

BLOG BROJ: 37

AKTUELNA VANJSKA POLITIKA
II GODINA IZDANJA

TURIZAM KAO ALAT ZA RAZVOJ BIH I OSTVARENJE CILJEVA VANJSKE POLITIKE

AUTORICA: ADISA ČAKANOVIĆ
Juni 2022.

Program: Aktuelna vanjska politika

Aktuelna vanjska politika je platforma namijenjena mladim aktivistima/kinjama za izradu i objavu kratkih online članaka u različitim formatima (analiza, blog, policy brief i sl.) o aktuelnim temama iz sfere vanjske politike usmjerene ka ili vođene od strane BiH. Platforma je prostor gdje mladi mogu da kreiraju sopstveni sadržaj, razvijaju svoju ekspertizu i dobiju prostor u javnosti.

Više informacija na: www.fes.ba i www.vpi.ba

Impressum

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) | ured u BiH
Kupreška 20, 71 000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina
Odgovorni: Dr. Peter Hurrelbrink
Tel.: +387 33 722 010
Fax: +387 33 613 505
e-mail: fes@fes.ba
www.fes.ba
DTP: Adisa Ošijan
Naslovnica: Korišteni dizajn ilustracije od Starline - Freepik.com
Publikaciju možete naručiti na e-mail: fes@fes.ba. Stavovi, mišljenja i zaključci u ovoj publikaciji ne moraju nužno odražavati stavove Friedrich-Ebert-Stiftung. Friedrich-Ebert-Stiftung ne garantuje za tačnost podataka koji su izneseni u publikaciji.

Sva prava zadržana od Friedrich-Ebert-Stiftung.

U partnerstvu sa:
Vanjskopolitička inicijativa BH

ČAKANović, ADISA
Aktuelna vanjska politika: "Turizam kao alat za razvoj BiH i ostvarenje ciljeva vanjske politike" / Adisa Čakanović - Sarajevo : Friedrich-Ebert-Stiftung, 2022. - 3 str. A4 format

Turizam kao alat za razvoj BiH i ostvarenje ciljeva vanjske politike

U [Strategiji vanjske politike Bosne i Hercegovine](#) za period 2018. – 2023. navodi se kako ova zemlja ima za cilj stvaranje povoljnog ambijenta za ekonomsku saradnju i promicanje interesa i razvojnih mogućnosti svoje ekonomije. Fokus na opšti ekonomski i društveni napredak prisutan je godinama, potpomognut od Evropske unije (EU) koja služi kao motor unutrašnjih reformi koje [konvergiraju ka evropskim standardima](#), bivajući istovremeno i jedan je od glavnih trgovinskih i investicijskih partnera Bosne i Hercegovine. No, u svemu ovome je turizam, kao jako bitan faktor ekonomskog prosperiteta, stavljen na marginu razvojnih planova. Imajući u vidu prethodno pomenutu Strategiju, turizam će u ovom tekstu biti predstavljen kao alat koji može doprinijeti unapređenju nekoliko stubova vanjske politike koji uključuju ekonomski prosperitet te promociju Bosne i Hercegovine u svijetu. Poseban akcenat će biti stavljen na pregled načina na koji bi turizam mogao biti iskorišten za pomoć razvojnim ciljevima BiH, navedenih u njenoj vanjskopolitičkoj agendi, na osnovu nekih postojećih koncepata i projekata.

Turizam i ekonomski rast

U vrijeme kada je Bosna i Hercegovina (BiH) jedna od [najnerazvijenijih zemalja u Evropi](#), s većinom nerazvijenih privrednih sektora, teško je odrediti šta bi se moglo smatrati polaznom tačkom za ekonomski rast. Zbog svog geografskog položaja, velikih prirodnih ljepota, kulturno-historijskog naslijeđa i povoljnih klimatskih uslova, Bosna i Hercegovina je posebno fascinantna turistička destinacija. Do 1992. godine izgrađeni su značajni turistički objekti, infrastruktura i saobraćajna mreža, a organizacijski talenti su pokazani na Zimskim olimpijskim igrama u Sarajevu 1984. godine, kao i na nizu drugih manifestacija.

Nakon ekonomskog šoka od početka pandemije COVID-19 2020. godine, koja je rezultirala [najgorom recesijom u](#) zemlji od završetka rata, u drugoj polovini 2021. zabilježeni su obećavajući pokazatelji, uključujući [povećanje proizvodnje, izvoza i noćenja turista](#). U 2021. godini započeo je spor, ali stabilan ekonomski oporavak, a predviđa se da će se nastaviti tokom 2022. godine. Kako bi oporavak bio održiv, neophodno je više pažnje posvetiti jednoj od najvažnijih djelatnosti u tekućim ekonomskim tokovima, a to je turizam. Pozitivni utjecaji turizma rastu svakim danom, ne samo za određene turističke destinacije, već i za čitave zemlje. Uz to, [turizam ima značajan i pozitivan utjecaj](#) na regionalni i društveni razvoj, jer [dovodi](#) do stvaranja novih radna mjesta, razvoja saobraćajnih mreža i ostale infrastrukture te podizanja životnog standarda. Upravo ovakve aktivnosti doprinose oporavku od krize prouzrokovane pandemijom i ekonomskoj obnovi i prosperitetu koji BiH približava ostvarenju jednog od glavnih vanjskopolitičkih ciljeva, a to je, prvo sticanje kandidatskog statusa, a potom i članstvo u EU.

Na nivou EU, značajan fokus se stavlja na održivi razvoj, digitalizaciju i oporavak od pandemije, o čemu govori i činjenica da su europarlamentarci prošle godine [tražili](#) što brže donošenje nove turističke strategije evropskog turizma usmjerene na pomenutim aktivnostima. Kad govorimo o bh. slučaju, integracija održivih strategija i politika u turizam ostaje poteškoća. U Bosni i Hercegovini tek treba razviti održivi turizam, njegovu evaluaciju i praćenje. Zbog nedostatka sveobuhvatnog okvira za razvoj i procjenu, održivost turizma se [zasniva](#) na pojedinačnim inicijativama poslovnih subjekata, lokalnih zajednica koje služe za privlačenje kvalitetnih stranih ulagača, ali i za promociju i stvaranje brenda te nevladinih organizacija (NVO). U [Analizi sektora turizma BiH](#) u okviru „Lokalne strategije razvoja“ – EU4Business projekta navodi se kako su temeljni stubovi održivog turizma u BiH su veze između privatnih, javnih i nevladinih aktera u turističkoj industriji, kao i njihova saradnja u provođenju inicijativa, posebno međunarodnih projekata.

Promocija turističkih potencijala BiH

Kada je riječ o inicijativama koje potpomažu ekonomski prosperitet i promociju Bosne i Hercegovine u svijetu kao dva značajna stuba vanjske politike, jedna od najvećih jeste za jačanje turizma. Projekat se implementira u periodu od 2020. do 2025 godine i vrijedan je 20 miliona dolara. Kroz inicijativu USAID-a promoviraju se kulturno naslijeđe zemlje i jedinstvene atrakcije, a BiH se stavlja na put snažnog rasta ka održivoj turističkoj ekonomiji sa povećanim zapošljavanjem i širenjem poslovanja. Također, [inicijativa](#) ima za cilj jačanje ekonomskog regulatornog okruženja, povećanje kvaliteta i raznolikosti roba i usluga, profesionalizaciju turističke radne snage i preduzeća, te kreativno brendiranje i plasiranje BiH posjetiteljima visokog prinosa kako bi je učinili konkurentnijom turističkom destinacijom.

Osim USAID-a, tu je, naravno, i Evropska unija koja je zajedno sa Vladom Njemačke [investirala](#) više od 1,6 milion eura bespovratnih sredstava za razvoj turističkih proizvoda i usluga te unapređenje i razvoj zelenog turizma u Bosni i Hercegovini.

Uz to, jako bitan način unapređenja turističkog sektora je brendiranje Bosne i Hercegovine kao zemlje ili brendiranje pojedinačnih gradova, što bi moglo imati najveći utjecaj na turistički rast. Mnoge uspješne turističke destinacije koriste brendiranje destinacije kao tehniku za privlačenje velikog broja posjetilaca. Međutim, potrebna su dovoljna finansijska sredstva, strpljenje i solidno upravljanje procesima kako bi se brend mjesta učinio impozantnim pristupom promocije. Kao rezultat toga, konkurentnost turističkog sektora ovisi o stvaranju i marketingu imidža zemlje, kao i nizu proizvoda koji zadovoljavaju zahtjeve tržišta. Sve je u stvaranju svijesti i generiranju interesa, kao i poboljšanju trajanja boravka posjetitelja i troškova, kao i promoviranju ponovnih posjeta i preporuka. Ključ dobrog marketinga je definiranje i uspostavljanje posebnog brenda zemlje;

služi kao temelj za promotivne poruke i usmjerava razvoj proizvoda, osiguravajući da se obećanje brenda održi.

Politička funkcija turizma

Turizam kao alat vanjske politike može biti važan, ne samo u ekonomskom smislu, nego i u političkom. Politički aspekt turizma posebno je naglašen u realizaciji međunarodnog turističkog prometa, kao odnosa među državama, jer je takav promet važan za stabilno političko okruženje, odnosno zakone koji ograničavaju i utiču na djelovanje različitih organizacija i pojedinaca u društvu. Zbog svog "[transgraničnog](#)" značaja, turizam nužno potiče različite veze između multinacionalnih subjekata iz oblasti ugostiteljstva, transporta, putničkih agencija i dr., što ima višestruke posljedice po međunarodne odnose svake od uključenih država. Nadalje, politički značaj turizma ogleda se u njegovoj ulozi u jačanju patriotizma, odnosno etničke i nacionalne povezanosti. Patriotizam i zdrav ponos prema vlastitoj zemlji i ljudima koji razvijaju turizam doprinose jačanju i [afirmaciji ugleda zemlje](#) u međunarodnoj zajednici.

Da bi se razvio održiv i produktivan turistički sektor i da bi turizam bio adekvatno iskorišten kao alat za unapređenje stubova vanjske politike, postoji potreba za poboljšanjem nekoliko komponenti. One uključuju definiranje i implementaciju strategija i taktika kako bi rad u turizmu u BiH bio isplativiji (finansijski, profesionalno i tako dalje). Integracija prirodnog i kulturnog naslijeđa treba biti temeljni dio turističkog proizvoda. BiH ima širok spektar kulturnih i prirodnih resursa koji se mogu pretvoriti u turističku ponudu koja je proizvodna vrijednost. Također, postoji potreba za dosljednim međunarodnim nivoima usluga i ponudom turističkih proizvoda koja je raznolika i privlačna ciljanim segmentima u avanturističkom, kulturnom i vjerskom turizmu. Ova vremena zahtijevaju posvećenost podršci sektoru turizma i aktivno djelovanje svih nivoa vlasti kroz obnovljeni strateški fokus i ciljane akcije kako bi se postigli ciljevi kao što su poboljšana podjela koristi, zaštita životne sredine, otpornost i održivost.