

ZNAČAJ IZRADE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA BOSNE I HERCEGOVINE

IMPORTANCE OF THE STRATEGIC PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Nedjeljko Babić

Federalno ministarstvo okoliša i turizma

Izlaganje sa naučnog skupa

Ključne riječi: strategija, turizam, razvoj.

SAŽETAK

Bosna i Hercegovina jeste i treba da bude turistički orijentirana zemlja. Rast turističkog prometa posljednjih godina potvrđuje da je BiH na putu da turizam postane aktivni generator razvoja privrede.

Kako bi se povećale ekonomske koristi od turizma, neophodno je usvojiti i implementirati strategiju razvoja turizma usmjerenu na održivi razvoj sa orijentacijom na one oblike turizma koji će stvarati koristi svim sudionicima.

Gotovo čitavo područje FBiH posjeduje iznimno raznolik i očuvan prirodni i kulturni-historijski turistički potencijal, što je dragocjena ostavština koja se mora očuvati i zaštititi kako bi dugotrajno pridonosila razvoju turizma.

Turizam mora postati jedan od osnovnih pokretača razvoja i u područjima u kojima je do sada bio marginaliziran usprkos kvalitetne resursne osnove.

Cilj je stvoriti okvir za razvoj kvalitetne, suvremene i inovativne turističke ponude koja će povećati konkurentnost bosansko-hercegovačkog turizma na tržištima turističke potražnje i kapitalnih investicija i svrstati BiH u red vodećih turističkih zemalja u ovom dijelu svijeta.

Key words: strategy, tourism, development.

ABSTRACT

Bosnia and Herzegovina is and it attempts to be tourism oriented country. Growth of tourism traffic in the previous few years confirms that B&H is on the

way that tourism becomes active generator of economy development. In order to increase economic benefits from tourism, it is necessary to adopt and implement strategy of tourism development directed to maintaining development with the orientation on those shapes of tourism which will create benefits to all participators. Almost whole area of FB&H possesses various and preserved natural and cultural-historical potential, which represents precious heritage that has to be preserved and protected so that it can contribute in a long term to the development of tourism. Tourism has to become one of the basic initiators of development even in the areas where it was limited so far despite quality resource base. The goal is to create frame for development of quality, contemporary and innovation tourist offer which will increase competence of Bosnian tourism on the markets of touristic demand and capital investments and place B&H on the top of leading touristic countries in this part of the world.

1. UVOD

Najveći nedostatak planskog razvoja turizma je nepostojanje strategije turističkog razvoja zemlje na nivou Federacije Bosne i Hercegovine. Nedonošenje jednog ovako značajnog akta, koji bi u sebi sadržavao smjernice budućeg razvoja turizma, u velikoj mjeri umanjuje efekte koji bi se po osnovu turističkog prometa mogli ostvariti. To znači, da u zemlji nemamo utvrđene smjernice i osnovni okvir za konkretniju operativnu razradu uspješnijeg razvojnog puta ovog privrednog sektora, a time ni planskih dokumenata o prostorno-

planskoj izgradnji objekata za potrebe turizma.

Pored nepostojanja strategije razvoja turizma, ne postoji ni Turistički plan Federacije Bosne i Hercegovine, kojim bi se osigurala kvalitetna podloga, na kojoj bi se temeljila buduća turistička politika, odnosno prostorni plan izgradnje objekata turističke privrede.

Da postoje ova dva osnovna dokumenta, tada bi i mogućnosti privlačenja direktnih stranih investicija u ovaj sektor privrede bila realnija. Znamo da stranci svoj kapital ulažu samo ako su sigurni da će se isti oploditi u kratkom vremenu. A osnov toga su planski dokumenti, kako na nivou države, tako i lokalne društveno-političke zajednice za određeno područje. Planski dokumenti pružaju zainteresiranim stranim ulagačima pouzdane odrednice, odnosno, služe im kao vodič za investicije u kojem su sadržane informacije o mogućnostima, te izgledima i rizicima turističkih investicija.

Kao rezultat nepostojanja ovih akata značajnih za razvoj turizma u zemlji, imamo izrazitu koncentraciju turističke ponude u njenom primorskim i planinskim dijelovima, koja se u najvećoj mjeri ogleda u neadekvatnoj gradnji objekata za smještaj i ishranu posjetioaca.

2. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA U FEDERACIJI BOSNI I HERCEGOVINI

Razvoj turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine u dosadašnjem periodu najvećim dijelom je bio disperzivan. Ovo je, s jedne strane, posljedica disperzivnog razmještaja turističkih motiva u prostornom obuhvatu zemlje, a s druge strane, posljedica određenih društveno-ekonomskih faktora koji su podsticali takav razvoj. Kako se na teorijskom nivou ne može definitivno presuditi u korist disperzije ili koncentracije prostornog razvoja turizma, s obzirom da svaki oblik izgradnje ima svoje komparativne prednosti i nedostatke, to se opravdanost disperzije, odnosno koncentracije, mora utvrđivati u svakom konkretnom slučaju, a u funkciji socio-ekonomskih ciljeva koji se žele postići. Kako disperzija nije odraz disperzivne tražnje u zemlji ili izvan nje, s obzirom da je tražnja koncentrisana u par velikih urbanih centara na čelu sa glavnim gradom i na magistralne saobraćajne pravce, to znači da turistička ponuda nije uvijek odraz za-

htjeva tražnje, već je prije odraz poremećaja u funkcioniranju tržišnih mehanizama u dosadašnjem periodu.

U cilju da se odredi mjesto i uloga turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine treba najprije utvrditi osnovne strateške ciljeve razvoja turističke privrede:

1. Potpunija valorizacija turističkih potencijala, zasnovana na strateškom pristupu upravljanja u turizmu,
2. Tržišno repositioniranje i izgradnja vlastitog identiteta Federacije Bosne i Hercegovine, kao turističke destinacije, razvijenog zimsko-sportskog i primorskog turizma, odnosno prostora na kojem se ukrštaju kulture istoka i zapada

Operacionalizacijom navedenih odrednica stvorili bi se uvjeti za planski pristup sagledavanja prostora kao elementa bitnog za postizanje postavljenih ciljeva, a osnovni cilj je razvoj turizma zasnovan na kvalitetnim osnovama i na za to utvrđenim prostorima.

U kontekstu naprijed navedenog, proizašli su ciljevi i orijentacija za istraživanjem i radom na prostornoj koncepciji razvoja turizma u Federaciji i Bosne i Hercegovine. U tom smislu sagledana je pozicija ovog dijela zemlje. Na osnovu toga se može zaključiti da je pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano:

- praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje,
- nove tržišne prilike,
- područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe.

Posljednjih godina turističko tržište obilježavaju preferencije gostiju prema specifičnim vrstama turizma zasnovanim na:

- kulturno-povijesnoj baštini,
- kvalitetnim i jedinstvenim prirodnim resursima i
- bogatoj ponudi raznolikih sadržaja i zabave.

U strateškim ciljevima i mjerama razvoja u FBiH i BiH (PRSP Strategija razvoja) turizam kao gospodarska aktivnost (djelatnost) je prepoznat kao veoma značajan i prioritetan.

On je posebno u funkciji identifikacije turističkih potencijala FBiH i promocije turističkih destinacija.

Ocjenuje se da se bogati turistički potencijali

FBiH uz pažljivo planirana ulaganja i u relativno kratkom roku mogu staviti u funkciju. Neki od turističkih potencijala FBiH danas se aktivno koriste, međutim, razina njihovog korištenja nije na zadovoljavajućoj visini.

S druge strane postoji čitav niz turistički atraktivnih područja i segmenata koje tek treba istražiti, identificirati, pripremiti, staviti u funkciju i promovirati. Taj posao se ne može realizirati bez strategije koja treba da predstavlja polazni dokument u tom procesu.

Bosna i Hercegovina danas je suočena sa brojnim ekonomskim problemima.

Rat je imao za posljedicu, kako devastaciju turističkih i drugih pratećih sadržaja, tako i stvaranje nepovoljnog imidža zemlje i regije u percepciji domaćih i inozemnih turista i gostiju.

Čini se da će otklanjanje posljedica ovog drugog zahtijevati više vremena. Ipak, proces uspostavljanja povjerenja, stvaranja ugodnog ambijenta za dolazak i boravak kako domaćih, tako i inozemnih turista u FBiH treba započeti odmah i bez oklijevanja, kako bi se i efekti mogli što je moguće prije osjetiti, odnosno ostvariti ciljevi. Proces razvoja turizma u FBiH zahtijevat će i eliminaciju potencijalnih opasnosti za buduće turiste (npr. od mina).

Nerješavanje ili neadekvatno rješavanje ovog problema moglo bi imati nepovoljne posljedice na razvoj turizma.

Pored toga, neophodno je uložiti napore za revitalizaciju i zaštitu kulturno-historijskog naslijeđa, okoliša, ugrožene flore i faune, itd

3. ELEMENTI STRATEGIJE

Pošto se radi o istraživanjima koja su koncipirana i sprovedena na način koji u Federaciji Bosne i Hercegovine do sada nije u dovoljnoj mjeri primjenjivan, u pogledu dovođenja u funkcionalnu međuzavisnost prostorno-planske koncepcije i razvoja turizma, moguće je pretpostaviti da će elementi navedeni u radu, dati određenu argumentaciju u vezi daljnjeg planskog razvoja turizma u vremenu i prostoru. Ovim se posebno želi ukazati, između ostalog, na nužnost planiranja prostorne koncentracije izgradnje određenih sadržaja i uvođenje više naučno-istraživačkog rada u ovu privrednu djelatnost, kao i interdisciplinarno razmatranje brojnih faktora, koji imaju u uticaj na razvoj turizma u zemlji.

Zato planiranje budućeg razvoja turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine treba bazirati na prirodnim, saobraćajno-geografskim, kulturno-historijskim i drugim turističkim vrijednostima ove zemlje.

Planiranje uređenosti turističkih destinacija treba posmatrati sa mikro i makro nivoa.

Na mikro nivou treba

- adekvatno urediti i obilježiti turističku mikrolokaciju.

Uređenje na makro nivou treba da obuhvata:

- čišćenje gradova, sela, parkova, puteva, jezera i korita rijeka,
- eliminaciju divljih i drugih neuređenih deponija i održavanje opće čistoće i higijene kao trajnog zadatka koji je u neposrednoj funkciji razvoja turizma,
- održavanje, rekonstrukcije i izgradnju putnih i drugih komunikacija, njihovo obilježavanje,
- razvoj direktnih i indirektnih turističko-receptivnih kapaciteta i sadržaja (hoteli, prenoćišta ili svratišta, pansioni, turistička naselja, moteli, kampovi i drugi oblici smještaja, objekti za pružanje usluga ishrane i pića: restorani različitih vrsta i namjene, bifei i sl.) postavlja se kao neophodan preduslov razvoja turizma.

Svaki od ovih objekata zahtijeva standardizaciju, kategorizaciju i osiguranje visokog nivoa kvaliteta usluge.

Razvoja turizma nema bez razvoja turističkih agencija koje posreduju u turističkom prometu. Njihova uloga je da kreiraju nove turističke proizvode, potiču i usmjeravaju turističku potražnju, upotpunjuju promociju turističkih destinacija, informiraju postojeće i potencijalne turiste, distribuiraju, odnosno prodaju turističke aranžmane, te organiziraju i realiziraju turistička putovanja i sadržaje u destinaciji.

Način komuniciranja agencija sa potencijalnim klijentima treba značajno unaprijediti. Novi turista je samostalan, iskusan, tehnološki orijentiran, traži vrijednost za novac, aktivan i želi učiti od drugih kultura, uzima sve više kraćih odmora, ekološki i socijalno je senzitivan. Prema tome, turističke agencije svoju ponudu trebaju prilagoditi korisnicima, odnosno kreirati je u skladu

sa očekivanim promjenama u svjetskom turizmu (smanjenje troškova putovanja, smanjenje dužine boravka, promjene u načinu rezervacije odmora (Internet), promjene u glavnim motivima putovanja, novi proizvodi i načini promocije i drugo).

Razvoj turizma ima povoljne efekte na zapošljavanje lokalnog stanovništva u različitim djelatnostima koje pružaju usluge turistima. To, pored izgradnje turističkih i drugih sadržaja koji su u funkciji razvoja turizma, podrazumijeva i školovanje, prekvalifikaciju ili dodatnu i kontinuiranu edukaciju osoblja koje će biti angažirano na različitim poslovima.

Ne manje značajan jeste segment odnosa lokalnog stanovništva prema turistima. Ovo podrazumijeva izgradnju i razvijanje svijesti o značaju turizma, te uključivanje prigodnih edukativnih sadržaja o turizmu u sadržaj školskih nastavnih programa, javnih tribina i slično.

4. ZAKLJUČAK

Izložena koncepcija buduće strategije razvoja turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine, polazi od realne pretpostavke, da će osnovna karakteristika razvoja u narednom periodu biti pokušaj izlaska iz krize i ostvarenje ekonomske stabilizacije. Razvoj turizma ne može se bazirati na planiranje izgradnje smještajnih i drugih objekata na teritorije cijele FBiH. Upravo iz razloga što ovaj dio Bosne i Hercegovine ne može imati uspjeha na evropskom i svjetskom turističkom tržištu sa recimo 20 nedovoljno opremljenih turističkih centara, može se nadati uspjehu sa 3-4 izvanredno opremljena planinska i banjska centra, koji se uz adekvatne organizacione i propagandne napore mogu u određenom vremenskom periodu lansirati na inostranom tržištu.

Davanje regionalnog prioriteta razvoju turizma i pokušaj njegovog prostornog usmjeravanja ka regijama i zonama koje imaju najizrazitije komparativne prednosti nije nova ideja u našoj teoriji i praksi, i ona je bila ugrađena u prostorne planove zemlje. Međutim, problem je bio u tome što su prioriteti bili brojni i preširoko postavljeni i što se u praksi nisu dosljedno ostvarivali. Tako se u Prostornom planu BiH II u dijelu koji obrazlaže ekonomske komponente organizacije uređenja

prostora, kaže sljedeće: "Utvrđeni pravci razvoja zahtijevaju izgradnju onih turističkih zona i lokaliteta, koji prema konstelaciji odlučujućih faktora (obim tražnje, atraktivnosti lokaliteta, komunikativne veze i dr.) obećavaju najveće ekonomske efekte.

U skladu s tim, Strategija treba dati odgovor na ta i druga pitanja, jer praksa nas upućuje na to da je neophodno pristupiti utvrđivanju lokacija na kojima će biti građeni namjenski objekti, a ne kao do sada, da namjenu određuje investitor prema svom nahodjenju. Ovo je posebno važno za lokalitete na planinama u okolini Sarajeva i na Vlašiću, Neumu i drugim mjestima. Naime, Bosna i Hercegovina za razliku od ostalih zemalja koje razvijaju zimsko-sportski turizam ima izrazito slabu ugostiteljsko-turističku ponudu na svojim planinama.

Uređenje novih lokaliteta, može se ocijeniti poželjnim, samo na za to atraktivnim mjestima i u kontekstu rezervacije pojedinih prostora za budući turistički razvoj. Ovo posebno naglašavamo sada, u vremenu kada se pristupilo izgradnji pojedinih dionica budućeg autoputa kroz Bosnu i Hercegovinu - koridora Vc, jer od kvalitetno i stručno urađenih planova za izgradnju ostalih sadržaja uz saobraćajnicu, u velikoj mjeri će ovisiti i prihodi od turizma, posebno tranzitnih turističkih kretanja.

LITERATURA

1. Clawson M i Knetsch J. L, Economics of Outdoor Recreation, Baltimore: John Hopkins Press, 1966.
2. Garod G i Willis K. G, Economic Valuation of the Enviroment. Cheltenham: Edward Elgar, 1999
3. Long S, Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables. London: Sage Publication, 1997.
4. Prioritetni lokaliteti značajni za brži razvoj zimskog, banjskog i primorskog turizma u BiH. Privredna komora BiH. Odbor koordinaciju razvoja zimskog, banjskog i primorskog turizma u BiH Sarajevo, 1981. god.str.6.