaciteta u svojim pčelinjacima, razlog tome je loša finansijska situacija pčelara.

Predstavnici udruženja pčelara smatraju da je projekat jako dobro koncipiran i da će sigurno dati dobre rezultate. Smatraju da se u prodajnim centrima, koji budu urađeni kroz projekat, trebaju prodavati pčelinji proizvodi provjerenog kvaliteta, da proizvođači meda treba da snose odgovornost za kvalitet njihovih proizvoda. Također smatraju da se u promotivno/prodajnim mjestima trebaju prodavati i ostali tradicionalni proizvodi sa područja Hercegovine.

Restorani i hoteli na području Nevesinja i Gacka su spremni da učestvuju u implementaciji projekta. Njihovi kapaciteti su dosta mali osim nekoliko restorana, koji već u meniju imaju tradicionalne proizvode sa područja Hercegovine.



3.3.2 Mostar

Fokus grupa održana u Mostaru u prostorijama Udruženja za poduzetništvo i posao LiNK. Sastanku su prisustvovali predstavnici udruženja pčelara i pčelari zainteresovani za projekat.

Fokus grupi su prezentovani rezultati urađenih anketa, zatim su učesnici dali svoja mišljenja i preporuke, u cilju postizanja što boljih rezultata na implementaciji navedenog projekta. Problemi i izazovi sa kojim se susreću i date preporuke za unaprijeđenje stanja su:

- Problem velikih otkupljivača meda na području BiH
- Problemi uzrokovani nemogućnošću certificiranja meda kao što su izvoz proizvoda izvan granica BiH
- Hoteli i restorani su iskazali spremnost plasiranja meda i proizvoda meda, ali pod uvjetom da je certificiran
- Nedovoljni izvori finansijske podrške proizvođačima meda
- Raditi na promociji manjih pčelara, na povezivanju pčelara koji se nalaze na udaljenijim, zabačenijim područjima;

- Pored proizvođača meda u projekt uključiti i druge proizvođače tradicionalnih proizvoda kako bi se ponuda objedinila i obogatila;

Potreban je jači angažman na povezivanju turističkih zajednica, turističkih organizacija, ugostiteljskih objekata za postizanje boljeg i održivijeg plasmana meda i proizvoda od meda.

3.3.3 Ravno

Fokus grupa je održana u Ravnom u prostorijama Opštine Ravno. Sastanku su prisustvovali predstavnici udruženja pčelara Ravno i Ljubinja te predstavnici lokalne vlasti, pčelari zainteresovani za projekat. Fokus grupi su prezentovani rezultati urađenih anketa, zatim su učesnici dali svoja mišljenja i preporuke, u cilju postizanja što boljih rezultata na implementaciji navedenog projekta. Predstavnici udruženja pčelara su naveli da su njihove aktivnosti najviše usmjerene na sljedeće aktivnosti:

- Edukacija pčelara
- Saradnja sa pčelarskim udruženjima
- Saradnja sa Savezom

- Saradnja sa lokalnom upravom
- Organizovanje sajmova
- Podizanje zasada medonosnog bilja

Najveći problemi za prodaju proizvoda od pčela su:

- Nedostatak prodajnih mjesta za lokalne proizvode
- Nelojalna konkurencija
- Cijena proizvoda
- Nedovoljne količine proizvoda
- Nedovoljna tržišna identifikacija kao proizvođača

Način prodaje pčelinjih proizvoda je najčešće sljedeći:

- Direktna prodaja
- Maloprodaja
- Na pijaci
- Sajmovi


Najčešće prodavni pčelinji proizvodi su: med, vosak, polen, propolis, medovača i matična mliječ

Zaključci i preporuke

Pčelari smatraju da u narednom periodu aktivnosti treba usmjeriti na izradi projekata koji bi imali veću podršku izgradnji namjenskih objekata (degustacione sale, prerađivački kapaciteti itd), u cilju povećanja kvaliteta usluga i proizvoda. Pčelari smatraju da im je potrebna veća finansijska podrška države, institucija i projekata za izgradnju projekata za prijem turista na svojim pčelinjacima.

Predstavnici udruženja pčelara smatraju da je projekat jako dobro koncipiran i da će sigurno dati dobre rezultate. Smatraju da se u prodajnim centrima, koji budu urađeni kroz projekat, trebaju prodavati pčelinji proizvodi provjerenog kvaliteta, da proizvođači meda treba da snose odgovornost za kvalitet njihovih proizvoda. Također smatraju da se u prodajnim punktovima trebaju prodavati i ostali tradicionalni proizvodi sa područja Hercegovine.

Restorani sa područja opštine Ravno i Ljubinja su spremni da učestvuju u implementaciji projekta. Dosadašnja iskustva pokazuju da postoji veliko interesovanje turista za med i druge pčelinje proizvode, ali da nisu dovoljno promovisani. Pčelinji proizvodi treba da budu brendirani jer će to povećati potražnju.



Svi učesnici smatraju da se treba više raditi na brendiranju, zaštiti geografskog porijekla i promociji Hercegovačkog meda.

3.3.4 Trebinje

Fokus grupa održana u Trebinju u prostorijama “Poslovnog inkubatora”. Sastanku su prisustvovali predstavnici udruženja pčelara Trebinja i Bileće, pčelari zainteresovani za projekat, predstavnici hotela i restorana zainteresovanih za projekat “Putevi meda kroz Durmitor i Hercegovinu”. Fokus grupi su prezentovani rezultati urađenih anketa, zatim su učesnici dali svoja mišljenja i preporuke, u cilju postizanja što boljih rezultata na implementaciji navedenog projekta. Predstavnici udruženja pčelara su naveli da su njihove aktivnosti najviše usmjerene na sljedeće aktivnosti:

- Edukacija pčelara
- Saradnja sa pčelarskim udruženjima
- Saradnja sa Savezom
- Saradnja sa lokalnom upravom
- Organizovanje sajмова
- Podizanje zasada medonosnog bilja

Najveći problemi za prodaju proizvoda od pčela su:

- Nedostatak prodajnih mjesta za lokalne proizvode
- Nelojalna konkurencija
- Cijena proizvoda
- Nedovoljne količine proizvoda
- Nedovoljna tržišna identifikacija kao proizvođača

Hoteli i restorani su izrazili spremnost da učestvuju u navedenom projektu. Svi restorani i hoteli su:

- izrazili spremnost da u meni stave proizvode od meda
- da učestvuju u obukama radi obogaćenja menija sa medom
- da budu dio prekograničnog brenda i
- da budu uvršteni u promotivni materijal projekta

Zaključci i preporuke

Predstavnici udruženja pčelara smatraju da je projekat jako dobro koncipiran i da će sigurno dati dobre rezultate. Smatraju da se u prodajnim centrima koji budu urađeni kroz projekat trebaju prodavati pčelinji proizvodi provjerenog kvaliteta, da proizvođači meda treba da snose odgovornost za kvalitet njihovih proizvoda.

Pčelari smatraju da u narednim projektima treba koncipirati projekte koji bi imali veću podršku izgradnji namjenskih objekata (degustacione sale, prerađivački kapaciteti itd), u cilju povećanja kvaliteta usluga i proizvoda.

Predstavnici restorana i hotela su spremni da u meni stave pčelinje proizvode od pčelara za koje postoje odgovarajuće analize i potvrđuju kvalitet i autohtonost pčelinjih proizvoda. Predstavnici restorana i hotela smatraju da trenutno visoke cijene meda nisu prepreka da se poveća prodaja kroz njihove objekte pod uslovom da se radi o kvalitetnim proizvodima.

Svi učesnici smatraju da se treba više raditi na brendiranju, zaštiti geografskog porijekla i promociji Hercegovačkog meda.

4. Mapirani akteri

4.1 Pčelari

Pojedini pčelari će biti uključeni u rutu meda po sljedećim kriterijima:

- Prioritet će se dati pčelarima koju imaju registrovana komercijalna poljoprivredna gazdinstva odnosno obrte. Premda je komercijalnih gazdinstava koji se bave proizvodnjom meda i proizvoda od meda malo, ovim pčelarima će se dati prioritet.
- Drugi prioritet su pčelari koji imaju nekomercijalno gazdinstvo, a nisu zaposleni i prihod od meda im je jedini prihod.
- Pčelari moraju imati više od 100 košnica
- Pčelari koji imaju namjeru da se bave i turizmom u budućnosti će također imati prioritet za uključivanje u turistički proizvod.
- Pčelari koji imaju svoje košnice i proizvodnju blizu glavnih putnih pravaca, te blizu turističkih atrakcija (pčelari koje je lako posjetiti).
- Pčelari koji nude dodatne usluge (degustacija vina, sira i sl.) će također imati prioritet.



Trebinje

1. Đorđije Gudelj
2. Nebojša Ljubibratić
3. Milenko Sredanović
4. Radivoje Maksimović

Ljubinje

5. Milenko Betegalo
6. Slaviša Bokić
7. Jovan Vujović

Ravno

8. Đure Raguž
9. Milivoje Kovačević

Stolac

10. Ahmet Šejtanić
11. Edin Tuka

Nevesinje

12. Boro Brenjo
13. Radmilo Govedarica

Bileća

14. Budo Dangubić
15. Darko Papić
16. Željko Bajović

Gacko

17. Miro Bjelogrić
18. Dragan Mastilović
19. Dimitrije Milošević

Mostar

20. Omer Palikuća
21. Mario Tomić
22. Jovo Pravica

4.2 Restorani i hoteli

Kriteriji za mapiranje/odabir restorana i hotela su:

- Ravnomjerna geografska rasprostranjenost na čitavom području turističkog proizvoda koja je potreba da se ne bi desilo da veliki broj restorana/hotela bude koncentrisano samo u jednom gradu odnosno turističkom središtu (npr. Mostar).
- Restoran/hotel mora biti zvanično registrovan
- Prioritet će se dati restoranima/hotelima koji se nalaze bliže turističkim središtima, koji imaju veći standard rada i koji su ambijentalniji

- Restorani/hoteli moraju imati više od 10 soba odnosno 100 mjesta za sjedenje
- Akteri koji imaju namjeru da obogaćuju ponudu u budućnosti će također imati prioritet za uključivanje u turistički proizvod.
- Restorani/hoteli koji već nude dodatne usluge (vezano za med) će također imati prioritet.

Registrovani su slijedeći restorani i hoteli

Trebinje

1. Hotel Platani
2. Motel Konak
3. Restoran Stara Hercegovina

Mostar

4. Restoran Busak
5. Nacionalni restoran „MM“,

Nevesinje

6. Restoran „Stadion“

Ravno

7. Restoran „Zavala“

Pored restorana i hotela, registrovana je samo jedna trgovina koja se bavi prodajom tradicionalnih proizvoda i koja radi na poboljšanju ponude za med i to Eco life Mostar.





Centre for Sustainable Tourism Initiatives



UDRUŽENJE ZA PODUZETNIŠTVO I POSAO LiNK MOSTAR

Ul. Bulevar narodne revolucije 55a
88104 MOSTAR, BiH

tel/fax: +387/036 580 151
+387/036 580 142

e-mail: info@linkmostar.org

web: www.linkmostar.org

This publication has been produced with the assistance of the European Union. The content of this publication is the sole responsibility of the Entrepreneurship and Business Association LiNK and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.

"Ova publikacija je urađena uz pomoć Europske unije. Sadržaj ove publikacije je isključiva odgovornost Udruženja za poduzetništvo i posao LiNK i ni u kom slučaju ne predstavlja stanovišta Europske unije".