

PERSPEKTIVE RAZVOJA MEĐUNARODNOG TURIZMA SA OSVRTOM NA SEKTOR TURIZMA U BOSNI I HERCEGOVINI

**Doc.dr. Stevan Petković, e- mail: stevan74petkovic@gmail.com
tel. +387 65 579 374**

Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, Bosna i Hercegovina

Sažetak: U drugoj polovini dvadesetog vijeka turizam doživljava ekspanziju. To je moguće zaključiti na osnovu pregleda broja ljudi, koji putuju u inostranstvo. U 2012. godini svjetski turizam prvi put bilježi više od milijardu turista globalno. Ekspanzija turizma se oslikava i u ostvarenom turističkom prometu, kao i u funkcijama turizma (kulturalna, politička, zdravstvena, socijalna itd.). Bosna i Hercegovina je zanimljiva turistička destinacija, međutim, sektor turizma u Bosni i Hercegovini nije dovoljno razvijen, niti uopšteno posmatrajući, postoji razvijena svijest o značaju i uticaju ove privredne grane na privredu i društvo u cjelini. U ovom radu između ostalog, ukazano je na nedostatke i prepreke na kojima je potrebno kontinuirano raditi kako bi se omogućio dalji razvoj i jačanje turističkog sektora u Bosni i Hercegovini.

Ključne riječi: turizam, ekonomija, turistička promocija, Bosna i Hercegovina

DEVELOPMENT PERSPECTIVES OF INTERNATIONAL TOURISM WITH EMPHASIS ON THE TOURISM SECTOR IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Abstract: Since second half of twentieth century tourism has been expanded largely. It can be concluded on the basis of number of people who travel abroad. For the first time in history number of tourist in 2012 surpassed 1 billion. The expansion of tourism is reflected in the realized tourist traffic, as well as the functions of tourism (cultural, political, health, social, etc.). Bosnia and Herzegovina is an interesting tourist destination, but the B&H tourism sector is underdeveloped. Generally, there is not enough awareness of the importance and influence of tourism sector to the economy and society. This paper, among others, points out to the shortcomings and obstacles need to be overcome in order to enable the further development and strengthening of the tourism sector in Bosnia and Herzegovina.

Keywords: tourism, economy, tourism promotion, Bosnia and Herzegovina

UVOD

Turizam u savremenom svijetu predstavlja veoma bitnu granu privrede. Dinamičan razvoj turizma, danas, omogućava razvoj i jačanje drugih pratećih djelatnosti, koje zajedno sa njim čine jednu cjelokupnu turističku ponudu. Zahvaljujući izuzetnoj razvojnoj dinamici i prodoru u gotovo sve društvene i ekonomske pore, turizam je postao jedna od vodećih izvoznih djelatnosti u svijetu. Turistički sektor je sektor privrede čiji se značaj ne može u potpunosti kvantifikovati, budući da je povezan sa gotovo svim aspektima društva i vrši posredan i neposredan uticaj na ključne ekonomske pokazatelje jedne države (utiče na strukturu BDP-a, zaposlenost, investicije, potrošnju...). Ovaj rad je podijeljen u dva dijela. Prvi dio rada posvećen je perspektivama razvoja međunarodnog turizma u svijetu, kao i predviđanjima istog. Drugi dio rada daje osvrt na sektor turizma u Bosni i Hercegovini, pružajući uvid u njegovo trenutno stanje, ograničenja s kojima se susreće, te razmatrajući mogućnosti i preporuke za njegovo dalje unapređenje.

1. Perspektive razvoja međunarodnog turizma

Istraživanja većeg broja naučnih instituta i pojedinaca, kao i zvaničnih međunarodnih turističkih organizacija, posebno Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih Nacija (UNWTO), pokazuju da se i u narednom periodu očekuje nastavak pozitivne razvojne tendencije međunarodnog turizma u svijetu. U ovom radu su prezentovana važnija predviđanja koja su data u okviru Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih Nacija. Prva istraživanja vršena 1991.godine, predviđala su da će se broj turista u međunarodnom turizmu u svijetu za period od 1990. do 2000. godine prosječno godišnje povećavati za 3,8%, a za period od 2000. do 2010. Prosječno povećanje će biti za 3,5%. Na bazi ovih predviđanja očekivalo se ostvarenje od 661 milion turista u 2000. godini, a u 2010. godini 937 miliona. Kada je u pitanju očekivana dinamika za pojedine regione, onda je u slučaju Evrope predviđena prosječna godišnja stopa rasta od 2,7% za prvi desetogodišnji period, a za drugi 2,5% (u 2000. godini 372 miliona turista, a u 2010.godini 476 miliona). U slučaju Amerike za prvi desetogodišnji period predviđan je prosječni godišnji rast od 4,6% (146 miliona turista u 2000. godini), a za drugi 3,7% (207 miliona turista u 2010.godini). Kada je u pitanju region Azije i Pacifika, predviđen je znatno dinamičniji rast u odnosu na prethodno pomenuta dva regiona, a samim tim i svjetski prosjek. U ovom slučaju za prvi desetogodišnji period predviđala se prosječna godišnja stopa rasta od 6,8% (u 2000.godini 101 milion turista), a u drugom periodu 6,5% (190 miliona turista u 2010.godini) Kao što se da vidjeti, ostvareni rezultati u proteklom periodu u velikoj mjeri su u skladu sa tendencijom predviđanja, iako su u Evropi ostvareni povoljniji rezultati u odnosu na dato, dok su u slučaju Amerike nepovoljniji. Za region Azije i Pacifika su uglavnom u okviru datih predviđanja. Date ocjene su važne i za korištenje rezultata najnovijih istraživanja predviđanja razvoja međunarodnog turizma za period do 2030.godine, koja su takođe vršena u okviru UNWTO. Da bi se dobio uvid u rezultate i predviđanja, daje se sljedeći pregled rezultata predviđanja UNWTO do 2030.godine:

Tabela 1. UNWTO predviđanja turizma do 2030.: Međunarodni turizam po regionima

UNWTO Tourism Towards 2030: International tourism by region of destination										
	International Tourist Arrivals received (million)					Average annual growth (%)				
	Actual data			Projections		Actual data		Projections		
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'30, of which	2010-'20	2020-'30
World	277	528	940	1,360	1,809	4.4	3.9	3.3	3.8	2.9
to Advanced economies ¹	194	334	498	643	772	3.7	2.7	2.2	2.6	1.8
to Emerging economies ¹	83	193	442	717	1,037	6.8	6.7	4.4	4.9	3.8
By UNWTO regions:										
Africa	7.2	18.9	50.3	85	134	6.7	6.7	5.0	5.4	4.6
North Africa	4.0	7.3	18.7	31	46	4.1	6.5	4.6	5.2	4.0
West and Central Africa	1.0	2.3	6.8	13	22	5.9	7.6	5.9	6.5	5.4
East Africa	1.2	6.0	12.1	22	37	10.1	6.1	6.8	6.2	6.4
Southern Africa	1.0	4.3	12.6	20	29	10.1	7.4	4.3	4.6	4.1
Americas	62.3	109.0	149.7	199	248	3.8	2.1	2.6	2.9	2.2
North America	48.3	80.7	98.2	120	138	3.5	1.3	1.7	2.0	1.4
Caribbean	6.7	14.0	20.1	25	30	5.0	2.4	2.0	2.4	1.7
Central America	1.5	2.6	7.9	14	22	3.8	7.7	5.2	6.0	4.6
South America	5.8	11.7	23.6	40	58	4.8	4.8	4.6	5.3	3.9
Asia and the Pacific	22.6	82.0	204.0	355	535	8.9	6.3	4.9	5.7	4.2
North-East Asia	10.1	41.3	111.5	195	293	9.9	6.8	4.9	5.7	4.2
South-East Asia	8.2	28.4	69.9	123	187	8.7	6.2	5.1	5.8	4.3
Oceania	2.3	8.1	11.6	15	19	8.7	2.4	2.4	2.9	2.0
South Asia	2.2	4.2	11.1	21	36	4.3	6.6	6.0	6.8	5.3
Europe	177.3	304.1	475.3	620	744	3.7	3.0	2.3	2.7	1.8
Northern Europe	20.4	35.8	67.7	72	82	3.8	3.2	1.8	2.2	1.4
Western Europe	68.3	112.2	163.7	192	222	3.4	2.1	1.8	2.3	1.4
Central/Eastern Europe	26.6	58.1	95.0	137	176	5.3	3.3	3.1	3.7	2.5
Southern/Mediterr. Eu.	61.9	98.0	168.9	219	264	3.1	3.7	2.3	2.6	1.9
Middle East	7.1	13.7	60.9	101	149	4.5	10.5	4.6	5.2	4.0

Izvor: UNWTO, Tourism Highlights 2011.

Na bazi datog pregleda može se nedvosmisleno zaključiti veliki optimizam koji UNWTO ispoljava kada je u pitanju dugoročna perspektiva razvoja međunarodnog turizma u svijetu.

Po prognozi UNWTO u 2020.godini očekuje se 1,3 mlrd međunarodnih turističkih dolazaka, a u 2030.godini broj međunarodnih turističkih dolazaka trebao bi dostići cifru od 1,8 mlrd. Kao što se vidi, za period od 2010. do 2020.godine predviđa se prosječni godišnji rast međunarodnog turizma u svijetu od 3,8%, dok se za period od 2020.godine do 2030.godine predviđa prosječni godišnji rast međunarodnog turizma od 2,9%. Istovremeno, posmatrajući ukupni period predviđanja UNWTO od 2010.godine do 2030.godine, može se zaključiti da se očekuje prosječni godišnji rast turističkog prometa u međunarodnom turizmu od 3,3% za ovaj dvadestogodišnji period.

U pogledu regionalne strukture predviđa se sporiji rast od svjetskog prosjeka za region Evrope koji za dvadesetogodišnji period iznosi 2,3% godišnje, i to : 2,7% godišnje za period od 2010.-2020.godine i 1,8% godišnje u periodu od 2020.-2030.godine. Takođe, sporiji rast od svjetskog prosjeka predviđa se i za region Amerike tj. 2,6% godišnje za period od 2010.-2030.godine odnosno 2,9% godišnje za period 2010. – 2020.godine i 2,2% godišnje u periodu od 2020. do 2030.godine.

Dinamičniji rast u odnosu na svjetski prosjek predviđa se za sljedeće regione:

- Za region Afrike predviđa se najintenzivniji rast i to od 5% godišnje u ukupnom obuhvaćenom periodu predviđanja odnosno 5,4% godišnje za period od 2010. do 2020.godine i 4,6% godišnje u periodu od 2020. do 2030.godine.
- Region Azije i Pacifika imat će nešto manji godišnji rast od regiona Afrike i to 4,9% godišnje za ukupni period od 2010. do 2030. Ovaj region imat će nešto veći rast u prvoj polovini posmatranog perioda tj. od 2010 do 2020.godine i po predviđanju UNWTO iznosiće 5,7% godišnje, za razliku od druge polovine posmatranog perioda kada će prosječni godišnji rast iznositi 4,2%.
- I za region Srednjeg istoka, predviđa se prosječni godišnji rast u međunarodnom turizmu za posmatrani period u iznosu od 4,6% godišnje. Takođe, i za ovaj region intenzivniji rast se očekuje u prvoj polovini posmatranog perioda u iznosu od 5,2% godišnje, dok se za drugu polovinu ovog dvadesetogodišnjeg perioda za ovaj region predviđa prosječni godišnji rast od 4%.

Međutim, i pored predviđenih velikih razlika u intenzitetu rasta po regionima, Evropa bi i dalje zadržala dominantno prvo mjesto u ukupnoj raspodjeli turista u međunarodnom turizmu. Istina, predviđa se smanjenje njeog učešća koje je 2010.godine iznosilo 50,7%, već u 2020.godini koje bi po predviđanju UNWTO iznosilo 43,4%.

Istovremeno, učešće regiona Azije i Pacifika u ukupnoj raspodjeli po predviđanju UNWTO će porasti na 25,4% u 2020.godini tj. za 3,7% u odnosu na 2010.godinu kada je ovaj region imao 21,7% učešća u raspodjeli ukupnog svjetskog turističkog prometa u međunarodnom turizmu. Učešće regiona Amerike će u 2020.godini po predviđanju UNWTO iznositi 18,1%. Ostali regioni, koji imaju relativno mali značaj u raspodjeli bi povećali svoje učešće u posmatranim godinama. Tako bi region Afrike u 2020.godini trebao imati učešće od 4,9%, a region Srednjeg istoka 4,4% u 2020.godini.

2. Pregled stanja u turističkom sektoru Bosne i Hercegovine

Iako broj inostranih dolazaka u Bosni i Hercegovini konstantno raste posljednjih godina (5-7% godišnje), njen udio u okviru zemalja Jugoistočne Evrope je relativno mali. BiH trenutno više ovisi o susjednim tržištima (više od 50% od ukupnog broja stranih turista dolazi iz susjednih zemalja).

U 2014. godini turisti u BiH su ostvarili 846.581 posjeta, što je više za 0,3% i 1.711.480 noćenja, što je manje za 6,1% u odnosu na 2013. godinu. Prema vrsti smještajnog objekta najveći broj noćenja je ostvaren u okviru vrste Hoteli i sličan smještaj sa učešćem od 93,4%. U posljednjih deset godina u Bosni i Hercegovini vidljiv je porast broja turista, kako domaćih tako i stranih. Najviše turista u Bosnu i Hercegovinu dolazi iz okruženja, pa je u 2014. godini BiH posjetilo najviše turista iz Hrvatske (15,1%), Srbije (10,8%), Italije (8,1%), Turske (7,6%), Slovenije (6,2%) i Njemačke (4,4%).²⁷¹

Prema posljednjem izvještaju Svjetskog savjeta za turizam i putovanja (World Travel & Tourism Council - WTTC) osnovni pokazatelji za Bosnu i Hercegovinu su sljedeći:²⁷²

- Direktan doprinos sektora turizma BDP-u u 2014. godini iznosio je 664,5 miliona KM (2,5% ukupnog BDP-a), sa prognozom rasta od 5,1% BDP-a u narednom desetogodišnjem periodu 2015-2025. godine.
 - Ukupni doprinos sektora turizma BDP-u u 2014. godini iznosio je 2.446,4 miliona KM (9,3 % ukupnog BDP-a), sa prognozom rasta od 5,1% do 2025. godine.²⁷³
- Prema prognozama WTTC, za BiH za period od 2015-2025, procjenjuje se da će direktno učešće turizma u BDP-u rasti (5,1%), što će je svrstati na 51 poziciju (od ukupno 184) zemlje. Uzimajući u obzir ukupan uticaj turizma na BDP, u narednom desetogodišnjem periodu, Bosna i Hercegovina će zauzeti 48. mjesto. Ukoliko se procjene obistine, ovo će biti veoma značajan napredak, imajući u vidu činjenicu da se, prema podacima iz 2014. godine BiH prema ukupnom doprinosu turizma BDP-u nalazila na 127. mjestu, što je svakako ohrabrujuća prognoza.

Jedna od najvažnijih funkcija turizma je zapošljavanje odnosno generisanje novih radnih mjesta, koje se može odvijati u okviru osnovnog sektora turizma „hoteli i restorani“, kao i u okviru ostalih pratećih djelatnosti (zanatstvo, usluge i sl.).

Svjetski savjet za turizam i putovanja, u svom izvještaju za BiH za 2015. godinu, predstavio je sljedeće podatke, tj. podatke o direktnom i ukupnom doprinosu turizma i putovanja na zaposlenost.

- U 2014. godini, sektor putovanja i turizma je direktno podržao otvaranje 20.500 radnih mjesta (3% ukupne zaposlenosti). Rast od 2% direktnog doprinosa zaposlenosti na godišnjem nivou projektovan je i u narednom desetogodišnjem periodu.
- Ukupni doprinos sektora turizma zaposlenosti, uključujući i indirektni uticaj, u 2014. godini, iznosio je 72.100 radnih mjesta (10,7% ukupne zaposlenosti). Do 2025.

²⁷¹ Agencija za statistiku BiH, Statistika turizma, mjesečno saopštenje br. 12, 20.02.2015. godine

²⁷² „Travel & Tourism-Economic Impact 2015 Bosnia and Herzegovina“, World Travel & Tourism Council

²⁷³ U svakom slučaju pretpostavlja se da sektor turizma doprinosi ukupnoj ekonomiji BiH više od objavljenih statističkih pokazatelja, jer još uvijek ima prostora za kalkulaciju neobuhvaćene ekonomije u ovom sektoru, iako je u posljednjih nekoliko godina ostvaren napredak u obračunu sive ekonomije pojedinih sektora, među kojima je i turizam.

godine, takođe je prognozirani godišnji rast od 1,9%, odnosno novih radnih mjesta (7,7% ukupne zaposlenosti).

Investicije u sektoru turizma generisale su iznos od 249,2 miliona KM ili 4,7% ukupnih investicija u 2014. godini. Trebale bi rasti po stopi od 5,3% godišnje, da bi dostigle iznos od 466,8 miliona KM, odnosno da bi prema prognozama činile 6,6% ukupnih investicija u 2025. godini.

3. Ograničenja sa kojima se suočava sektor turizma u Bosni i Hercegovini

Veliki je broj slabosti koje utiču na cijelokupni lanac vrijednosti turističke ponude, te značajno usporavaju razvoj turizma u Bosni i Hercegovini. Neke od tih slabosti su:

- nedovoljna svijest o značaju turizma kao privredne grane;
- nedovoljno izgrađena infrastruktura, prije svega putna;
- nedostatak prepoznatljivih turističkih atrakcija i proizvoda
- komplikovan institucionalni okvir;²⁷⁴
- brojne administrativne prepreke (duge procedure kreiranja neusklađenih propisa, statistika u turizmu);
- nedovoljno finansijska podrška sektoru turizma;
- poslovne slabosti (nedostatak vještina modernog upravljanja, transfer znanja, neefikasne i neusklađene marketinške, posebno promotivne aktivnosti)
- nedovoljna zaštita životne sredine.

Posebnu prepreku razvoju sektora turizma predstavlja nedovoljna svijest o značaju turizma kao privredne grane kod građana. Naime, ukoliko se žele ostvariti benefiti turizma, svi građani moraju imati svijest o nužnosti promjene pristupa prema gostima, dizanja stepena ljubaznosti, tolerancije, razumjevanja specifičnih potreba i mentaliteta posebnih grupacija stranih turista. Bez uporednog dizanja svijesti o značaju turizma, samo rješavanje infrastrukturnih problema neće ostvariti očekivane rezultate.

Bosna i Hercegovina ima veoma povoljan geografski položaj. Međutim putna infrastruktura je i dalje nedovoljno razvijena, posebno u odnosu na zemlje regiona. To se odnosi kako na avio saobraćaj, tako i na cestovni i željeznički. (npr. na aerodromu u Banjaluci odvija se redovno samo linija Banjaluka-Beograd, sa eventualnim proširenjem broja linija tokom ljetne sezone). Saobraćajna infrastruktura je jedno od najznačajnijih uskih grla za razvoj turizma u BiH.

Složena institucionalna struktura u Bosni i Hercegovini, se često navodi kao jedna od glavnih prepreka za ukupni privredni razvoj, a takođe i kao prepreka za razvoj turizma. Međutim, spor napredak u razvoju turizma u BiH ne može se opravdati samo kompleksnom institucionalnom strukturom. Lokalne vlasti i lokalne zajednice, kao i privatni privredni subjekti i turističke organizacije, mogu i moraju biti aktivniji u razvoju i stvaranju uslova za razvoj turizma u svojoj nadležnosti i na mikro nivou.

²⁷⁴ Oblast turizma je u Bosni i Hercegovini regulisana na nivou entiteta, te ne postoji koordinirana politika razvoja u ovoj oblasti. U Federaciji Bosne i Hercegovine regulisana je Zakonom o turističkoj djelatnosti, a u Republici Srpskoj Zakonom o turizmu. Ukoliko se želi turizam razvijati kao privredna grana, potrebno je usaglasiti politike razvoja u ovoj oblasti.

Zbog ekonomske krize i ograničenog budžeta, kako na entitetskom tako i na nivou BiH, turizam nije prioritet; prioriteti su usmjereni na proizvodnju i druge sektore, što ne mora biti loše, ali je potrebno razvijati i turizam, jer isti generira sve grane privrede. U budžetu entiteta izdvojena su nedovoljna sredstva za podršku razvoju turizma. Turističke organizacije ne raspolažu s dovoljno vlastitih sredstava za kvalitetnu promociju na sajmovima, kao i štampanje brošura i promotivnog materijala. Promocija je svakako slaba tačka bh turizma. Informacije slabo dopiru do potencijalnih turista, gosti nisu ciljani, tj. nema planiranja, a i iznos budžeta namijenjenog promociji je nepoznat.

Industrijom BiH turizma dominiraju mala i srednja preduzeća koja uglavnom, zbog nedostatka potrebnih vještina, pokazuju nesposobnost da se prilagode novim i nastajućim tržišnim prilikama.

Postoji veliki deficit sposobnih ljudskih kadrova, koji je vidljiv u svim aspektima sektora turizma i ugostiteljstva. Na primjer, postoji nedostatak kuhara u svim segmentima industrije, od prerade hrane, do kafića, restorana, hotela višeg kvaliteta i konferencijskih centara. Slična je situacija i u drugim sektorima u cijeloj industriji, posebno u manjim gradovima i potencijalnim turističkim regijama u kojima dominira ruralna sredina.

Jaz između postojećeg formalnog obrazovanja/infrastrukture za obuku i zahtjeva sektora turizma i ugostiteljstva je vrlo širok. Najveći problem je izostanak praktične edukacije. Većina programa vezanih za turizam i ugostiteljstvo su zastarjeli i usko fokusirani na nekoliko područja, kao što su tradicionalni načini kuhanja, serviranje hrane/pića i osnovna znanja o turizmu uopšteno (organizacija putovanja, geografija).

Inovacija i konkurentni poslovni modeli u sektoru turizma su rijetki. Dok su inovacije u nekim istaknutim turističkim destinacijama vođene promjenom potražnje ili novim putnicima, u BiH je sporadična inovacija vođena od strane pojedinačnih preduzetnika, koji zapravo imaju tendenciju da se drže tradicije. Kao primjer dobre poslovne inovacije u turizmu, u posljednje vrijeme je sve više zastupljena izgradnja popularnih etno-sela, sa sadržajem tradicionalnog seoske kuće, dopunjene nekim drugim sadržajima, kao što su restorani, dječje igralište, farme i slično (npr. etno selo Stanišić kod Bijeljine, Eko FIS na Vlačiću).

Inovacija u turizmu mora biti vođena zajedničkom akcijom, u kojoj učestvuju dobavljači, zaposleni, potrošači, predstavnici javnog sektora i drugi učesnici.

Dalje, ne treba zanemariti ni problem zaostalih mina iz proteklog rata. Naime, proces deminiranja još uvijek nije završen, a postoji i opravdan strah turista od neoznačenih potencijalno opasnih lokacija. Isto tako, loša medijska slika zemlje i negativan imidž vezan za posljednja ratna dešavanja, utiču na opredjeljenje turista da putuju na neke druge destinacije.

Kada se svemu ovom doda i jaka konkurencija, tj. sve razvijenija turistička ponuda zemalja u okruženju, jasno je da BiH mora sistemski raditi na rješavanju nedostataka u sektoru turizma, ali i izdvajati veća sredstva za jačanje i razvoj ove grane privrede.

4. Mogućnosti unapređenja BiH turističkog sektora

Bosna i Hercegovina može popraviti svoju poziciju na regionalnom tržištu izgradnjom turizma višeg kvaliteta, s inovativnim konceptima.

Jedan od glavnih izazova BiH kao turističke destinacije jeste razvoj i jačanje konkurentskih prednosti, u svrhu stvaranja i razvoja održive turističke industrije. S tim u vezi, neophodno je ukloniti administrativne prepreke, stimulirati povećanje kvaliteta i diversifikaciju turističkih proizvoda, tržišta i tržišnih segmenata, razvijati turističku ponudu tokom cijele godine, podstaći razvoj transportne infrastrukture, kao i bolji pristup ključnim turističkim destinacijama te raditi na kreiranju prepoznatljivog BiH brenda koji će biti privlačan stranim turistima.

Prije svega, potrebno je da Bosna i Hercegovina identifikuje jasno svoje prednosti, te pokuša iskoristiti njihov maksimum. To se svakako odnosi, na geografski položaj (raskrsnica puteva Istoka i Zapada). Potrebno je iskoristiti tranzitnu poziciju zemlje, blizinu svih većih evropskih destinacija (npr. udaljenost avionom Sarajevo-Beč sat vremena), te potencijalne turiste koji dolaze iz EU.

U tom kontekstu, potrebno je intezivirati i razvijati prekograničnu saradnju, kako bi BiH turistička ponuda bila proširena i lakše dostupna potencijalnim turistima (npr. mogućnost razvijanja turističkih paketa za privlačenje turista koji se već nalaze u regiji).

Budući da obiluje raznosvrnim prirodnim ljepotama i bogatstvima, koji čine osnovu za razvoj različitih vrsta turizma (planinski, eko i ruralni, banjski, morski, ski turizam), potrebno je fokusirati se na razvoj ovih podsektora, proširivati i unapređivati turističku ponudu u sklopu svakog od njih. Ali da bi turizam u BiH napredovao, mora se ozbiljno i shvatiti, te na prvom mjestu njegov razvoj mora biti podržan konstruktivnom i integrativnom marketinškom strategijom.

Snažna promocija je neophodan instrument unapređenja sektora turizma. Potrebno je ciljati turističke grupe, koristiti što više različite medije u promociji, oblikovati prepoznatljiv imidž zemlje. Marketing mora biti utemeljen na istraživanjima, zasnovan na potrebama posjetilaca, i odražavajući proizvode i iskustva koji su razvijeni na temelju tržišnih kretanja. Marketinški planovi trebaju biti višegodišnji i oportunistički, uz predviđanja trendova, tema i tržišta u nastajanju.

U vrijeme globalne ekonomske krize, cijene su svakako bitne. Budući da su u BiH, u odnosu na zemlje okruženja, cijene hrane i pića kao i ostalih turističkih sadržaja znatno umjerene i povoljnije, potrebno je graditi prednosti i na cjenovnoj konkurentnosti uz raznovrsniju ponudu.

Jedinstvena metodologija i statistika su takođe neophodne za dalji razvoj turizma, uključujući razvoj proizvoda, inovacije, promotivne i druge marketinške aktivnosti. Naime, veliki procenat turističkih aktivnosti nije registrovan, ne postoji pouzdana statistika o broju posjetilaca i popunjenosti kapaciteta, a bez kvalitetne statistike teško je dokazati privredni značaj i učinak turističke industrije na cjelokupnu privredu.

Da bi se unaprijedio sektor turizma u BiH, potrebno je raditi i na stvaranju diferencirane turističke ponude, odnosno ponude koja je u skladu sa potražnjom i zahtjevima turista. Npr. EU kroz razvojne politike i strategije sve veći akcent stavlja na razvoj ruralnog sektora. S obzirom da je BiH većim dijelom ruralna zemlja, mogla bi da iskoristi namjenska sredstva i mogućnosti koje nudi EU, te se usmjeriti na razvoj svog ruralnog turizma kroz produbljivanje turističke ponude (prirodno okruženje, aktivnosti u polju, njegovanje i prikaz specifičnih

običaja seoskih krajeva, ponuda tradicionalnih jela i pića). Razvojem ruralnog turizma, lokalne zajednice ostvaruju ekonomske, ali i mnoge druge koristi.

U turističkoj industriji kvalitetan kadar je jedan od ključnih faktora uspjeha. Potrebno je ulagati u obrazovanje kako bi se stvorila baza kvalitetnih ljudskih resursa, koji će konstatno raditi na usavršavanju vještina i znanja iz ove oblasti, te ići u korak sa turističkim trendovima i kretanjima. Pored edukacije i usavršavanja turističkih radnika, treba raditi i na podizanju svijesti građana o značaju turističkog sektora.

ZAKLJUČAK

Prema UNWTO-u, međunarodni turizam doživljava kontinuirani rast u proteklih šest decenija i postaje najbrže rastući ekonomski sektor u svijetu. Od 1950. godine (kada međunarodna putovanja postaju pristupačnija široj javnosti) do 2010. godine, međunarodni turizam doživljava izuzetno dinamičan razvoj (npr. u 1950. godini broj ukupnog kretanja turista u međunarodnom turizmu iznosio je 25 miliona stranih turista, da bi za period od šezdeset godina ukupna turistička kretanja dostigla broj od 940 miliona stranih turista).

Slobodno možemo reći da danas turistički sektor predstavlja globalnu „silu“ za svjetski ekonomski i regionalni razvoj i glavnu industriju na globalnom nivou, a postaje i jedan od vodećih sektora u mnogim ekonomijama. Zahvaljujući izuzetnoj razvojnoj dinamici i prodoru u gotovo sve društvene i ekonomske pore, turizam je postao jedna od vodećih izvoznih djelatnosti u svijetu.

Ono što se može zaključiti u vezi sa sektorom turizma u Bosni i Hercegovini jeste to da u politikama razvoja sektor turizma je, slobodno možemo reći, periferna privredna grana, bez prave institucionalne, političke i finansijske podrške, kako od strane entiteta i Brčko Distrikta, tako i od strane državnog nivoa. Nažalost postoji, prije svega loša promocija turizma koja se sprovodi neplanski. U marketinškim aktivnostima, posebno promotivnim, nema saradnje. Entiteti, kantoni, Brčko distrikt, te lokalne zajednice se na tržištu predstavljaju samostalno, bez usklađenosti sa drugim nivoima i pritom se rasipaju ionako oskudna finansijska sredstva namijenjena promociji.

Imajući u vidu da sektor turizma ima uticaja na mnoge druge uslužne sektore i proizvodne industrije, koristi od razvoja turizma imaju i trgovina na veliko i malo, te razni oblici zanatstva-kućna djelatnost. Značajni su i prihodi budžeta od boravišne takse i poreza koji su rezultat turističkih aktivnosti.

Dugoročno gledano, u budućem period, turizam može pomoći u zapošljavanju ljudi i promociji drugih proizvoda iz Bosne i Hercegovine, što će svakako doprinijeti poboljšanju ukupne privredne aktivnosti. Osim pojačane ekonomske funkcije preko niza djelatnosti, značaj turizma je što pruža mogućnost razvoja nedovoljno razvijenih regija (opština) i može biti katalizator demografskog i privrednog oporavka, revitalizacije „zapostavljenih“ područja, posebno ruralnih prostora u BiH.

LITERATURA

- [1] Bodiroža M., 2012., *Međunarodna ekonomija*, Travnik, Internacionalni univerzitet u Travniku, Ekonomski fakultet
- [2] Unković S., Zečević B., 2009., *Ekonomika turizma*, Beograd, Ekonomski fakultet
- [3] Unković S., Čačić K., Bakić O., Popesku J., 1991., *Savremeni tokovi u turizmu*, Beograd, Ekonomski fakultet

- [4] Agencija za promociju izvoza BiH-BHEPA, 2011., *Izvozna strategija za sektor turizma BiH*, Sarajevo, BHEPA
- [5] Agencija za statistiku BiH, *Statistika turizma*, mjesečno saopštenje br. 12, 20.02.2015. godine, Agencija za statistiku BiH
http://www.bhas.ba/saopstenja/2015/TUR_2014M12_001_%2001_bos.pdf
- [6] „Economic Impact Reserach 2015“, World Travel & Tourism Council, Tourism Research,
http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/
- [7] World Tourism Barometer, February 2011. UNWTO
http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom11_1_key_trends_web_e_n.pdf
- [8] World Travel & Tourism Council, 2015., *Travel & Torism Economic Impact 2015-Bosnia and Herzegovina*, World Travel & Tourism Council
<https://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/bosniaherzegovina2015.pdf>