

TURIZAM I NJEGOV ZNAČAJ ZA EKONOMSKI RAZVOJ BiH

TOURISM AND ITS IMPORTANCE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF BiH

Sadik Bahtić

APSTRAKT

U ovom radu bit će riječi o turizmu, prednostima i nedostacima turizma u BiH te šta država treba da uradi da bi turizam, kao grana, bio značajan faktor u ubrzanom i održivom ekonomskom razvoju Bosne i Hercegovine. Bosna i Hercegovina je oaza turizma i prirodnih ljepota, međutim, mi to još nismo stavili u funkciju ekonomskog razvoja i razvoja turizma. Turizam je grana u BiH koja može, uz mala ulaganja, najbrže da pokrene ekonomski razvoj u zemlji. Globalizacija tržišta u turizmu predstavlja prednost za turizam BiH sa aspekta utjecaja na ponašanje potrošača ka njegovoj konačnoj odluci gdje i šta će posjetiti. Kompaktnost i međusobna mala udaljenost raznovrsnih političkih potencijala, prednost je BiH kroz koju bi trebalo zasnivati svoju turističku ponudu. Višestruka ponuda pozitivno utječe na ponašanje potrošača i ona mora biti adut BiH turizma na sve više globaliziranom tržištu sa jasno određenom ponudom. Ovo je trajan projekat zasnovan na naučnim disciplinama, projekat koji ne trpi improvizacije i manipulacije. Sam projekat nadilazi okvire projekta i treba da predstavlja strategiju razvoja turizma u koju bi bili uključeni svi segmenti društva i to od pojedinca do najviših državnih institucija, uz poštovanje naučnih dostignuća oslanjajući se na pozitivna dostignuća drugih zemalja sa poštovanjem osobnosti, raznolikosti i specifičnosti ponude turizma Bosne i Hercegovine.

Ključne riječi: turizam, ekonomski razvoj, razvoj, ekonomija, Bosna i Hercegovina.

Keywords: tourism, economic development, development, economics, Bosnia and Herzegovina.

ABSTRACT

This research contains the advantages and disadvantages of tourism in BiH and what the state should do to improve the tourism industry as an important factor in the rapid and sustainable economic development of Bosnia and Herzegovina. Bosnia and Herzegovina is an oasis of tourism and natural beauties. However we have not yet incorporate this advantages in the economic development and the development of tourism. Tourism is a branch which can initiate the fastest economic development of BiH with the smallest investments. Globalization of the market in tourism is a priority for BiH tourism because it impacts consumer behavior towards the ultimate decision of where and what to visit. Compactness and short distance of various political potentials is an advantage on that BiH should base its touristic offers. Multiple offers have a positive effect on consumer behavior and it has to be the trump of BiH tourism in the increasingly globalized market with a clearly defined range. This is an ongoing project based on scientific disciplines, a project that does not allow improvisations and manipulations. The project goes beyond the framework of a project and should represent the strategy for tourism development that would include all segments of society, from individuals to the highest state institutions, including scientific achievements based on the positive achievements of other countries with respectability of personality, diversity

and specificity of tourism offers of Bosnia and Herzegovina.

UVOD

Turizam je privredna djelatnost koja ima veliki društveni, politički i ekonomski značaj za jednu zemlju. Ta djelatnost je u sve većoj ekspanziji i svakim danom jača svoj udio u međunarodnom kapitalu. Osnovu turističke privredne djelatnosti čine: ugostiteljstvo, saobraćaj, turističke i putničke agencije, trgovine na malo, zanatstvo i razne vrste komunalnih djelatnosti. Od neprivrednih djelatnosti treba istaći kulturno-umjetničke, sportske i druge aktivnosti, zatim rad raznih turističkih organizacija i organa na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom planu, koje na direktan ili indirektan način učestvuju u formiranju turističke ponude. Osnovne karakteristike turizma su: raznovrsnost (heterogenost), neproizvodan karakter rada, sezonski karakter poslovanja, visok stepen elastičnosti tražnje i neelastičnosti ponude.

Turizam, kao privredna djelatnost, svakodnevno može širiti svoj obim poslovanja i što je vrlo važno primjenjiva je u svakoj sredini. Nepresušne su primjene elemenata koje sačinjavaju turizam. Ako turizam posmatramo kao kombinaciju odnosa, usluga i ostalih pogodnosti koje koriste turisti možemo napraviti jedan mali prikaz koji čine slijedeći elementi:

- Sredstva transporta: avioni, automobili, željeznice, pomorski i riječni brodovi itd.
- Objekti za smještaj i ishranu: hoteli, moteli, pansioni, privatna domaćinstva itd.
- Putničke agencije,
- Turistički vodiči,
- Ostali objekti za ishranu turista,
- Prodavnice za prodaju specifičnih artikala koje kupuju turisti kao što su suveniri i slično,
- Proizvođači specifičnih turističkih artikala i suvenira,

- Folklorna umjetnost i
- Razni oblici i organizacione forme obezbjeđene zabave i razonode.

Najsigurniji put za razvoj turizma u Bosni i Hercegovini je put „korak po korak“ iskazan u Strategiji razvoja turizma. Okosnica toga plana – Strategije razvoja, predstavljali bi pristupne saobraćajnice, umreženost puteva i željeznica sa adekvatnim aerodromima. Uporedo sa tim dijelom, težište smještajnih kapaciteta, u ovoj prvoj fazi, prebacilo bi se na izgradnju vanstacionarnih – izletničkih objekata kao što su planinarski domovi, kampovi, bungalovi, apartmani, odnosno, svi oni mali, niskobudžetni održivi smještajni kapaciteti pored, iole, pogodne prirodne ljepote ili atrakcije. Ponuda bi se bazirala na eko-turizmu, agri-turizmu, putevima sira i vina. Posebna atrakcija bili bi putevi parkova prirode ili putevi starih gradova. Sve ovo ne traži velike investicije, a zainteresovalo bi se lokalno stanovništvo i na taj način smanjio odljev seoskog stanovništva u gradove. Ovo bi bio prijelazni oblik kao vid brzog obrta, a bitno utječe na ponašanje potrošača da dobije čitav niz sadržaja kako bi što kvalitetnije proveo svoje slobodno vrijeme.

Bosna i Hercegovina ima potencijala za razvoj turizma. Raznolika ponuda prirodnih ljepota, historijska prošlost kojom je Bosna i Hercegovina prebogata, potrebno je objediniti i zahvaljujući naučnom pristupu distribuirati i upoznati građane Evrope i svijeta sa potencijalima bh. turizma. Na taj način bitno će se utjecati na ponašanje potrošača u odabiru krajnje destinacije. Potrošač je suveren, ponaša se shodno svojim zahtjevima i kriterijumima i mora imati valjanu informaciju po svojim zahtjevima. U svakom odgovoru na pitanje potrošača potrebno je predočiti i stvarne prednosti ove zemlje, a to znači da svaka informacija mora biti tačna, naučno obrađena kako bi bitno utjecala na ponašanje potrošača u korist bh. turizma.

TURIZAM U FUNKCIJI EKONOMSKOG RAZVOJA BIH

Bosna i Hercegovina treba i mora više da ulaže u turizam jer imamo turističke kapacitete, ali uz mala ulaganja treba da ih stavimo u funkciju. Najveći dio svjetskih naučnika i analitičara smatraju da je, uz genetiku i informatiku, fenomen 20. stoljeća turizam.

U periodu januar – juni 2012. god. Bosnu i Hercegovinu je posjetilo 351.755 turista, što je više za 10,5% i ostvarili su 743.336 noćenja, što je više za 11,9% u odnosu na isti period 2011. godine .

Stari most

U strukturi noćenja stranih turista, u istom periodu, najviše noćenja ostvarili su turisti iz Hrvatske (19,4%), Srbije (16,2%), Slovenije (8,4%) i Turske (7,4%) što je ukupno 51,4%. Turisti iz ostalih zemalja ostvarili su 48,6% noćenja. Što se tiče dužine boravka stranih turista u našoj zemlji u istom periodu, na prvom mjestu je: Rusija sa prosječnim zadržavanjem od 5,0 dana, Irska sa 3,7 dana, Iran sa 3,4 dana, Rumunija sa 3,2 dana, te Saudijska Arabija i Egipat sa po 3,1 dana.

Bosna i Hercegovina raspolaže sa 25.134 registriranih kreveta u hotelima, motelima, pansionima i privatnom smještaju, što je za 10 % više nego prethodne godine. Registrirano je 294 hotela i motela koji učestvuju sa 70 % u ukupnim smještajnim kapacitetima. Najveći broj hotela i motela je do tri zvjezdice i imaju tendenciju

porasta kvaliteta, a 4,5% hotela je sa 4 i 5 zvjezdica. Najveći broj smještajnih kapaciteta se nalazi u malim porodičnim hotelima, motelima i pansionima, dok se veliki hoteli nalaze u centrima kulturnog, planinskog, primorskog i zdravstvenog turizma.

Bašćaršija

U Bosni i Hercegovini je registrirano 206 turističkih agencija kao kombinacija organizatora putovanja i posrednika. Industrija putovanja je u 2010. godini zapošljavala 1020 osoba. Turistički aranžmani se većinom nude za destinacije izvan Bosne i Hercegovine dok je veoma mali broj turističkih agencija koje se bave receptivnim turizmom.

Udio turizma kao privredne grane na BDP u 2010. godini je iznosio 2,01%, a utjecaj privrede generirane turizmom na BDP iznosio je 5,8 %. U sektoru izvoza usluga i roba turizam je učestvovao sa 3,1 % . Učešće 32.458 zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu iznosi 5,76 % od zaposlenih, a u privredi generisanoj turizmom utiču 9,3 % na ukupnu zaposlenost u BiH. U 2010. godini ostvaren je ukupan prihod od turizma 491,1 mil. KM, što je za 1,36 % više nego prethodne godine.

Veliki broj neprijavljenih turističkih dolazaka, noćenja i prometa u turizmu opravdava izvještaj Centralne banke BiH prema kojem je u 2010. godini ostvareno preko milijardu KM turističkog prometa od inozemnog turizma, a prema metodologiji



Međunarodnog monetarnog fonda. Stavljajući turizam u sektorski prioritet, od strane entitetskih vlada i Vijeća ministara BiH, daju jasna opredjeljenja o važnosti turističke industrije na privredu BiH.

Prema procjenama Svjetske turističke organizacije (UNWTO), očekuje se da će aktivnosti putovanja i turizma Bosne i Hercegovine za period 2006 – 2015. godina imati realan godišnji rast od 5,2 %. Osnovni faktori koji određuju trenutnu situaciju u vezi sa razvojem turizma u Bosni i Hercegovini mogu se definirati na sljedeći način:

- dugotrajno odsustvovanje sa međunarodnog turističkog tržišta zbog ratnih dejtava,
- neodgovarajuće učešće i integracija lokalnih zajednica i određenih društvenih grupa u okviru razvoja turizma,
- nedostatak infrastrukture, posebno u seoskim područjima,
- nepostojanje odgovarajuće saradnje sa inostranim organizatorima putovanja,
- nedovoljna poznatost Bosne i Hercegovine kao turističke destinacije na tržištu,
- nedovoljno profilisan imidž ili negativan imidž koji proističe iz djelovanja neturističkih činilaca,
- odsustvo odgovarajućih nacionalnih, regionalnih i lokalnih struktura za razvoj, upravljanje i promociju sektora turizma,
- dugoročno opadanje kvaliteta turističkih usluga,
- neodgovarajuće upravljanje zaštitom životne sredine u funkciji turizma,
- postojanje turističkih proizvoda koji su već bili provjereni na međunarodnom turističkom tržištu i za koje sada postoji uvjerenje da je moguće pronaći tržišne segmente.

Podsjetivši da je Bosna i Hercegovina ranije nastupala kao dio jugoslovenske turističke ponude, Bosna i Hercegovina je

uspjela da za relativno kratak period postane poznata pod sopstvenim imenom kao lijepa, atraktivna, bezbjedna destinacija. Veoma je blizu svim evropskim metropolama i u njoj se turisti osjećaju prijatno, s obzirom na gostoljubivost naroda. To je vidljivo po pisanju najutjecajnijih svjetskih dnevnika i magazina koji u Bosni i Hercegovini najčešće pišu u superlativu, kada je u pitanju turizam. Sve to uliva optimizam kada je u pitanju budućnost Bosne i Hercegovine kao turističke zemlje, kojoj svjetska turistička javnost i eksperti predviđaju svijetlu turističku budućnost u smislu destinacije visokog kvaliteta, koja zaslužuje da bude dragulj.

Zbog svega toga, apsolutni prioritet u strategiji našeg razvoja je razvoj održivog turizma.

Bjelašnica

Bosna i Hercegovina ima duboke korijene turističkog organiziranja i raspolaže sa prirodnim, kulturnim, klimatskim, rekreativnim, kulturološkim, gastronomskim i drugim resursima kao pretpostavka daljeg ubrzanijeg razvoja turizma u regiji i priključenju evropskoj turističkoj ponudi.

Za uzimanje dijela evropskog turističkog kolača, neophodno je pored svih aspekata u boljoj organiziranosti turizma u potpunosti razviti sve vidove saobraćaja, a time i drumski saobraćaj u Bosni i Hercegovini, poboljšati postojeću mrežu puteva rekonstrukcijom i rehabilitacijom, izgraditi novu mrežu putnih pravaca, a posebno što ranije u cijelosti izgraditi autoput na koridoru 5C kao osnovu povezivanja sjevera i juga zemlje i uključenje u evropske putne pravce.

Uključiti se u planiranje i izgradnju sa susjednim zemljama za Jadransko-jonsku magistralu.



Glavni turistički aduti i resursi Bosne i Hercegovine se neplanski uništavaju, rasipaju i vremenom nestaju, jer ne postoje osnove strategije razvoja turizma i očuvanje životne sredine.

Ali, dalji razvoj cjelokupnog društva najavljuje sjajnu turističku budućnost i ponovo postavljanje Bosne i Hercegovine na turističku kartu Evropske unije i svijeta uz podržavanje: bolje povezanosti saobraćaja sa ostalim zemljama u regionu, bolje saradnje između dva entiteta, bolju podršku strateškim i dugoročnim investicionim projektima i boljoj podršci regionalnim strategijama razvoja.

Razvoj turizma u Bosni i Hercegovini je direktno povećanje izvoza Bosne i Hercegovine.

Za nas, kao malu zemlju, nema druge alternative rastu utemeljenom na izvozu, ocjena je ekonomskih analitičara.

U tom smislu i postoje i obaveze i zadaci države Bosne i Hercegovine kao i njenih entiteta i nižih nivoa vlasti u razvoju saobraćaja i turizma, jer se nigdje u svijetu turizam nije razvio bez pomoći i učešća države.

U prethodnom dijelu osvrnuo sam se na

iskorištavanje pojedinačnih potencijala jedne države, a slobodno mogu reći (dokazati) da Bosna i Hercegovina može ponuditi mnogo više od drugih turističkih svjetskih destinacija.

PREDNOSTI BH. TURIZMA

Prva prednost ponude bh. turizma

Prva prednost Bosne i Hercegovine je u njenoj kompaktnosti. Ta kompaktnost se ogleda u ograničenosti prostora koji se u pravcu sjever-jug, odnosno istok-zapad, čak i po lošim putevima, može preći teritorija BiH za malo više od 5 sati. To je velika prednost za one turiste koje „ne drži jedno mjesto dugo“. Tako da ta vrsta turista može u kratkom periodu npr. 7 dana obići termalne izvore, visoke olimpijske planine, historijske spomenike i gradove, vjersko svetište ili morsku obalu. Ovo predstavlja samo kratak izvod iz ponude koju ova mala evropska država nudi.

Druga prednost ponude bh. turizma

Drugi element je raznovrsnost ponude. Realno gledano Bosna i Hercegovina, kao malo koja država, može ponuditi sve

vidove turizma, odnosno, svojom ponudom može utjecati na ponašanje potrošača ako mu to na adekvatan način prikaže. Ako se vratimo na 5 osnovnih načela vezanih za potrošače, možemo sa pravom reći da BiH može zadovoljiti svih 5 načela. Šarolikost ponude ogleda se u prirodnim bogatstvima i kulturno -historijskom blagu.

Treća prednost ponude bh. turizma

Treći element predstavljaju klimatske i prirodne pogodnosti BiH. Bosna i Hercegovina ima raznovrsnu klimu i na ovom malom prostoru imamo od mediteranske do planinske klime. Sukob različitih vazdušnih masa, toplijih sa juga i hladnih sa sjevera uzrokuju česte promjene vremena, ali i za razvoj zimskog turizma obilne snježne padavine koje se zadržavaju na visokim planinama do petog, a često i do šestog mjeseca.

Četvrta prednost ponude bh. turizma

Četvrti element predstavljaju zasebne mikrocjeline sa specifičnom florom i faunom, čistim rijekama i jezerima, i autohtona naselja specifična za to područje. Ovaj element je izuzetno važan za ekoturizam i njegov razvoj. U Bosni i Hercegovini nema mnogo prljave industrije, dok u oblastima iznad 400 m nadmorske visine nema uopšte industrija koje zagađuju okolinu. Važnost ovog elementa posmatrajući kroz važnost eko-turizma, dolazimo do razvoja i agri-turizma za koji BiH ima perspektivu.

Peta prednost ponude bh. turizma

Peti element su gradovi i naselja u BiH sa bogatom historijskom tradicijom, a samim tim sa spomenicima i obilježjima raznih kultura. Bosna i Hercegovina je vijekovima bila ili granica ili tampon zona dominantnih civilizacija toga vremena. Tako BiH biva granica Istočnog i Zapadnog rimskog carstva, nešto kasnije, granica Turskog carstva, islama i hrišćanske Evrope. Sve je

to utjecalo na raznolikost i bogatstvo kulturno-historijskih spomenika širom Bosne i Hercegovine. Posebno se ističe grad Sarajevo, koga od početka XVI vijeka, smatraju „evropskim Jerusalemom“, odnosno „Vratima Istoka“. Taj grad, koji je ujedno i glavni grad BiH u kojem kontinuirano život teče od Neolita (naselje Butmir-neolitsko naselje 3000 p.n.e.) postaje središte sa bogatom spomeničnom arhitekturom koja odražava vjersku toleranciju i suživot njenih stanovnika.

NEDOSTACI TURIZMA U BiH

U prethodnom dijelu govorio sam o prednostima i potencijalima Bosne i Hercegovine u oblasti turizma. Činjenice govore da Bosna i Hercegovina je zemlja sa očuvanom bogatom prirodom i historijskim spomenicima iz njene burne prošlosti. Nameće se pitanje zašto BiH nije turistička sila kad ima sve što je potrebno da bi to i postala. Postoji čitav niz faktora zašto ovu predivnu zemlju turisti zaobilaze ili vrlo kratko borave u njoj. Ovim putem pokušat ću identifikovati glavne nedostatke u razvoju turizma Bosne i Hercegovine, a shodno tome, ukazati na elemente koji utječu na ponašanje potrošača (turiste) na donošenje odluke o dolasku u ovu perspektivnu zemlju ili eventualnom kratkom zadržavanju u njoj. Najkraće rečeno, radi se o nedostatku strategije razvoja turizma u BiH na državnom nivou koja bi pomogla u okupnjavanju ponude ali i planski rješavala probleme koji koče razvoj turizma.

U daljnjem tekstu ukazat ću na glavne probleme, odnosno, nedostatke koji, iako su rješivi, prisutni su i poznati kao kočnici razvoja turizma.

Infrastruktura

Globalni je problem saobraćajna i telekomunikacijska infrastruktura. Dok se telekomunikacijska infrastruktura nekako i rješava, a područja kao što su okolina Konjica, Glavatičevo, Boraka područje

Neretvice i šire područje Bihaća dobivaju telekomunikacijske signale zahvaljujući interesu teleoperatera, GSM signal dolazi i do područja kojim je taj signal bio neophodan. Tako imamo slučaj sela Repovci, poznatom mjestu po brendu repovačkog sira sa otkupnom stanicom mlijeka i više ruralnih proizvođača koje ni na jedan način nije moglo stupiti u vezu sa vanjskim svijetom.

Drumski saobraćaj

Stanje u drumskoj saobraćajnoj infrastrukturi je ukratko rečeno, katastrofalno. Kapitalni projekat, izgradnja koridora 5C koji bi vezao sjever i jug zemlje, i poslije 10 godina je u početnoj fazi. Izgrađeno je svega 30-tak kilometara autoputa u ovom periodu, a od Sarajeva do Mostara i dalje treba 2 sata za 110 km. Ako turista želi da skrene malo sa te dionice i da posjeti neko interesantno mjesto, onda gubi dodatnih nekoliko sati sa strahom, razmišljajući da se prijevozno sredstvo samo ne pokvari, jer na tim putevima nema ni benzinske pumpe ni autoservisa. Ako smo svjesni činjenice da preko 70 % posjetilaca BiH dolazi drumskim putevima, možemo samo zamisliti kako to sve utječe na ponašanje potrošača-turiste.

Željeznički saobraćaj

Željeznički saobraćaj je u još gorem stanju. Organizaciono, Željeznice BiH obavljaju saobraćaj samo unutar BiH. Ako želite vozom na more, prugom do Ploča (primorski, lučki grad u Hrvatskoj) koja je saobraćala desetinama godina, možete doći samo do Čapljine, jer je to najjužnija stanica prema Hrvatkoj, odnosno, moru. Rekonstrukcija i modernizacija željezničkog saobraćaja su neophodni, ako želimo zadovoljiti kriterije evropskih standarda.

Aviosaobraćaj

Bosna i Hercegovina posjeduje 4 međunarodna aerodroma, preko kojih se odvija međunarodni saobraćaj. Ti aerodromi zadovoljavaju minimum uslova međunarodnog saobraćaja i na granici su rentabilnosti zbog svoje slabe iskorištenosti. Da se radi prvenstveno o ljudskom faktoru, odnosno, nedostatku političke volje govori i podatak o slijetanju Antonova AN 124 15. 4. 2013. godine na sarajevski aerodrom demantuje priče o kratkoći piste, kao razlogu neslijetanja većih aviona. Taj avion dimenzija 70 m x 20 m, jedan od najvećih transportnih aviona na svijetu, bez problema je sletio i uzletio sa sarajevskog aerodroma. Kada uzmemo u obzir da je razdaljina između Sarajeva i aerodroma 10-tak minuta vožnje automobilom, da više od milion građana BiH je u dijaspori (potencijalni posjetioci), da je Sarajevo kulturno-historijski grad u svjetskim razmjerama, onda nije jasno kako je došlo do nerentabilnosti aerodroma i finansijskog kraha jedine bh. kompanije BH Airlines.

Smještajni kapaciteti

Nedostatak strategije razvoja turizma ogleda se i u razućenosti i neumreženosti smještajnih kapaciteta. Pored ovoga, uočen je problem nedostataka jasne podjele stacioniranog i vanstacioniranog turizma, odnosno, objekata te dvije kategorije. Stacionirani turizam, u kojem bi bili kapitalni objekti, trebao bi se vezati za veći urbani centar koji ima šaroliku ponudu potencijalnom turistu. Idealan primjer je grad Sarajevo sa svojom bogatom kulturno-historijskom spomeničnom prošlosti okružen predivnim olimpijskim planinama, kao bazom za ski-turizam. U ljetnim mjesecima koriste se objekti eko i za agriturizam, uz pogodnosti za razvoj ljekovito-banjskog, planinskog, biciklističkog, špiljskog i adrenalinskog turizma, jer u radijusu od 30-tak kilometara postoje više nego dobri prirodni potencijali za razvoj svih tih grana turizma. Za gore

navedeni vid turizma potrebni su adekvatni hoteli sa popratnim sadržajima koji bi služili kao baza stacioniranog turizma, ravnomjerno raspoređen između grada i olimpijskih planina.

Kriva predodžba i rat kao psihološka prepreka

Odavno, područje Bosne i Hercegovine smatrano je kao politički trusno područje na kojem se odvijaju plemenski ratovi. Evropljani ovo područje smatraju necivilizovanim, po evropskim normama područje koje nije preporučljivo posjećivati. Evropljaninu koji udobno živi u svojoj pravnoj državi, javno mijenja (koje je negativno u odnosu na BiH) upućuje preporuke iznoseći samo negativnosti koje su evidentne.

On svoje ponašanje koriguje sa preporučenom politikom, koju crpi iz medija i uvažava ono što mediji negativno iskazuju o Bosni i Hercegovini. Nedostatak strategije turizma Bosne i Hercegovine utječe da veliki broj pozitivnih strana i pogodnosti nisu dostupne evropskim medijima, a tako ni samom potencijalnom turistu koji se oslanja na ono što mu je rečeno.

Kada smo govorili šta sve BiH može ponuditi, zar nismo uvidjeli koliko raznovrsnih prednosti BiH ima u odnosu na druge države. Postojeći nedostaci se mogu otkloniti zdravom politikom i ekonomskom zainteresovanošću. Kada ovo govorim, dolazim i do posljednjeg velikog nedostatka u turizmu BiH, a to je :

Ljudski potencijal

Kada govorim o ljudskom potencijalu, ne mislim globalno o ljudskom potencijalu kojeg Bosna i Hercegovina nesumnjivo ima. Ovdje govorim o nedostatku ljudskog potencijala kao upravljanja ljudskim resursima. Tu su neophodni kadrovski menadžer u turizmu, osobe osposobljene i

edukovane da upravljaju procesom i upravljanjem u turizmu. Moramo znati da upravljanje počinje prije samog čina zapošljavanja osoblja. Kadrovski ili personalni menadžer inicira i sprovodi planiranje potreba za novim ljudima, a organizuje sve od konkursa, brige o zaposlenim do njihovog odlaska u penziju. Sam educiran, personalni menadžer vrši i trening i socijalizaciju zaposlenih. Trening se sastoji o obuci, strukturi i samog uvođenja u posao. Socijalizacija prenosi težište na kulturne vrijednosti organizacije firme. Globalni zaključak, što se tiče ljudskih resursa, a što bitno utječe na ponašanje potrošača je nedostatak školovanog, edukovanog osoblja u turizmu na svim nivoima. Dok zemlje okruženja ulažu u tu vrstu kadra, jer su svjesni da bez takvog osoblja nema daljnjeg napredovanja, i rezultati će biti više nego skromni.

ZAKLJUČAK

Osnovni zaključak ovog rada je da BiH treba više ulagati u turizam i da vodi takvu politiku koja bi turizam učinila generatorom razvoja cijele države i pokrenula razvoj drugih privrednih grana te na taj način bi se eliminisali siromaštvo i nezaposlenost. Jednostavno, ne postoji država u svijetu gdje se turizam razvijao bez učešća države. BiH ima sve preduslove kako bi imala značajan prihod od turizma. Evidentni nedostaci mogu se osloniti planskom politikom kroz strategiju razvoja shvatajući da turistički resurs nije i turistička atrakcija. Turistički resurs je blago koje jedna država ima, da li u vidu prirode i prirodnih ljepota ili kulturno historijskih spomenika, a turistička atrakcija je nadgradnja svega toga kako bi turistički resurs bio pristupačan krajnjem konzumentu. Tokom pisanja ovog rada fasciniran sam bogatstvom, raznolikošću prirodnih ljepota i kulturno-historijskom baštinom Bosne i Hercegovine kao i ponudom. Ljudski faktor, iz svega ovoga što sam napisao, predstavlja ograničavajući faktor.

LITERATURA

- [1] Bahtić Sadik, “Ekonomski razvoj“, Univerzitet u Travniku, Travnik ,2015.
- [2] Bibanović, Zoran,2006, Turizam i interes Bosne i Hercegovine, Rabic, Sarajevo.
- [3] Departamento de Turismo del Gobierno de Mexico. El turismo como deia de Communication Humana, 196, Mexico City.
- [4] Festić Mustafa“Turizam i ekonomski razvoj“, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu, 1997.
- [5] Kurtović, H. “Uvod u turizam“, skripta, Sarajevo, 2009.
- [6] Milisavljević Momčilo, 1992, Ekonomika turizma, Savremena adminstracija, Beograd.