

Analiza turističkog proizvoda Bosne i Hercegovine i prepreke razvoju

Turistički proizvod Bosne i Hercegovine – strateška platforma

Opće poznato je da samo povećavanje broja korisnika interneta prati broj povećavanja turizma u svijetu. Industrija kulture u svijetu, sada je to sasvim izvjesno, je jedna od industrija koja će u narednim decenijama pratiti rast industrije turizma. Industrije filma i muzike, a u posljednje vrijeme i muzeologija i festivali su u tom pogledu otišli još dalje i njihovi pojedini proizvodi se u mnogim zemljama smatraju vrhunskim nacionalnim interesom, koji nacionalnim ekonomijama donose ogromne prihode.

Prognoze UN World Tourist Organisation – UNWTO, za razvoj i rast turizma do proglašavanja pandemije Covid-19, su bile optimistične. Predviđalo se da usporeni rast, stagnacija svjetske privrede, lokalni ratovi, epidemije ili neki drugi faktori, mogu u kraćem razdoblju negativno djelovati na kretanja turista. Dugoročno, međutim, pozitivan rast je izvjestan. Da je to tako vidljivo je iz slijedećih podataka: Turizam u svijetu do zaključno 2025. godine, čini 10% globalnog BDP, 30% svjetskog izvoza usluga i 6% izvoza roba. Evropa ostvaruje 41% svjetskog prihoda od turizma. Turizam zapošljava oko 280 miliona ljudi, odnosno 1 od 10 radnih mjesta u svijetu. Turizam u Evropi raste po stopi od 3,5% do 4,5% godišnje i glavni je faktor ekonomskog oporavka Evrope od završetka Drugog svjetskog rata do danas.

Bosna i Hercegovina ne posjeduje atribute za razvoj masovnog turizma (sunce, more, plaža) i vjerovatno nikada neće postati destinacija za masovni odmor evropskog prosječnog građanina. Stoga je nepotrebno porediti veličinu turističkih kapaciteta u Bosni i Hercegovini sa kapacitetima zemalja u regionu. Suština izbora pravca razvoja turizma u Bosni i Hercegovini je da se broj noćenja ne smije izjednačavati sa ostvarenim finansijskim prometom. Za nas su dobri primjeri zemlje koje imaju nekoliko miliona turista, ali koje zarađuju više dolara od mnogih turističkih “velesila”. Prema dostupnim podacima (2021.) turizam u Bosni i Hercegovini je u 2020. godini (pandemija), zabilježio pad oko 80% u odnosu na prethodnu 2019. godinu. Posljedice proglašene pandemije u 2021. godini, mogle su se objektivizirati tek nakon prestanka proglašene opasnosti od strane World Health Organization – WHO. Pa hajdemo se napokon zapitati, sa kojim oblikom turizma bi zemlja iznimne raznolike kulture i prirode mogla uhvatiti korak sa zemljama EU?

Jačanje brenda kulture jača brend kulture življenja i kvalitete života, obrazovanja, destinacija postaje odredište kongresnog turizma, vjerskog i kulturnog hodočašća, mega priredbi i sportskih događaja... Kulturne institucije i očuvani spomenici kulture jačaju brend kulture.

Jačanje brenda prirode jača brend svih proizvoda prirode kao što je voda, sve vrste pića i napitaka, prehrambenih proizvoda, drvoprerađivača, zdravstveni turizam... Aktivnosti u prirodi jačaju brend prirode.

Jačanjem turističkih podproizvoda kulture i prirode Bosne i Hercegovine, bez angažiranja ogromnih investicija, brže će jačati bosanskohercegovački turistički multiproizvod, sa ciljem privlačenja zahtijevnije klijentele koja će se na destinaciji zadržavati pet i više dana.

U marketinškom smislu destinacija može da bude kontinent, nacionalna država, rjeđe region, a najčešće mjesto koje u sebi sadrži više atrakcija koje se na tržištu mogu ponuditi kao turistički proizvodi. Opće znanje o svijetu u kojem živimo, a posebno znanje o kulturnim i prirodnim vrijednostima našeg regiona je naš veliki osobni kapital. Turistička interpretacija stoga zahtijeva visoko etički afirmativan pogled na svijet (u turizmu se ne smije lagati).

Bosna i Hercegovina u geografskom smislu je mediteranska zemlja dio Jadransko-Jonske makroregije, a raspolaže raznolikim prirodnim i antropogenim resursima visokog stupnja privlačnosti koji se u kratkom vremenskom roku mogu privredno valorizirati.

Sustavno uništavanje kulturnog i sakralnog naslijeđa Bosne i Hercegovine u posljednjem agresivnom ratu i usporena poslijeratna obnova još uvijek pobuđuje jake emocije kod ljudi. Na tim emocijama su nastale i mnoge poslijeratne kulturne manifestacije kao naprimjer Sarajevo film festival – SFF, Bašćaršijske noći i drugi festivali. Takve emocije kao motivacijski faktor mobiliziraju ljude i korištene su svojevremeno, veoma uspješno, za stvaralačko mobiliziranje građana prilikom organiziranja Zimskih olimpijskih igara u Sarajevu – ZOI '84, kao i prilikom organiziranja OI u Atini 2004. godine. Crna Gora je takođe svojevremeno uspješno mobilizirala građane na sličnim (nacionalnim) emocijama pod motom Crna Gora – ekološka država. Emocije su po definiciji važan motivacijski faktor, tako da patriotizam može nekoga motivirati da napravi herojsko djelo. Vizija pod motom: Bosna i Hercegovina – kulturna kapija Evrope, posjeduje resursnu podlogu visokog stupnja privlačnosti koja se može u kratkom vremenskom roku privredno valorizirati i time (uz razvoj energetike i poljoprivrede) obezbijediti duple penzije, duple plate i stvoriti radikalno drugačiju ekonomsko-socijalnu sliku zemlje.

EU je nakon Baltičke makroregije (osam zemalja EU koje izlaze na Baltičko more) sa oko 100 miliona stanovnika, formirala Podunavsku regiju (dijelovi četrnaest dunavskih zemalja) sa oko 115 miliona stanovnika, Alpsku makroregiju (sa oko 50 miliona stanovnika) i Jadransko-Jonsku makroregiju (dijelove Hrvatske, Srbije, Italije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Albanije i Grčke) sa oko 70 miliona stanovnika. Razvoj svih elemenata akcijskog plana Jadransko-Jonske makroregije koordinirali su parovi država, koji se sastoje od 5 država članica EU i 5 država izvan EU-a:

- **Grčka** i Crna Gora za „plavi razvoj”,
- **Italija** i Srbija za „povezivanje regije” (prometne i energetske mreže),

- **Slovenija** i Bosna i Hercegovina za „kvalitetu okoliša”,
- **Hrvatska** i Albanija za „održivi turizam”.
- **San Marino** i Sjeverna Makedonija.

Osim toga u okviru Jadransko-Jonske makroregije prisutni su i međusektorski vidovi, kao što su izgradnja kapaciteta, istraživanje, inovacije te mali i srednji poduzetnici. Ublažavanje klimatskih promjena i prilagodba na njih te upravljanje rizicima katastrofa horizontalna su načela relevantna za sva četiri stupa. Akcijski plan (revizija plana u toku) za zaštitu okoliša podrazumijeva razmjenu najboljih praksi za upravljanje u okviru mreže zaštićenih područja Jadranskog mora – AdriaPAN (mreža).

Strateška platforma oko koje bi trebalo graditi buduću sliku Bosne i Hercegovine, regiona ili turističkog mjesta je trenutno stanje turističkog multiproizvoda odnosno objektivno stanje ključnih turističkih podproizvoda koji grade taj kompleksni turistički multiproizvod. Priroda, kultura i turizam su oblasti koje se već decenijama posmatraju sustavno u jednom okviru, posebno u privrednom smislu. EU od 2010 godine, finansira samo projekte zaštite kulturne baštine koji su u funkciji turizma u smislu održivosti. Sa namjerom da u slijedećim decenijama (nakon pandemije virusa Covid-19 ili drugih virusa koji se u međuvremenu mogu pojaviti) Evropa ostane i dalje najvažnija destinacija na turističkoj karti svijeta, EU stimulira kreativnost u turizmu, iznalaženje novih „niša“ ili stimulira potpunu promjenu koncepta.

Hodočasna (kultna) mjesta religijskih zajednica u Bosni i Hercegovini se definiraju relativno kasno, tek 1991. godine. Tada je uočeno da veoma malo zemalja na svijetu imaju hodočasna mjesta sve četiri monoteističke konfesije, ali i hodočasna mjesta koja praktikuju posjećivati i vjernici drugih konfesija (Turbe sedam braće, crkva sv. Ante, Stara pravoslavna crkva i Veliki hram na Bašćaršiji).

1. Turistički proizvod – strateški fokus

Turistički proizvod države, regiona ili najčešće grada ili mjesta je multiproizvod koji se sastoji iz deset takođe veoma kompleksnih podproizvoda. Turistički multiproizvod nije samostalna djelatnost kao poljoprivreda ili građevinarstvo već sistem ili sustav. Svako ulaganje i investiranje u jedan od tih podproizvoda je ulaganje u razvoj turizma. Ipak za nas su veoma važna velika dobra Bosne i Hercegovine, a to su relativno očuvana raznolika priroda (slikoviti predjeli, aktivnosti u prirodi...), raznolika kulturna baština i tradicionalna gostoljubivost ljudi.

Razvoj ključnih podproizvoda koji čine turistički multiproizvod, odnosno turistički proizvod Bosne i Hercegovine, je naše strateško fokusiranje. Razvoj turističkog proizvoda zahtijeva ogromne investicije i restrukturiranje cjelokupnog bosanskohercegovačkog društva. Ono što se može uraditi malim ali sistematskim investicijama je ulaganje u kulturu i uređenje okoliša koji čine jedan od

najvažnijih podproizvoda turističkog multiproizvoda. Razvoj turizma značajno utiče na uvjete života siromašnih. Turizam ima četiri potencijalne prednosti za rast u korist siromašnih i to:

1. Ima potencijal za povezivanje sa drugim lokalnim preduzećima jer klijent dolazi do destinacije;
2. Zapošljava u velikom procentu žene;
3. Ima potencijal za razvoj u siromašnim zemljama i regionima koji imaju male druge mogućnosti za konkretan izvoz;
4. Turistički proizvodi se mogu razvijati na bazi prirodnih i kulturnih resursa, a to su sredstva kojima neke siromašne zemlje raspolažu.

2. Turistički multiproizvod – vizija

Naša vizija je nacrt, slika Bosne i Hercegovine, odnosno zajednička perspektiva kakvu zajednicu želimo izgraditi u dugoročnom periodu. Zašto je važna vizija? Evropski ekonomski analitičari su saglasni da bi Bosna i Hercegovina lako uhvatila korak sa zemljama EU razvojem energetike, poljoprivrede i turizma, uz tradicionalnu metaloprerađivačku industriju tzv. namjensku – vojnu. Kojeg i kakvog oblika turizma – pitate se?

Bosanskohercegovački društveno-ekonomski kontekst je promijenjen, a posebno u vremenu proglašene pandemije i postoji velika zabrinutost zbog aktuelne ekonomske i socijalne situacije. Ubrzanim tempom iz zemlje odlaze mladi ali i čitave porodice. Problem izbjeglica i nedostatak razvojne vizije društva ubrzava raseljavanje stanovništva. Mediji nas izvještavaju da je samo u Unsko-Sanskom kantonu 2019. godine, zatvoreno 80 škola. Objektiviziranje višedecenijskih dugovanja, po potpisanom Sporazumu o sukcesiji između svih zemalja ex. Jugoslavije u iznosu od više desetina milijardi EUR, od strane susjednih zemalja R Hrvatske i R Srbije. Otudivanje bosanskohercegovačke hidroenergije, neisplaćivanje naknada za potopljena zemljišta, uzurpacije nekretnina... i ukazivanje na unutrašnje rezerve (neuplaćivanje koncesionih nadoknada, nepostojanje ulaznica za turističke atrakcije i turističkih taksi...) koje sve zajedno, samo obuzdavanjem otudivanja državne imovine i prestankom uskraćivanja prava države BiH na svoju imovinu, može brzo restrukturirati kompletno društvo. To je istovremeno poticaj nadi za izlazak iz krize. Rast BDP Bosne i Hercegovine od cca 3% nije dovoljan za razvoj. Nama je potreban rast od najmanje 7% BDP godišnje, i veći.

Svojevremeno je **Marshallov** plan nakon Drugog svjetskog rata, zaslužan za uspjeh koji je izgledao gotovo nemoguć i to sve u roku od 4 godine. Prije toga je u ekonomski oporavak Njemačke i Evrope uloženo više milijardi US dolara, u vremenu od 7 godina, ali bez strateškog planiranja. Tek kada je Njemačka 1952. godine, donijela niz socijalnih zakona, milioni Evropljana su zasukali rukave i počeli vrijedno raditi. Kada je neki njemački poduzetnik trebao rezervne dijelove za mašine iz USA, on ih je plaćao u markama (podsjeća nas DW), ali je liferantu konačna cijena isplaćivana u dolarima iz Marshalovog plana, i to po povoljnom tečaju. Uplaćene

marke uopće nisu prelazile Atlantik, već su prebacivane u poseban Evropski fond, European Recovery Programm, koji je kasnije bio osnova za otvaranje povoljnih kreditnih linija za poduzetnike sa vrlo povoljnim kamatama. Današnje vlade SAD i Njemačke su pobornici političkih promjena ali i mini Maršalovog plana za zemlje zapadnog Balkana.

Moto budućih aktivnosti - „Bosna i Hercegovina – kulturna kapija Evrope“, posjeduje mobilizatorsku snagu bosanskohercegovačkog stanovništva. Novi tehnološki svijet stvara i nova društva koja traže i nove društvene teorije. Političke stranke su uvijek bile u procesu promjene i preoblikovanja. Mrtve su samo one političke stranke koje ne mogu pronaći novi put u sadašnjem svijetu. Kao strateške dokumente koji usmjeravaju razvoj, potrebno je obavezno koristiti već utvrđene Razvojne strategije u kantonima i Federaciji Bosne i Hercegovine.

Razvoj kulturnog turističkog proizvoda uz ukomponirani ekoturizam će biti bitan faktor ekonomskog oporavka zemlje što će rezultirati, u planskom periodu veći bruto proizvod države. Kulturu treba prepustiti djelatnicima u kulturi, a vođenje institucija kulture prepustiti menadžerima u kulturi. Institucije kulture bi bile neovisne od političkih stranaka po uzoru na položaj javnih emitera u EU.

Prvu činjenicu ili postulat modernog svijeta koju svaki nivo vlasti mora da prihvati je prijeko potrebna odgovornost i inicijativa da unaprijedi sustave. Koje sustave – pitate? Teorija sustava se već decenijama koristi u poslovnom svijetu kod donošenja odluka. Složeni sustav može da bude velika korporacija, privreda grada, turistički proizvod destinacije, živi organizam, gradski sustav, ekosustav... Turistički proizvod (multiproizvod) koji se nudi na internacionalnom tržištu je skup više odvojenih proizvoda. Ta povezanost turizma i ostalih sektora ekonomije i društva po pravilu, radi lakšeg razumijevanja, se prikazuje grafički.

Autor **Daniel Lerch** u djelu *Post Carbon Cities: Planning for Energy and Climate Uncertainty*, pita šta zapravo vidimo gledajući šumu? Vidimo stabla ali i razno rastinje, tlo, vodu, razne životinje i mnoge druge stvari. Ono što šumu čini šumom su odnosi njenih dijelova: tlo i voda hrane šumu, stabla armiraju tlo i deponiraju vodu i čuvaju tlo od klizišta, ali štite i hrane životinje, a životinje se hrane biljkama i kada uginu, trunu i stvaraju novo tlo...

Prije pola stoljeća se pokušavalo na što brži način spriječiti šumski požari. Onda se spoznalo da su požari važan element šumskog sustava jer pomažu u istrebljenju opasnih insekata, širenju određenog sjemenja, smanjivanju suhog granja, tako da se neki požari danas gase, a neki puštaju da kontrolirano gore čuvajući staništa divljih životinja, čistu vodu, prostore za rekreaciju i život. Ovakav način razmišljanja se može primijeniti na sve što se može nazvati sustavom. Moderne vlade započinju u velikom stilu kada naprave uvid u osnovne funkcije u svojoj zajednici na svim nivoima. Sa ciljem ostvarivanja vizije razvoja turističkog proizvoda potrebno je definirati deset strateških pravaca djelovanja, kako bi se osigurala veza između budućih konkretnih akcija i vizije razvoja i to:

2.1. Radikalno poboljšanje kulture življenja i kvalitete života;

U ovom iznimno kompleksnom podproizvodu nalazimo više velikih prepreka razvoju turizma, a to su aerozagađenje, opće stanje zdravlja stanovnika, dohodak, karakteristike fizičkog okoliša, javni red i sigurnost, znanje i umjetnost, broj žrtava u prometu, politička participacija i sl. Iako indikatori za ocjenjivanje nisu jedinstveno utvrđeni od strane UNWTO, zanimljivo je pratiti rangiranje zemalja po više sistema vrednovanja (tangiranja) zemalja u svijetu. Zanimljivo je da po kvaliteti života među prvih dvadeset nema mnogih od ekonomsko najrazvijenijih zemalja.



Shema turističkog multiproizvoda

Mjera: Restrukturirati sektor bezbjednosti, pravosuđa, zdravstva, komunalne privrede, ubrzati razvoj zelene industrije i cirkularne ekonomije (povratak prirodi i ponovno iskorištavanje već upotrebljenog).

Posmatrajući iz ugla turističke djelatnosti prioriteti su radikalno smanjivanje motornog saobraćaja u historijskim područjima gradova, smanjivanje fizičkog i aerozagađenja, proširenje parkova uz povratak parkaša i zelenih površina... jačanjem ovlasti MZ u smislu ovlasti za nadzor i kontrolu rada komunalnih preduzeća, centralno upravljanje gradskim saobraćajem, radikalno smanjivanje broja žrtava u prometu, uvođenjem policajaca u Mjesne zajednice (tzv. Bobby police)...

2.2. Kulturno-historijsko naslijeđe i institucije kulture;

Po brojnosti i očuvanosti uz jedinstvene u svijetu srednjovjekovne nadgrobne spomenike – stećke (UNESCO), najvažniju grupu arhitektonskih objekata u srednjovjekovnoj Bosni predstavljaju srednjovjekovni utvrđeni gradovi kojih je po procjeni dr. **Pavao Anđelića** bilo 350 do 400 ali su do nas doprli ostaci oko 300 starih gradova koji još nisu arheološki ispitani. Ako dodamo kule i utvrđenja koja su podizana u Osmanskom i A-U periodu onda je broj utvrđenih objekata znatno brojniji. Na starim gradovima se razaznaju na jugu uticaji mediteranske gotike, a na sjeveru gotike iz ugarskih krajeva, ali preovladava bosanski stil, što je takođe doprinos srednjovjekovne Bosne graditeljskom naslijeđu Evrope. Raznoliko kulturno naslijeđe predstavlja jedno od tri velika dobra Bosne i Hercegovine (uz raznoliku prirodu i gostoljubive ljude). Zahvaljujući djelovanju prvenstveno Zemaljskog muzeja Bosne i Hercegovine, najstarije i najveće institucije kulture modernog tipa u jugoistočnoj Evropi tragove umjetnosti na teritoriji Bosne i Hercegovine možemo pratiti od prahistorije do modernih vremena. Potrebno je pomenuti da Bosna i Hercegovina, jedina u jugoistočnoj Evropi, posjeduje Arheološki leksikon u 7 tomova (kapitalno djelo Zemaljskog muzeja BiH, 1988.).

Prema nepotpunim podacima u agresivnom ratu (1992/5.) uništeno je 2771 dobro graditeljskog naslijeđa. Najveća razaranja su pretrpjela dobra iz razdoblja XV i XIX stoljeća, a potom dobra iz austrougarskog perioda. Razorene su jezgre Sarajeva, Mostara i Jajca, sa brojnim pojedinačnim građevinama. Gradske jezgre vrednovane kao naslijeđe svjetskog značaja Stolac, Banjaluka i Foča su potpuno uništene, a Trebinje, tešanj, Maglaj, Bihać, Travnik i Livno su teško oštećeni. Od ukupno 60 vrijednih gradskih jezgri 49 je uništeno ili teško oštećeno. Svih 9 urbanih cjelina je teško oštećeno, a najviše Počitelj, Blagaj, Prusac, Jeleč, Jezero i Kraljeva Sutjeska. Uništavanje naslijeđa je nastavljeno i u poslijeratnim godinama, a obnova nedozvoljivo kasni. Anex 8. Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini (Dejtonski sporazum) i Odluka Predsjedništva BiH je predvidio osnivanje institucije, Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika BiH, ali je istovremeno „zaoboravio” na prirodnu baštinu BiH. Bosna i Hercegovina je jedina država članica Vijeća Evrope koja nema fond za obnovu nacionalnih spomenika kulture i instituciju koja o tom naslijeđu brine.

U Evropi 2024. godine, je zabilježeno oko 750 miliona turista od kojih su oko 15-20% činili konzumenti tzv. kulturnog i eko turizma. U brojkama ciljna grupa broji oko 150 miliona turista u Evropi. U vremenu pandemije broj dolazaka je pao za oko 25%, ali je u 2024. godini, zabilježen broj dolazaka od 747 miliona uz preko 3 milijarde noćenja u registrovanim objektima noćenja. U 2026. Ono što je za nas važno je da konzumenti u kulturnom turizmu putuju u manjim grupama od 4 do 12 osoba, izuzetno do 50 osoba i pripadaju grupi turista sa najvećom potrošnjom na putovanjima.

Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika Bosne i Hercegovine je na sjednici 2. novembra/studenog 2020. godine, donijela Odluku o proglašenju Historijskog urbanog krajolika Sarajeva nacionalnim spomenikom Bosne i Hercegovine, zbog jedinstvene arhitektonko-urbanističke slojevitosti grada. Ovo je prvi put nakon svojevremene Odluke o restauraciji i revitalizaciji središnjeg dijela sarajevske čaršije (1972.) da se djeluje zahvatom u većem potezu. Iskustvo staro nekoliko vijekova je uvjerilo graditelje da Sarajevo nije dobro obnavljati i projektirati jedinicu po jedinicu, već zahvatima u većim potezima. Tako je stvarano Sarajevo, tako mora biti i danas kada se nedozvoljivo sporo obnavlja. Nakon detaljnog uvida u postojeće stanje očekuje se izrada prijedloga za proširenje, odnosno uvrštavanje kompletnog Historijskog urbanog krajolika Sarajeva na Tentativnu listu UNESCO. Njemački izdavač DOM Publishers iz Berlina je izdao Prvi arhitektonski vodič kroz Sarajevo (2025.), koji na nov način predstavlja arhitekturu grada. U vodiču je predstavljeno 150 objekata i arhitekata. Prilokom promocije istaknuta je zajednička sudbina Sarajeva i Berlina koji su rušeni u XX stoljeću i doživjeli sudbinu podijeljenih gradova u kojima je moguće historiju pratiti kroz arhitektonsko.urbanističku slojevitost.

UNESCO smatra da pojedinačni lokaliteti ili urbane i prirodne cjeline koje se nalaze na Tentativnoj listi Svjetske kulturne i prirodne baštine imaju iste obaveze i tretman kao da su već upisane na navedene liste. Sa ciljem očuvanja takvih spomeničkih vrijednosti, UNESCO predlaže obavezne izrade Plana upravljanja kao i postavljanje multidisciplinarnog Povjerenstva iz područja konzervatorske struke, urbanizma, demografije i sociologije, turizma i kulturnog menadžmenta uz predstavnike NVO-a, stručnih i građanskih udruga.

Koordinator za izradu Plana upravljanja u našem slučaju bi bili Zavodi za planiranje razvoja Federacije BiH i kantona Sarajevo koji bi morali prikupiti potrebnu dokumentaciju i sa Povjerenstvom (koordinacionim odborom – KOR) sastaviti projektni zadatak na osnovu kojega bi se izradila tenderska dokumentacija i putem javne nabavke odabrao izrađivač Plana upravljanja. Postojanje Povjerenstva za naprimjer, destinaciju Sarajevo, bi koliko toliko i inače unijelo reda u nasumična zbivanja koja se svakodnevno dešavaju unutar destinacije. Grad Sarajevo bi u narednom periodu mogao da ima veliku ulogu u animiranju za početak prijatelja i pobratima Grada Sarajeva širom svijeta (46 gradova prijatelja/pobratima) organizirajući stalan godišnji privredno-turistički skup u Sarajevu – Sarajevski forum.

Grad Sarajevo i Bosna i Hercegovina bi za potrebe razvoja kulturnog turizma adaptirao objekat devastirane Jajce kasarne (nekadašnja kasarna Princ Eugen) u objekat široke multifunkcionalne namjene, odnosno kombinovanog tipa „saraja“ i hotela. Istovremeno bi se izgradio kosi lift, čime bi se saobraćajno otvorilo kompletno područje Vratnika, koji bi samozapošljavanjem domicilnih stanovnika za nekoliko godina mogao postati inačica pariškog Montmartrea. Partnerstvom javnog i privatnog sektora izgradio bi se objekat sa prostranom dvoranom pogodnom za samite najviših predstavnika nacionalnih država i organizacija svijeta, sa kongresnim, smještajnim i ugostiteljskom sadržajima. Destinacija Sarajevo bi time doživjela prekretnicu u svom razvoju, na početku trećeg milenija, ravnu onoj koju je grad doživio gradnjom KSC Skenderija, davne 1969. godine, i organiziranjem ZOI '84, ako ne i veću.

Hrvatski sociolog **Vjeran Katunarić** smatra da u svakom društvu postoje samo dva lica kulture: rušilačko (smrknuto i sklono zatvaranju u zajednice) i stvaralačko (nasmješeno, otvara zajednicu i stvara i obogaćuje svijet). Upotreba kulture u prvom, rušilačkom smislu „redovito graniči sa ksenofobijom, rasizmom ili nacionalizmom“ te dovodi kulturu na najniže mjesto ili barem drugorazredno, u hijerarhiji poretka moći (odnosno ispod ekonomske, političke, tehnološke ili vojne moći, o kojima je Katunarić opširnije pisao u studiji „Bogovi, elite, narodi“, Antibarbarus, Zagreb, 1994.).

Upotreba kulture u drugom smislu, stvaralačkom, kulturu stavlja na prvo mjesto u poretku moći (dakle, iznad tehnoekonomske i vojno-političke) i upravo će tom, stvaralačkom licu kulture Katunarić posvetiti više pažnje napominjući da to stvaralačko lice stanuje u svakom narodu i svakoj kulturi, te objašnjavajući povijest kao borbu između tih dvaju lica kulture u kojoj će na koncu stvaralačka odnijeti prevagu. Uz to, autor napominje i da su stvaralačke jezgre ili elite kultura raznih naroda međusobno bliže nego li stvaralačka i rušilačka jezgra ili elita istog naroda, „ma koliko to bilo teško prihvatiti nacionalistima koji srodstvo među ljudima određuju najradije religijom i jezično u smislu govorenja istim jezikom (koji se u BiH označavaju kao srpski, bosanski i hrvatski), a ne značenja i smisla koji se jezikom izražavaju – zabilježio je V. Katunarić.

Ako te parametre primjenimo na našu stvarnost onda mi danas živimo u rušilačkom periodu kulture u koje ju je gurnulo ksenofobično, nacionalističko BH društvo. To će biti tako sve do trenutka kada institucije kulture, a posebno Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine, uz Muzej historije Bosne i Hercegovine i buduću zgradu Muzeja savremene umjetnosti Ars Aevi kao jedan od četiri muzejska kvarta namjenski rađen za potrebe muzeja (uz Beč, Berlin i London) ne počnu redovno da djeluju i obavljaju svoju osnivačku misiju. Za ratni kulturocid odgovorno je ratno rukovodstvo, a za poratni kulturocid odgovorno je poratno rukovodstvo države.



Osnivačka konferencija EU makroregiona Alpe u Insbruku – može li se kasarna Eugen Savojski zvana Jajce, pretvoriti u saraj u Sarajevu?



Neophodni kosi lift za Jajce kasarnu i Vratnik (budući saraj u mogućoj kulturno-hotelsko-ugostiteljskoj kombinaciji)

Mjera: Uspostavljanje okvira za razvoj destinacija uz primjer destinacije Sarajevo.

U ovom turističkom podproizvodu ključna aktivnost je pokrenuta proglašavanjem Historijskog urbanog krajolika Sarajeva nacionalnim spomenikom, zbog svoje izuzetne arhitektonsko-urbanističke slojevitosti, od strane Komisije za nacionalne spomenike BiH (Službeni list BiH 1/21.). Time je utvrđeno adekvatno zoniranje kulturnog područja Sarajeva i stvorene pretpostavke za uvođenje upravljanja destinacijom. Indikator razvoja ovog podproizvoda je indeks samozapošljavanja stanovnika Vratnika i novouposlenih u institucijama kulture u KS.

Na primjeru Sarajeva to znači da bi se grad turistički zonirao na način da se nacionalni spomenik **Historijsko urbani krajolik grada** proširi na kompletno Historijsko područje grada (250,5 ha) od Bjele tabije do Muzejskog kvarta – MQ (ZMBiH, Historijski muzej i budući Muzej savremene umjetnosti Ars Aevi sa Vilsonovim šetalištem i mostom Ars Aevi) po pravcu istok-zapad, kao i od ZETRA-e, Čekaluše i Vrbanjuše do Skenderije i Alifakovca, po pravcu sjever-jug, proglasi spomeničkom cjelinom i zaštititi u kulturnom, arhitektonskom i turističkom smislu. To bi se postiglo uvođenjem pješačkih koridora svugdje gdje je to moguće, reduciranjem motornog

saobraćaja kao i otvaranjem padinskih dijelova grada (Vratnik...) izgradnjom kosih liftova ili uspinjača. To bi radikalno potaknulo masovno samozapošljavanje (trgovine, ugostiteljstvo, zanatski, izložbeni i dr. prostori). Turističko oblikovanje Historijskog područja Sarajeva od 250,5 ha kao i zaštićenih dijelova prirode oko grada bi potaknulo investicije u smještajne kapacitete.

Šta se danas dešava? Svojevremeno je Općina Centar Sarajevo, na zahtjev Vlade Kantona Sarajevo izdala urbanističku saglasnost za izgradnju priključka tzv. Prve transferzale od Zagrebačke ulice na Kovačičima koja premošćuje Miljacku dvostrukom saobraćajnicom i presijeca Muzejski kvart – MQ, (presjeca Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine od Historijskog muzeja Bosne i Hercegovine i budućeg Muzeja savremene umjetnosti Ars Aevi) iako nepunih dvesta metara uzvodno postoji most (Suade i Olge) koji povezuje tzv. Nultu transferzalu, a oko 400 m nizvodno postoji most (nekadašnji most Bratstva i jedinstva).

Uporište za takvo (ne)djelo se našlo u Glavnom urbanističkom planu – GUP, iz 1979. godine?! Kao da se u posljednjih 46 godina u Sarajevu nije ništa desilo. Kao da nije bilo opsade Sarajeva i uništavanja kulturnog naslijeđa, kao da nije pokrenut projekat Ars Aevi, kada su najveći savremeni umjetnici svijeta donirali svoja vrijedna djela za umjetničku kolekciju sa trendom rasta kolekcije, a najveći svjetski arhitekta **Renzo Piano** donirao pješački most Ars Aevi i donirao idejni projekat zgrade Muzeja savremene umjetnosti zbog srednjovjekovne opsade grada. U međuvremenu je izrađen izvedbeni projekat (2025.) i položen kamen temeljac. Izgradnjom zgrade Muzeja savremene umjetnosti Ars Aevi Sarajevo će imati kompletiran Muzejski kvart – MQ, svjetskog značaja. Potrebno je znati da je Muzejski kvart Sarajevo jedan od četiri muzejska kvarta u Evropi rađen za muzejske potrebe, uz MQ u Beču, Berlinu i Londonu. Ostali veliki evropski muzeji su po pravilu bivši kneževski i kraljevski dvorci.

Presijecanjem budućeg Muzejskog kvarta – MQ (jednog od 4 muzejska kvarta namjenskih rađenih za potrebe muzejske djelatnosti u Evropi), nepotrebno dvostrukom saobraćajnicom od ambasade USA i Srednje tehničke škole, preko rijeke Miljacke, Sarajevo gubi svoj najveći kulturni kapital, koji bi ga mogao pozicionirati među deset top kulturnih destinacija svijeta.

2.2.1. Projekti i aktivnosti:

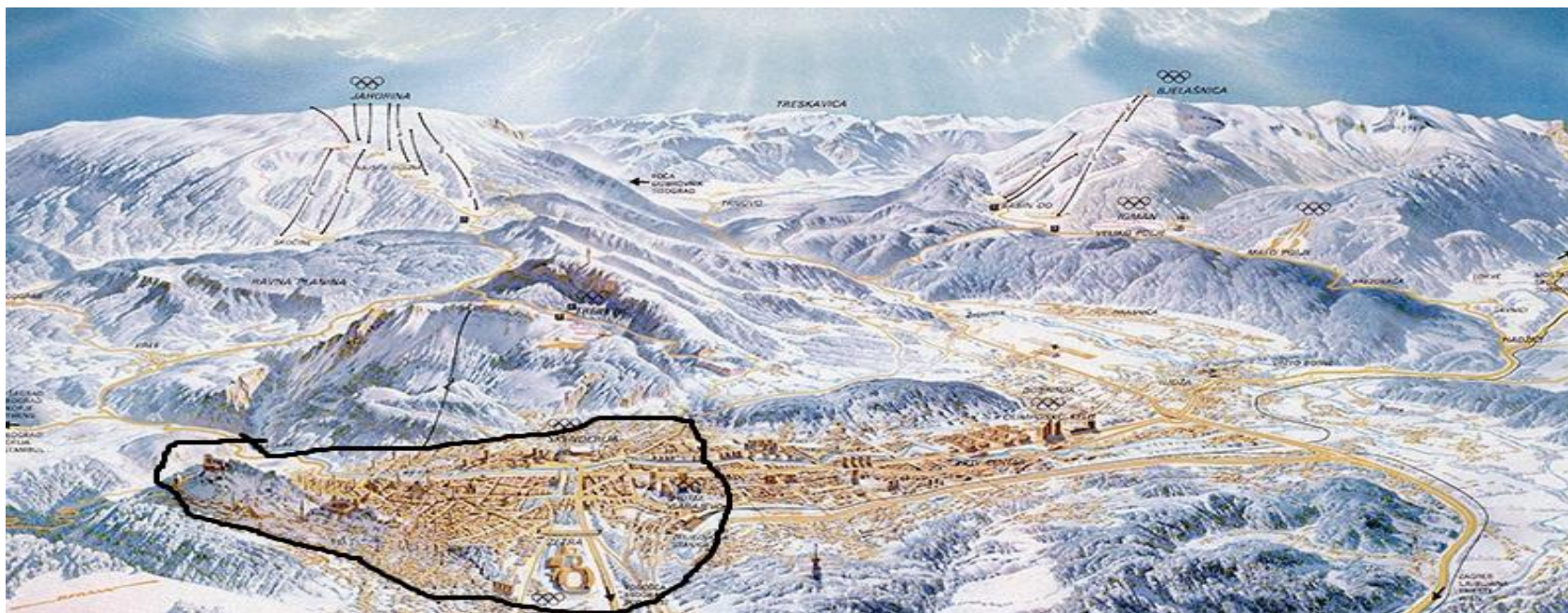
- Donijeti Zakon na osnovu ustavnih ovlašćenja (Anex 4. kao i Ustav FBiH) u turizmu o obavezi transformiranja postojećih TZ FBiH i RS kao i kantonalnih TZ-a, koje će transformacijom u RMO i DMO dobiti pojačan kapacitet i moći pristupiti rehabilitaciji i upravljanju (javno i privatno partnerstvo) svih mnogobrojnih poznatih starih gradova, kula, vojnih fortifikacija i nekropola stećaka u FBiH i RS i njihovo stavljanje u dvojnu kulturnu i turističku funkciju. Osnovati nacionalnu menadžment organizaciju – NMO;
- Riješiti status 7 institucija kulture na nivou Bosne i Hercegovine;

- U Sarajevu izgraditi tri kapitalna objekta: Kosi lift za Vratnik, Rekonstruirati Jajce kasarnu u multifunkcionalan saraj (javne i hotelsko-ugostiteljske namjene) i izgraditi Koncertu dvoranu Sarajevo;
- Oblikovati Muzejski kvart Sarajevo i adaptirati Konak u rezidenciju majveće kategorije uz zahtijev hotelijerima da opreme u svakom hotelu od 3* do 5* barem po jedan rezidencijalni apartman;
- Oblikovati kulturni i ekoturistički itinerer Sarajevo i olimpijske planine u trajanju od 15 dana na relaciji Pale/Jahorina – Sarajevo – Ilidža/Bjelašnica;
- Oblikovati obilazak kulturnih (hodočasnih) mjesta abrahamskih konfesija: Islamsko turbe Sedam braće, katoličku crkvu sv. Ante, Staru pravoslavnu crkvu na Baščaršiji i jevrejski Veliki hram na Baščaršiji, kao svjetsku atrakciju;
- Uspostaviti dependans Umjetničke galerije BiH, u zgradi „Sarajevo-šuma“ prekoputa Eli-pašine džamije;
- Integrirati NUBBIH u masterplan kampusa UNSA;
- Uspostaviti muzej tehnike;
- Uspostaviti Muzej zdravstva BiH u zgradi Crvenog krsta/križa u Sarajevu;
- Uspostaviti Muzej Oružanih snaga BiH na Zmajevcu ili u adekvatnom prostoru u Sarajevu;
- Obnoviti fasade u Historijskom području grada (250,5 ha), pasaže i dvorišta zgrada i iluminirati vrijedne građevine.

2.3. Prirodni okoliš – nacionalni parkovi – zagađenje;

Bosanskohercegovačke planine neodoljivo privlače svojom ljepotom. Popis broji 12 planina sa vrhovima preko 2000 m/nv. I 115 planina sa vrhovima između 1000 i 2000 m/nv., gdje se nenadano smjenjuju suri masivi, strme litice, duboki kanjoni sa blagim prevojima, pitomim obroncima i cvjetnim visoravnima. Ovakav šaroliki pojas je idealno stanište brojnoj i mnogovrsnoj visokoj i niskoj divljači. Planina, planinska klima, život u planini ili stalna posjeta planinama, svugdje su u svijetu sinonimi zdravlja i zdravog i dugovječnog života. Da bi se krenulo u promociju planinske klime kao prirodnog resursa, potrebno je pribaviti stručnu ekspertizu Balneološkog instituta iz Zagreba ili neke druge evropske renomirane institucije za tu oblast. Nakon dobivanja zvaničnog sertifikata za vazdušne banje može se ići u ozbiljnu promociju planinskih lokaliteta.

Napokon, poslijeratno zaostajanje u kulturnom razvoju i gubitak ekoturističkih potencijala je rezultat Ustavnog okvira (Dejtonski mirovni sporazum) koji je omogućio, u zemlji neizgađenih institucija, nevjerovatnu neodgovornost, nezainteresiranost za razvoj i korupciju vladajućih nacionalnih elita, bez kontrole i sankcija, što je prepoznata i vidljiva prepreka ukupnom razvoju zemlje. Iako „Dejtonski ustav“ nalaže da za sve ono što nije obuhvaćeno tim aktom važe zakoni i propisi bivše RBiH to se u stvarnosti ne primjenjuje.



Historijsko područje Sarajeva površine 250,5 ha – proizvoljno označeno

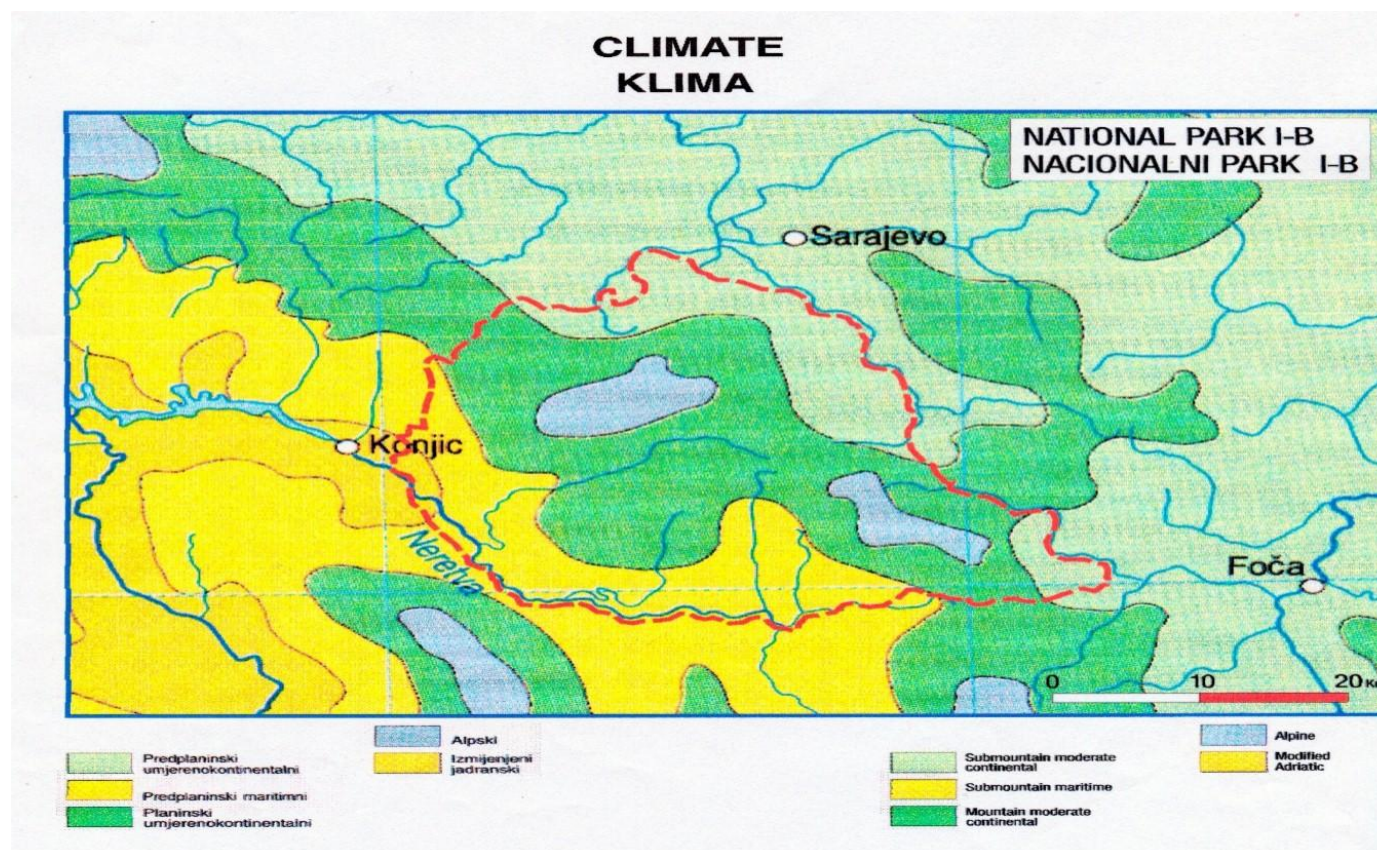
Bosanskohercegovačko društvo ne želi da vidi neregulirane vodotokove zatrpane smećem ili bespravno izgrađene objekte i posječene šumske komplekse koji su prouzrokovali navedene pojave. Većina današnjih parkova u starim urbanim jezgrama gradova su nekada bila groblja. Širenjem gradova planski su građeni novi parkovi. Povratak groblja u parkove i širenje gradova na račun parkova su žalosne ideje. Svjetska praksa je da jednom proglašeni gradski park, ne može više da bude sporan. Sarajevski parkovi su u posljednjem ratu pretrpjeli štetu preko 90% i obnavljani su na drugačiji način od prvobitnih. Gigantski javorolisni platani i kesteni ili jablanovi (sađeni u skladu sa arhitekturom grada), su posječeni, a na njihovo mjesto su često planski sađene voćke!? Iako su izgrađene mnoge nove zelene površine u širim dijelovima grada, opći dojam stanja parkova u historijskom jezgru Sarajeva je žalostan. Komunalci podrežu grmlje do samog tla i krošnje do samog stabla, imitirajući potpuno neuspješno tzv. francuski tip parkovskog uređenja, ne pomišljajući da su grmovi staništa vrabaca i raznih malih ptica pjevica, leptirova..., a krošnje stabala staništa mnogih većih ptica.

Bezbroj je primjera jalovog djelovanja u „svom opisu posla“ ili sektoru, ignorirajući ili ne shvatajući uzročno posljedične sustavne veze. Poslijeratno bosanskohercegovačko društvo sa dosadašnjim zanemarivanjem upravljanja po već rečenoj „liberalnoj“ devizi „neka tržište odluči“, je porodilo društvo Ja + Ja + Ja, odnosno „egoistički“ sistem par excellence koji su zagovarali anarhisti krajem XIX stoljeća u Evropi. Zagovornici takvog društva su propovjedali „saveze egoista“ u koje stupa svako „Ja“ i u kojima ostaje samo dotle dok se to poklapa sa njegovim interesima. Teorija starih anarhista je tako postala praksa u savremenom bh. društvu.

Pojam održivog razvoja potiče iz šumarstva u kojem je sječa drveta u direktnoj zavisnosti od pošumljavanja pod motom: „Odgovoriti zahtijevima današnje generacije ali ne na račun zahtijeva budućih generacija“. Ministri okoliša Evrope su još 1993. godine, u Lucernu (Švicarska), pokrenuli procese pregleda stanja okoliša za zemlje u tranziciji. Nakon toga Odbor za okolinsku politiku Ekonomske komisije za Evropu Ujedinjenih nacija (UNECE) je odlučio da EPR učini dijelom svog redovnog programa. Pregled stanja okoliša – EPR se realizira isključivo na zahtijev pojedine zemlje. Studije provode međunarodni eksperti koji rade u saradnji sa ekspertima iz zemlje pregleda. Prvi pregled stanja okoliša u BiH je objavljen 2004. godine, a drugi 2011. godine. Preporuke iz drugog EPR izvještaja ne konstatiraju bitan napredak u promatranim oblastima, a u nekim oblastima kao što je turizam i okoliš samo ponavljaju važeće preporuke iz prvog EPR izvještaja.

Uzroci takvog stanja su rezultat razdvojenosti procesa okolinskog planiranja (entiteti, kantoni), nepoznavanje turističkih potencijala, nepostojanje potrebne komunalne infrastrukture, niska ekološka i javna svijest koja rezultira zabrinjavajućom slikom duž svih rijeka, saobraćajnica, u gradskim i ruralnim sredinama. Sve to nabrojano uništava prirodnu sliku i turističke potencijale zemlje. Ako nam je već poznato da Bosna i Hercegovina nema Zakonskog okvira niti Strategije razvoja turizma na nivou države, a najčešće nema ni na nižim nivoima vlasti, onda možemo konstatirati da ne postoji razvojna vizija turizma u Bosni i Hercegovini.

U Bosni i Hercegovini se ukrštaju dvije velike florne oblasti – euro-sibirska i sredozemna, a prodire treća irano-turanska. Prema katalozima BiH herbara Zemaljskog muzeja u Sarajevu, u BiH je utvrđeno 5.143 taxa (vrste, podvrste, hibridi). Pretpostavlja se da u Bosni i Hercegovini živi oko 15 – 20 hiljada vrsta gljiva, a poznato je svega 549 vrsta. Procjenjuje se da u Bosni i Hercegovini živi oko 1.000 vrsta lišajeva, a zabilježeno je samo nešto preko 300 vrsta. To se može mjeriti samo sa bogatstvom tropskih i suptropskih područja. Mnoge od njih su izrazitog reliktnog karaktera, sa mnogobrojnim endemima. Florističko bogatstvo Bosne i Hercegovine je vrlo veliko i po tome se naša država u Evropi nalazi na vrhu ljestvice, zajedno sa Hrvatskom, Italijom, Grčkom i još nekom zemljama. U Bosni i Hercegovini na relativno maloj površini (52.000 km²) je registrirano čak 252 ekosustava koji izgrađuju 11 pejzaža ili bioma (I) mediteranski, (II) sub-mediteranski, (III) mediteransko-montani (brdski), (IV) montani, (V) panonski, (VI) peripanonski, (VII) gorski, (VIII) pretplaninski, (IX) planinski, (X) reliktnih borovih šuma, (XI) refugijalno-reliktnih lišćarsko-listopadnih šuma i (XII) močvarnih.



Na razdaljini od 30 km zračne linije bilježimo pet vrsta klima: predplaninska, planinska, izmjenjena Jadranska i submediteranska, a na vrhovima planina alpska

U opsežnoj studiji koju je uradio Federalno ministarstvo za okoliš – FMOIT, rađenoj za potrebe Konferencije o biodiverzitetu u Kjotu (Japan), pod nazivom BiH – zemlja raznolikosti (Bemust Sarajevo 2008.), utvrđeno je da preko 30% flore i faune u BiH čine endemi, posebni ekotipovi. Po značaju refugijuma (stanište endema) BiH je jedna od pet najznačajnijih regiona na svijetu uz Apenine, Pirineje, Kavkaz i Himalaje.

Iako je po biološkoj i pejzažnoj raznolikosti jedna od najbogatijih zemalja Evrope, Bosna i Hercegovina ima najmanji procenat zaštićene teritorije ne samo u Europi već i u svjetskim razmjerama. Sa ciljem očuvanja biljne i životinjske raznolikosti, vode i

cjelokupnog eko-sustava danas je u Evropi zaštićeno preko 15% ukupne teritorije, a do 2030. godine, se planira zaštita oko 30% jednom od kategorija zaštite po IUCN-u. Istovremeno u Bosni i Hercegovini je zaštićeno oko 4,07% (podatak iz 2025. godine) teritorije zemlje. Ustavni sud Bosne i Hercegovine je u predmetu U-1/11 presudio da su državna imovina i javno dobro Bosne i Hercegovine u vlasništvu države BiH. Sve dosadašnje poslijeratne koncesione dodjele su donijeli niži organi vlasti do lokalnih vlasti, osim države Bosne i Hercegovine.

Mjera: Uspostavljanje turističkog lanca vrijednosti i upravljanja destinacijama.

BiH je zemlja velikih pejzažnih vrijednosti, raznolike kulturne i prirodne baštine i jedna od najbogatijih europskih zemalja po biodiverzitetu i broju endemičnih i reliktnih vrsta biljaka, životinja, gljiva, sa procjenom da je više od 30% flore i faune endemično. Trenutno zaštićena površina Bosne i Hercegovine od samo 4,07% kopnene površine kroz 30 uspostavljena područja (svih kategorija zaštite), urgentno nalaže uspostavljanje novih zaštićenih područja, očuvanje pejzažnih vrijednosti kao i radikalno čišćenje okoliša koristeći dobra iskustva iz susjedne Hrvatske i Crne Gore, a posebno Slovenije sa kojom smo vezani unutar Jadransko-Jonske makroregije po pitanju „kvalitete okoliša“. Po preporukama EPR (Pregled stanja okoliša) Ekonomske komisije za Evropu Ujedinjenih nacija (UNECE), na državnom nivou koordinirati izradu državne strategije i donijeti odgovarajuće zakonske instrumente.

Na entitetskom nivou na osnovu Državne strategije održivog turizma nadležna ministarstva za turizam trebaju izraditi master planove razvoja, donijeti preporuke i smjernice i u saradnji sa Ministarstvima kulture i sporta i Ministarstvom okoliša i turizma popisati sve lokalitete zanimljive za razvoj turizma i izraditi pojedinačne planove upravljanja. Nadležni organi trebaju provesti istraživanje domaćih proizvoda koji bi se mogli podržati i uključiti u turističku ponudu. Uvesti ulaznice i obezbijediti druge prihode u nacionalnim parkovima i parkovima prirode i time ih učiniti održivim, uvesti eko taksu za objekte u zaštićenim zonama (restorani, hoteli), obezbijediti fiskalne (poreske) poticaje za objekte koji imaju eko standarde, dati dijelove vodotoka rijeka lokalnim NVO-ima na upravljanje (ribarske, lovačke, sportske, okolišne i dr. NVO-e i finansijskim poticajima pomoći njihove djelatnosti, uvesti programe obuke u turizmu, izraditi programe podizanja svijesti o okolišu i turizmu u osnovne i srednje škole, provesti kampanje podizanja svijesti među direktorima hotela, agencijama, općinskim organima... kroz radionice, sastanke, brošure i drugim sredstvima.

Prioritetan zadatak upravljača destinacije je obezbjeđenje više stop-bus parkinga, itinerera za panoramski obilazak destinacije autobusom, pješačkih itinerera, uređenje vodičke službe unutar destinacije, edukacija stručnog osoblja u agencijama (vodiči, pratioci putovanja, zastupnici, animatori...), a sve uz uvođenje taksi po ugledu na praksu EU. Kapitalna ekoturistička i kulturna atrakcija bi bila utvrđivanje 15-to dnevnog pješačkog itinerera Sarajevo i Olimpijske planine sa ciljem dužeg zadržavanja kulturnih i ekoturističkih posjetilaca na široj destinaciji Sarajeva.

- 2.3.1. Projekat i aktivnosti: Implementirati državnu strategiju za okoliš ESAPBIH2030+ (prva državna strategija za okoliš NEAP BiH je donesena 2003., a druga ESAPBIH 2023.) kao neophodni „bedeker“ nadležnim entitetskim i kantonalnim ministarstvima iz oblasti okoliša BiH i njegovim dodirnim sektorima, a potom utvrditi novi pravni okvir zaštite okoliša u BiH.
- 2.3.2. Pošto Bosna i Hercegovina nema Komisiju za prirodno naslijeđe sugerirati Komisiji za nacionalne spomenike Bosne i Hercegovine da radikalno proširi zaštitnu zonu oko zaštićenih spomenika po ugledu na susjednu R Hrvatsku.

2.4. Razvoj infrastrukture (aerodromi, autoceste, željeznica);

BiH je saobraćajno izolirana zemlja. Jedina zemlja Evrope u kojoj glavni grad nije uvezan u mrežu evropskih autocesta i željeznica i sa aerodromom koji je po prometu u četvrtoj kategoriji regionalnih aerodroma. Do sada (2026.) je izgrađeno oko 30% koridora Vc (E73) koji izvodi zemlju iz saobraćajne izoliranosti, bez internacionalne željezničke linije, sa nesretno lociranim aerodromom uske i kratke piste u glavnom gradu. Za sada može biti zanimljiva uglavnom Low Cost kompanijama namjenjenim mladim ljudima i niskobudžetnim gostima. Pitanje je kakva bi turistička slika BiH bila da u ovome trenutku imamo izgrađenu autocestu na koridoru Vc. Da li bi bilo radikalno više posjetilaca u BiH?

Bosna i Hercegovina nema adekvatnu cestovnu povezanost sa Jadranskim morem, posebno prema svom dijelu Jadranske obale u Neumu (26,2 km obale mora). Potrebno je znati da je susjedna R Hrvatska u toku posljednjeg rata (1994.) Pomorskim zakonikom povukla prave linije od Slovenije do Crne Gore. Iako su predsjednici R Hrvatske, **Franjo Tuđman** i BiH, **Alija Izetbegović** napravili Sporazum o razgraničenju na moru (1999.) to nikada nisu verificovali Parlamenti obje zemlje. Pomorski zakonik R Hrvatske iz 1994. godine, kao ratni plijen je potvrđen i Pomorskim zakonikom R Hrvatske iz 2004. godine, što je bila zakonska osnova gradnje mosta za poluotok Pelješac preko morskog koridora Bosne i Hercegovine za otvoreno more. Most je izgradila kineska firma, koja je uzgred rečeno na Crnoj listi Svjetske banke, većinski finansirana od strane EU. Zbog veličine investicije (oko 450 miliona EUR) za šta su se mogla izgraditi 4 tunela sa po 4 trake ispod mora i kopna i sve pristupne ceste, povlačenjem vitalnog narodnog interesa RS, bez razgraničenja na moru između BiH i Hrvatske... postoji vjerovatnoća, da iza gradnje mosta za Pelješac i saobraćajne (cestovne i željezničke) izoliranosti Bosne i Hercegovine od Jadranskog mora (Neum), ima skrivenih namjera. Prema izjavi nadležnih u Sudu o pravu mora iz Hamburga potrebno je da Predsjedništvo ili druga državna institucija BiH zatraži nadležnost tog suda za rješavanje sporova na moru (Sud u Hamburgu je nadležan za Sloveniju i Hrvatsku). Nakon toga dovoljno je da Predsjedništvo BiH uputi zahtjev hrvatskoj strani za rješavanje slobodnog izlaska na otvoreno more. Ukoliko nadležni iz R Hrvatske ne odgovore na ponudu za rješavanje spora u roku od dva mjeseca, nadležan je Sud u Hamburgu koji će presuditi u skladu sa internacionalnom Konvencijom o pravu mora UN.

Danas je moguće magistralnom cestom iz Sarajeva doći do Južnog i Srednjeg Jadrana cestom preko Nacionalnog parka Sutjeska (gdje magistralna cesta od Broda na Drini prelazi u dužini oko 50 km u loše održavanu regionalnu cestu). Magistralnom cestom Sarajevo je takođe povezano sa Mediteranom preko Konjica, Mostara i Čapljine, gdje je crna tačka opasni tunel Crnaja (južno od Konjica) koji u vremenu rekonstrukcija otežava saobraćaj jer nema alternativne zaobilaznice. Srednji Jadran je iz Sarajeva dostupan magistralnom cestom preko Travnika, Bugojna i Livna za Split u R Hrvatskoj. Crna tačka na sjeveru od Sarajeva je tunel Vranduk čija je mrljava rekonstrukcija pokazala da takođe i na tom pravcu nema alternativne saobraćajnice.

Bosna i Hercegovina i pored izgrađene, uglavnom elektrificirane željezničke mreže (1.035 km) nema internacionalni željeznički saobraćaj. Željeznička pruga Sarajevo – Zenica u dužini od cca 55 km nije remontovana, a uvođenjem brze međugradske linije (cca 0,5 sati vožnje) uvezalo bi se preko 1 milion stanovnika Sarajevsko-zeničke zavale i time bi se radikalno promjenila demografska slika navedenog područja. Riječna luka u Brčkom (koja nije obnovljena) na rijeci Savi nema adekvatnu željezničku vezu sa Jadranskim morem. Za to bi bila potrebna izgradna željezničke veze između Vareša i Banovića u dužini od cca 40-tak km, koja bi skratila željezničku vezu od Save do mora za 160 km. Sadašnja željeznička veza Sarajevo – Tuzla sa 270 km bi bila skraćena na 110 km i time bi se dodatno uvezalo 1,7 miliona stanovnika centralne Bosne. Privrednici, a posebno turistički djelatnici, zagovaraju i izgradnju željezničkog priključka iz Čapljine do Neuma na obali Jadranskog mora (postoje tri idejne varijante dužine od 21 do 27 km). Neum bi se sa današnjih brojem kreveta u hotelima i apartmanima pozicionirao kao odredište turističkih i nostalgija željezničkih kompozicija iz Evrope, kojima nije bitna brzina prijevoza i produžio turističku sezonu sa sadašnjih par mjeseci na cijelu godinu.

Svojevremeno je mađarska firma Royal Hungarian Express (uz saglasnost Hrvatskih željeznica – HV) ponudila uvođenje turističke nostalgija željeznice Budimpešta (Beč) – Čapljina (Dubrovnik), što je naišlo na šutnju nadležnih u Željeznicama BiH.

EU je u ovome trenutku zainteresirana za dva velika projekta u Jugoistočnoj Evropi. Prvi je stvaranje eko-zona i turističkih itinerera (eko, agro, sakralni, historijski, kulturni i sl.) na području cca 300 km. od obala Jadranskog mora. Drugi je stvaranje regionalnog željezničkog i avio saobraćaja i turističkog proizvoda zapadnog Balkana, namijenjen prekookeanskom tržištu.

Vijećnik regionalne vlasti **Rex Burkholder** iz Portlanda u Oregonu je svojevremeno (2011.) zapisao: „Šta možemo učiniti? Možemo početi jednostavnim i lako ostvarivim akcijama. Možemo ulagati u fleksibilni transport sa mnogim neautomobilskim opcijama. Možemo izgraditi javni prevoz najveće kvalitete koji bi povezivao i gradove u regiji. Možemo redefinirati namjene prostora naših zajednica kako bi radna mjesta bila bliže stanovanju. Možemo usvojiti nove standarde kojima bi se trotoari zahtijevali svugdje i tražilo bolje povezivanje. Možemo razgovarati sa svojim građanima o tome da moramo biti pametni i mudri u pogledu priprema za neizbježan prelazak na životni stil manje ovisan o nafti. Možemo govoriti o prilikama za veće zapošljavanje i socijalno angažiranje, za zdraviji život i čišći zrak koji mogu biti rezultat te promjene... To je sve moguće ako budemo mudro planirali

i investirali u budućnost zajednice. Ono što ne smijemo učiniti jest zabiti glave u pijesak ili čekati na Kongres stranke da konačno pristane nešto napraviti“ – zaključuje vijećnik Rex.

Mjera: Unapređivanje saobraćajne infrastrukture za kulturni i ekoturizam.

Do vremena izvjesne sjajne turističke budućnosti Bosne i Hercegovine i bosanskohercegovačkih planina, potrebno je dati primjer bolje organiziranosti. U ovome trenutku Bosnu i Hercegovinu nije moguće turistički obilaziti željeznicom i autobusom ili preciznije rečeno ne postoje mjesta za ukrcavanje ili iskrcavanje turista koji destinaciju razgledaju autobusom, ne postoje mjesta unutar destinacija za prihvata turista koji dolaze ili odlaze turističkim autobusima (in/out), a posebno nedostaju parking prostori za povremeno i stalno zadržavanje turističkih autobusa. Od svih grana turističkog saobraćaja najveći značaj za razvoj industrije turizma ima drumski i željeznički saobraćaj. To sve znaju Evropski turoperator i zato ni jedan veliki Evropski turoperator nema Bosnu i Hercegovinu u svojim katalogima.

Planiranje saobraćaja se vrši u više faza. **Prva faza** podrazumijeva dogradnju i poboljšavanje postojećih puteva izgradnjom treće trake na uzbrdicama. Pri tome se preispituje način korištenja, kako bi se smanjila nepotrebna kretanja privrednih vozila koja ometaju turistički saobraćaj. Ukoliko se djelatnosti sudaraju potrebno je odrediti najpovoljniju varijantu trase koja obezbjeđuje najniži stepen konfliktnosti. **U drugoj fazi** pristupa se projektiranju odabrane varijante, koja mora da bude ukomponovana u prirodnu sredinu, ne samo zato da je zaštititi, već da je i oplemeni. Planiranje podrazumijeva i:

- ograničavanje broja parking mjesta u historijskim područjima gradova;
- ograničavanje pristupa automobilima na određene prostore;
- odvajanje tih aktivnosti (zone pješčenja, i dr.) od bučnih aktivnosti (smještajni kapaciteti, saobraćaj, i sl.);
- planiranje alternativnih saobraćajnih pravaca;
- koncentracija saobraćaja na prostore visoke apsorpcione moći kako bi se smanjio pritisak na druge “ranjivije” prostore.

Osim ovih mjera na kulturnim i ekoturističkim itinererima različitih namjena poduzimaju se posebne pejzažno-estetske mjere u planiranju saobraćaja i postavljanje eventualnih staza na terene koji iziskuju najmanje zahvate. Posebnim projektom se rješava saobraćajna turistička signalizacija (smeđim tablama) za cijelu Bosnu i Hercegovinu, koje upućuju prema objektima internacionalnog turističkog značaja. Svjetsko iskustvo upozorava da se taj posao nikada ne prepušta lokalnim zajednicama, koje su sklone proglašavanju lokalnih atrakcija, internacionalnim turističkim atrakcijama. Za taj posao se angažiraju nezavisne ustanove i udruženja.

Dobri primjeri su gradovi u svijetu koji su napravili inventurne popise potrošnje energije u svojim zajednicama, uključujući izvore goriva, troškove po osobi i emisije stakleničkih plinova. Odbori za energiju razmatraju i alternativne izvore energije. Vrš pregled

troškova (općine, grad, kanton...) za struju u godini dana i razrađuju prijedloge za uvođenje solarne energije u gradske objekte. Mnogi gradovi su tako riješili pitanje energije za pokretanje postrojenja za obradu vode i napravili ogromne uštede isplative u svega nekoliko godina.



Nostalgija željeznici i turističkim vozovima nije bitna brzina prijevoza, a ulaganja su mala

- Napraviti inventuru energetske potrošnje i stanja saobraćaja u BiH (entiteti FBiH i RS, kantoni) i dati alternativne prijedloge uzimajući u obzir energetska neizvjesnost;
- Uvesti turističke panoramske kompozicije prvenstveno u NP Una i nizvodno od Bihaća, kao i na dionici Sarajevo – Mostar koju svjetski analitičari ubrajaju u jednu od 10 najatraktivnijih dionica u Evropi, a jednu od 20 u svijetu;
- Hitno remontovati željezničku prugu Sarajevo – Zenica i skratiti sadašnju željezničku vezu Sarajevo – Tuzla sa 270 km na sjajnih 110 km, pokretanjem izgradnje pruge Vareš – Banovići;

- Izgraditi pješački i biciklistički itinerer Pale/Jahorina – Sarajevo – Ilidža/Bjelašnica u trajanju od 15 dana, pod radnim nazivom Sarajevo i Olimpijske planine.

2.5. Investicije: novi smještajni kapaciteti (hoteli, apartmanska naselja, autokampovi...);

Nova turistička zoniranja prostora bi potaknula izgradnju smještajne infrastrukture u ruralnim i urbanim sredinama. Kada je riječ o ruralnom prostoru potrebno je razlikovati pojmove ruralni turizam, ekoturizam i agriturizam.

Ruralni (seoski) turizam podrazumijeva sve vrste smještaja koji se obilježavaju kao turističke strukture u ruralnom okolišu i koji zadovoljavaju minimalne zahtjeve. Ekoturizam je „ekološki temeljeno putovanje u relativno nenarušene prirodne krajeve, u cilju uživanja i prihvaćanja prirode kao i ukomponiranih kulturnih karakteristika koje potiče zaštitu i ima mali negativni uticaj od posjetitelja i osigurava dobrobit za lokalno stanovništvo“ – (definicija Internatuional for Conservation of Natural Resources – IUCN). Boravak u seoskom domaćinstvu koji se registrira za prijem i smještaj turista se definira kao agiturizam.

Na primjeru destinacije Sarajevo možemo da uočimo prepreke za razvoj turizma. Ruralni prostor u Kantonu Sarajevo obuhvata oko 92% cjelokupne površine kantona. Tako je naprimjer općina Trnovo (po prostranstvu najveća općina) 100 ruralna. U ruralnim područjima Kantona Sarajevo živi oko 11% cjelokupnog broja stanovnika, a u urbanom dijelu (8% površine kantona) živi ostatak od 89% stanovnika. Po neproverjenim podacima iz općine Trnovo turističko područje Igmana i Bjelašnice posjećuje godišnje oko 850.000 posjetilaca. Nakon posljednjeg rata, na inicijativu grupe turističkih djelatnika, Kantonu Sarajevo je trebalo 6 godina da zaštiti područja Bijambare, Skakavac, Kanjon Miljacke i Vrelo Bosne (odnedavno i dio Trebevića), koji su inače neinteresantni drugim djelatnostima. Trebalo je da prođe još 6 godina da Kanton Sarajevo osnuje JU za Zaštićena područja KS. Danas je to sjajna javna ustanova koja zapošljava veliki broj djelatnika i posluje pozitivno i sa minimalnom cijenom ulaznica (1-2 BAM) održava zaštićene prostore na zadovoljstvo građana. To sve ilustrira dosadašnju nedozvoljivu tromost institucija i Vlada KS. Građani vole boraviti u relativno očuvanim i održavanim prostorima prirode i za to su spremni da plate kroz ulaznicu i parking. Dakle potrebno je hitno proširenje zaštićenih područja prirode u razvojnom smislu. Bosni i Hercegovini su potrebni koraci od 7 milja u oblasti usvajanja svjetskih i evropskih standarda i normi zaštićenih dijelova prirode po IUCN-u.

U izgradnji smještajnih turističkih objekata u ruralnom prostoru takodje su vidljiva dva koncepta izgradnje. Jedan je izgradnja apartmanskih naselja za tržište u kojem je poduzetnik nezainteresiran za buduću sudbinu objekta. Ideja izgradnje je prodaja apartmana na tržištu. Drugi koncept izgradnje možemo vidjeti na primjeru apartmanskih naselja Aquareumal u Fojnici (odnedavno zatvoren zbog sudskog procesa) koji se nude na tržištu ali pod uvjetom da budući vlasnik apartman mora dati na iznajmljivanje tokom

cijele godine. Taj koncept izgradnje zapošljava ljude tokom cijele godine i stvara dohodak iz kojeg se izdvaja porez. Oba koncepta donose razvoj ali drugi koncept zapošljava ljude i stvara dohodak.

Mjera: Uspostavljanje sistema valorizacije prirodnih vrijednosti i spomeničkih urbanih područja i njihovog rangiranja (lokalni, nacionalni, internacionalni) u cilju prioriteta ulaganja.

Razlika između dva koncepta izgradnje na atraktivnim dijelovima planine ili atraktivnim dijelovima ruralnog prostora je vidljiva na primjeru pustoši koja vlada u većem dijelu godine na atraktivnom području Babin Dol na Bjelašnici i donedavne popunjenosti Aquareumala u Fojnici (trenutno zatvoren zbog sudskog procesa). Neko će primjetiti da su banje po svojoj prirodi ponude bolje popunjene tokom godine od visokih planina. Ali ko spriječava poduzetnike na planinama da angažiraju referentni balneološki institut iz Zagreba i procjene klimatske pogodnosti svojih planina i proglase planinsko područje vazdušnom banjom. Dakle poduzetnike treba educirati, a to je zadatak turističkog podproizvoda obrazovanje i zdravstveni sektor.

2.5.1. Projekat i aktivnosti: Izgraditi kulturni pješački petnaestodnevni itinerer po Sarajevu (6 noćenja u gradu) i ekoturističke itinerere (Pale/Jahorina 4 noćenja i Ilidža/Bjelašnica 4 noćenja);

2.5.2. Uraditi Studiju klimatskih pogodnosti planina Jahorina i Bjelašnica/Igman od strane EU referentnog balneološkog instituta iz Zagreba.

2.6. Usluge i gostoprimstvo;

„Činjenica je da su ljudi u većini zemalja koje žele privući turiste ljubazni jer u suprotnom ne bi kao turističke destinacije imale uspjeha. Međutim, ono po čemu se BiH ističe, i u čemu se ogleda njena prednost ispoljavajući gostoljubivost kao glavni elemenat brenda, jeste duboko ukorijenjena tradicija gostoljubivosti u cijeloj zemlji. Bosna i Hercegovina je mediteranska zemlja i pripada kulturološkom gostoljubivom krugu Mediterana. Jasno je da postoji rizik ukoliko se ovo previše naglašava, jer sa tempom kojim ide globalizacija, ova se tradicija može zaboraviti, naročito u gradovima. Nadamo se da se to neće desiti i da će gostoljubivost ostati jasna karakteristika ljudi u BiH“ – kaže **Tom Buncle**, predsjednik Yellow Railroad International Destination Consultancy koji je u sklopu USAID-ovog projekta dao prilog pod naslovom „Brendiranje BH turizma i strategija marketinga“.

Duboko ukorijenjena tradicija gostoljubivosti u Bosni i Hercegovini vidljiva je kroz gostoljubivost u gradovima i planinskim selima, u tradiciji razgovora uz kafu, u kulturi razgovaranja kao i u praznom fildžanu (šoljici) kafe postavljenoj za nenadanog gosta. „Pravi“ turistički vodič u Bosni i Hercegovini će reći: Nećemo praviti tradicionalnu kafe pauzu u atraktivnom tradicionalnom ambijentu ako

imamo vremena odsjediti samo desetak minuta. Za shvatanje smisla bosanskohercegovačkog tradicionalnog kafenisanja potrebno je najmanje četiri-pet puta više vremena.



Bosna i Hercegovina je idealno odredište za izgradnju tzv. glampinga – Lux apt.

Svjetsko turističko tržište fokusirano je na potrošačke preferencije koje se iz dana u dan mijenjaju. Za naklonost turiste bori se sve veći broj destinacija sa svojom raznovrsnom ponudom, a da pri tome udaljenost više ne predstavlja nikakav problem. Da bi se adekvatno odgovorilo na povećane zahtjeve turističke potražnje, subjekti turističke privrede nastoje poboljšati ponudu, smanjiti troškove, bolje informirati potrošače i ponuditi prepoznatljiv turistički proizvod. Lična sigurnost postaje nosilac i polazni kriterij kod odabira destinacije ili usluge.

Razvoj novih komunikacijskih tehnologija stvara potrebu za sve kvalitetnijim informacijama koje moraju biti cjelovite i dostupne na sve većem broju medija. Potencijalni turisti su sve obrazovaniji i informatički pismeniji, te žele imati potpunu kontrolu nad informacijama i žele ih sami birati. Prisutan je sve veći naglasak na organsku hranu i hranu proizvedenu na tradicionalan način, kao i pojavu masovnog korištenja novih oblika hrane i pića zasnovanih na ekološki održivim oblicima proizvodnje. Takođe prisutna je potreba za sadržajima koji garantiraju eko imidž, bilo da se nudi eko sadržaj, bilo da se korištenjem nekog sadržaja ne zagađuje okolina. U tom smislu prioritetni cilj je povećati konkurentnost destinacija.



Lutvina kahva iz Travnika

Mjera: Valorizacija resursne osnove u oblasti usluga.

Iz gore navedenog možemo zaključiti da aktuelni trendovi u turizmu idu u našu korist i da postoji dosta tržišnih niša koje se mogu pokriti i u kojima se može sudjelovati. Vidljivo je da se najvažniji uvjeti za kvalitetan odmor ne odnose više na klasične elemente turističke ponude: veličina sobe, luksuzna oprema itd, nego su najveću vrijednost dobile kultura, ekologija, gastronomija, gostoljubivost, doživljaj... Ali i mnoge evropske destinacije nude mješavinu prirode, kulture i ljubaznih ljudi. Naša destinacija se stoga mora razlikovati od drugih.

2.6.1. Projekti i aktivnosti:

- Donijeti Zakon o zaštiti pejzažnih vrijednosti (po dobrom primjeru iz susjednih zemalja i EU) i dati ovlaštenje multidisciplinarnom Povjerenstvu na svim nivoima nadležnim za razvoj kulturnog i ekoturizma u BiH za izradu prijedloga upravljanja, na osnovu kojeg bi Zavodi za planiranje mogli sastaviti projektnu dokumentaciju i putem javnih nabavki izabrali izrađivača Plana upravljanja;
- Uspostaviti upravljače destinacija transformiranjem i bitnim kapacitiranjem postojećih turističkih zajednica;

2.7. Mega priredbe: kulturni i sportski festivali, kongresi;

Kulturno i historijsko naslijeđe Bosne i Hercegovine, veličanstveni prirodni ambijent planinskog lanca Dinarida koji obuhvataju oko 4/5 ukupne površine države, geopolitički položaj i karakter, banje, kongresi, sajmovi, festivali, sport, tajne, religije, običaji, mistike, svjetske političke intrige i mnogo drugoga što nije rečeno, od davnina su privlačili pažnju najvećih svjetskih putnika ali i pažnju centara svjetske političke i vojne moći. Primjećeno je da organizatori raznih manifestacija, festivala, kongresa... ne sarađuju jedni sa drugima u smislu racionaliziranja troškova marketinga, štampanja materijala, angažiranje volontera... Takođe je primjećeno da većina manifestacija i festivala nema utvrđen kalendar događanja barem godinu dana unaprijed što pričinjava veliki problem turističkim agencijama. Primjećeno je takođe da ministarstva za privredu i kulturu (nadležna za turizam) u kantonima često nemaju zaposlenu ni jednu osobu koja prati sektor turizma.

Razvoj kongresnog turizma uz ponudu partner tura u vremenu održavanja kongresa i postkongresnih tura kada su oba partnera slobodna, zadržavaju goste na destinaciji. Na žalost Bosna i Hercegovina osim fudbalskog stadiona u Zenici ne posjeduje adekvatne sportske objekte za organiziranje mega sportskih događaja. Istovremeno grad Sarajevo ne koristi ogroman internacionalni kulturni potencijal koji ima u svojim gradovima pobratimima i prijateljima iz svijeta (oko 50 gradova). Organiziranje atletskih mitinga, kulturnih foruma, festivala vojnih orkestara (koji smo imali prije agresivnog rata) i drugih megapriredbi zahtijeva adekvatnu sportsku i kulturnu infrastrukturu do koje možemo brzo doći partnerstvom javnog i privatnog internacionalnog sektora. Za sada je Sarajevo film festival – SFF, jedina ozbiljna festivalska manifestacija u Bosni i Hercegovini.

Nismo povezani; ne radimo skupa, turizam je proizvod koji se treba razvijati, a kultura je ključ tog proizvoda.

Mjere: Uspostavljanje lanca vrijednosti.

Bosna i Hercegovina ne smije sebi da dozvoli da joj se turizam dešava i da u zemlju pristižu gosti nasumice dovedeni low cost avio kompanijama, već da planski razvija kulturni i ukomponirani ekoturizam namijenjen visoko platežnoj klijenteli iz svijeta. Sarajevo raspolaže sa ogromnim neiskorištenim kulturnim i ekoturističkim potencijalom koji se nalazi u gradovima prijateljima i pobratimima širom svijeta kojima bi se rado pridružili i drugi.

2.7.1. Projekti i aktivnosti: Osmisliti kulturne i sportske susrete prvenstveno u Sarajevu, sa postojećom i novoizgrađenom kulturnom i sportskom infrastrukturom (koncertna dvorana, moderni stadion, obnovljen KSC Skenderija...), uz uključivanje gradova prijatelja i pobratima iz svijeta i drugim zainteresiranim gradovima kao velikoj internacionalnoj kulturnoj niši sa ciljem promjene kulturne i ekoturističke paradigme.

2.8. Poljoprivreda i proizvodnja hrane;

Zbog visokog stepena različitosti ekosistema i pejzaža, kulturne raznolikosti i uticaja različitih civilizacija sa istoka i zapada, velikom broju originalnih oblika pasmina životinja i sorti biljaka, genetička raznolikost je nesagledivo bogata (preko 30% flore i faune je endemično), ali na žalost još uvijek bez zakonske regulative i uspostavljene banke gena u kojoj bi se očuvao navedeni geofond. Iz iskustva “domaće” proizvodnje razvila se specifična proizvodnja prehrambenih namirnica (turšija, “kisele” zimnice, osvježavajući napitci, pekmezi, bestilji...) i alkoholnih pića (hercegovačka lozovača, rakija “šljivovica”, pivo od ječma i hmelja, “himber” od domaćih jabuka, krušaka, šljiva...).

U “tajnovitim” procesima od najkvalitetnijeg mlijeka bosanskih krava, ovaca i koza, sa ispaša bogatim aromatskim travama, nastali su autohtoni sirevi. Posebna vrijednost uz proizvodnju različitih vrsta sireva su raznoliki tradicionalni proizvodi pekarstva, mljekarstva, pivarstva, vinarstva (od autohtonih sorti vinove loze „žilavka“ i „blatina“), koji su nastajali u različitim kulturnim sredinama kroz milenijum dugu multikulturnu tradiciju zajedničkog života.

„Kuhinja je izvor kolektivne kohezije, kulturnih promjena, ekološkog napretka i ekonomskog razvoja. Kultura kuhinje i hrana u multikulturnoj zajednici naroda u Bosni i Hercegovini igrala je značajnu ulogu u razvoju kulturnog i regionalnog identiteta stanovnika različitih bosanskohercegovačkih vjeroispovijesti i kroz protekla vremena korištena je kao simbol narodnog ponosa. Gastronomska ponuda je mješavina grčko-orijentalne i srednjoevropske kuhinje sa jedinstvenim varijacijama“- (Z.B., Kulturno i prirodno naslijeđe, Rabić, 2006.). Svjetska turistička organizacija – UNWTO, u Madridu raspoznaje bosansku kuhinju dok istovremeno u regionu ne raspoznaje slovenačku, hrvatsku (postoji Dalmatinska), crnogorsku i srpsku (postoji balkanska kuhinja). To je veliki nematerijalni kulturni potencijal Bosne i Hercegovine. Na žalost Bosna i Hercegovina nema Komisiju za nematerijalnu kulturnu baštinu čiju je Konvenciju donio UNESCO 2003. godine.

Po biodiverzitetu flore i faune Bosna i Hercegovina je u vrhu zemalja svijeta, a po bogatstvu refugijuma (stanište endema – posebnih eko tipova) BiH je jedna od pet zemalja u svijetu (uz Apenine, Pirineje, Kavkaz i Himalaje). Sjeverni dio Bosne i Hercegovine je najjužniji dio relativno uske osovine tzv. Crne zemlje, najplodnijeg poljoprivrednog dijela planete, koji od naše zemlje vodi preko Slavonije i Vojvodine uz Karpate, pa preko Ukrajine ka sjevernom dijelu Rusije.

Specifični okolinski uvjeti su stvorili posebne eko tipove povrća kao što su: tikve i bundeve iz roda *Cucurbita*; grahovi (*Phaseolus vulgaris*: čuće, bubnjo, trešnja, kućicar, mesni, poljak...); kupusi iz roda *Brassica*; paprika (*Capsicum annum*); čuvene bamije (*Hibiscus esculentum*); lubenice semberke; dinje; te spektar sorti krompira: romanijski, kupreški, fojnički, glamočki, nevesinjski...

Raznolikost ekoklime je doprinijela velikom broju trešanja (alice, ašlame, hašlamuše, hruščovi, crnice, bjelice); šljiva (bijeke, prskulje, mrkulje, savke); krušaka (ječmenke, krivočke, mednjače, takiše, bijeli karamut, crni karamut, krupnjače, jeribasme); jabuke (petrovače, golubače, šarenike, zelenike, senabije, šahmanuše, krompiruše, crvenike...); kao i višnji; kajsija; breskvi; badem; malina; kupina; jagoda; ribizli...

Različita dekorativna flora (cvijeće) krasi vrtove i avlije različitim oblicima ruža (đulberšećerka, đulhatma, rutica, bosioak, miloduh, liliūm bosniacum, božur, rosa brandis...).

Mnoge pasmine životinja su vremenom postali zasebni ekotipovi od kojih se ističu: Bosanski brdski konj; Bosanska krava Buša; Gatačko govedo; Hercegovački magarac; ovca Pramenka; Domaća balkanska rogata koza; svinja Šiška; psi: Bosanskohercegovački-hrvatski pastirski tornjak i Bosanski oštrodlaki gonič barak; golubovi: Travnički kratkokljuni, Sarajevski prevrtač, Bihački prevrtač, Zenički prevrtač; srna (*Capreolus capreolus*) - (*C.c. grandis*); divokoza (*Rupicapra rupicapra*) - (*R.r. balcanica*); divlja svinja (*Sus scrofa*) - (*S.s. reiseri*); vuk (*Canis lupus*) - (*C.l. kurjak*); kuna bjelica (*Martes foina*) - (*M.f. bosniaca*); mrki medvjed (*Ursus arctos*) - (*U.a. bosniensis*)...

Mjere: Poboljšanje konkurentnosti sektora poljoprivrede i ponude domaćih proizvoda.

Jačanjem brenda prirode Bosne i Hercegovine jača i brend svih produkata prirode kao što je poljoprivredna proizvodnja, proizvodnja hrane, pića i napitaka kao i vode koja je direktni produkt prirode. Jaki brend prirode jača i zdravstveni turizam. Produkt prirode je i drvo, tako da jača i brend drvoprerađivača i drugih nespomenutih djelatnosti. Aktivnosti u prirodi jačaju brend prirode. To je veoma važno za navedene sektore prilikom njihove promocije proizvoda. Svijest o važnosti jakog brenda prirode se podiže izadom posebnih setova smjernica za brend koje NMO, RMO i DMO treba da izrade za različite sektore privrede. Kreirati i upravljati brendom.

- 2.8.1. Projekti i aktivnosti: Izraditi Strategije brendiranja na svim nivoima, ohrabrivati uključivanje malog lokalnog poslovnog sektora i dostavljača, poticati održivi razvoj i veze sa konvencionalnim turizmom u gradovima, Međugorju i Neumu na obali Jadranskog mora, sa porukom da svi kapaciteti konvencionalnog turizma više koriste proizvode hrane i pića iz BiH sa regionalnim brendom.
- 2.8.2. Projekti i aktivnosti: Uraditi inventuru biljnog i životinjskog svijeta.

2.9. Marketing (Strategije razvoja, upravljanje destinacijama, brend zemlje i destinacija, promocije);

Politika razvoja destinacija (država, region, mjesto) potrebno je da raspolaže razvojnim dokumentima koji zadovoljavaju tri slijedeća cilja:

- Učiniti da zajednice budu ponosne na svoje područje, da budu svjesni svoje okolišne jedinstvenosti i da njeguju svoju kulturno-historijsku baštinu što ima veliki društveni i politički značaj. Društveni značaj se ogleda u kvalitetnom obrazovanju i razvoju faktora vrijednosti najprogresivnijih društava na svijetu. Politički značaj se ogleda u razbijanju raznih predrasuda i predubjeđenja o Bosni i Hercegovini;
- Povećavaju sredstva za život u skladu sa okolišem. Drugim riječima, kvalitet prirodnih resursa i kulturne baštine ne smije biti oštećen nego povećan kroz kulturni i ekoturizam. To podrazumijeva kombinaciju relativno očuvane prirode i okoliša, ukomponiranih kulturnih karakteristika i poljoprivrede sa jedinstvenom BiH hranom i proizvodima proizvedenim na tradicionalan način.

Potrebno je uvijek imati na umu da biti turist nije uvijek lagana aktivnost. Ukoliko je riječ o posjeti turističkim destinacijama, tko ne pamti vlastite “olovne” noge nakon nekoliko sati provedenih u muzejima ili mentalnu zasićenost podacima, čitanjima na stranom jeziku. To uvijek treba imati na umu pri sastavljanju informacija i interpretacija koje se nude turistima. Ukoliko sasvim ne izostaju ili su manjkave, znaju biti duge i zahtjevne (osobito kada ih pišu stručnjaci) vrveći stručnim arheološkim, arhitektonskim ili etnološkim terminima. I tu važnu ulogu može odigrati prethodna priprema putem Internetskih stranica. Također, treba imati u vidu da u Bosnu i Hercegovinu pristižu turisti iz, naprimjer, Kine, Japana, Južne Koreje, Malezije... kojima neće biti razumljive nama opće poznate i prihvaćene asocijacije. Posjetitelji i putnici žele se osjećati uključeno i angažirano, vole interaktivne metode u kontekstu komuniciranja baštinom, a ne pasivno konzumiranje podataka. Stoga je potrebno osmisliti različite načine koje će ih angažirati na kreativan način, a istovremeno izbjeći zamku banalizacije.

Evropska komisija je (2008.) angažirala pravnog eksperta (International Travel Law consultant) **John Dowesa** koji je napravio pregled nedostataka postojećeg pravnog okvira u BiH u sektoru turizma i konstatirao da postojeći pravni okvir: ne obezbjeđuje institucionalni i zakonodavni okvir za čvrstu vlast i stvaranje pozitivnog ambijenta za ulaganje; ne poštuje principe poštenog postupka; ne odražava postojeću praksu; ne odražava međunarodne standarde; ne obezbjeđuje okvir potreban za državnu strategiju za turizam; ne obezbjeđuje čvrst okvir za saradnju javnog i privatnog sektora...

Po njegovim preporukama (John Doves) temeljni principi za kreiranje novog Zakona o turizmu su: stvarati strukture za podršku privatnog sektora; jasno definirati turističku industriju; ažurirati pravne procedure za poduzetništvo u turizmu; pomoći razvoj profesionalnih standarda; da je u skladu sa Globalnim etičkim kodom u turizmu Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija.

Uvidom i na osnovu dostupnih informacija, danas (2026.), ni jedna destinacija u BiH nije adekvatno oblikovana za prihvatanje kulturnih i ekoturističkih posjetilaca i njima niko ne upravlja.

Nakon donošenja Presude Ustavnog suda Federacije Bosne i Hercegovine (2014.) kojom je utvrđeno da Zakon o turističkim zajednicama i promociji turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine ("Sl. novine Federacije BiH", broj 19/96 i 28/03.) nije saglasan Ustavu Federacije Bosne i Hercegovine, jer nije ispoštovana procedura prenosa nadležnosti sa kantonalnih na federalnu vlast putem pisanih odluka kantonalnih skupština. Istovremeno sa utvrđivanjem da Zakon o turističkim zajednicama i promociji turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine nije saglasan Ustavu Federacije Bosne i Hercegovine, Ustavni sud Federacije Bosne i Hercegovine je odredio prelaznu mjeru kojom se daje mogućnost Parlamentu Federacije BiH, da u roku od 6 mjeseci od dana objavljivanja Presude u Službenim novinama Federacije BiH zakonom uredi materiju koja je regulisana osporenim Zakonom, odnosno do kada se isti može primjenjivati. Navedena Presuda je objavljena u Službenim novinama Federacije Bosne i Hercegovine 30.07.2014. godine, te je u smislu određenih prelaznih odredbi, rok od 6 mjeseci za uređivanje ove materije istekao 31.01.2015. godine. Kako je utvrđeno da Zakon o turističkim zajednicama i promociji turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine nije saglasan Ustavu Federacije BiH, istovremeno je osporena i Uredba o članarinama u turističkim zajednicama ("Sl. novine Federacije BiH", broj 18/09 i 02/12), kao i provedbeni propisi koji su doneseni na osnovu osporenog Zakona o turističkim zajednicama i promociji turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine, te ova oblast nije normativno i pravno uređena, što stvara izuzetno velike teškoće subjektima na koje se ona odnosi, a posebno radu i ostvarivanju obaveza turističkih zajednica i drugih subjekata u izvršavanju svojih zakonskih i drugih obaveza.

U međuvremenu mnoge općine i gradovi u FBiH žele da osnuju vlastite TZ i svojevremenom odlukom (2021.) Vlada FBiH im je nezakonito dala za pravo (na zahtijev općine Stari Grad u Sarajevu). To sve vodi atomiziranju (usitnjavanju) i u konačnici razbijanju razvoja turizma u BiH, a i u suprotnosti je sa Ustavom FBiH u kojem je decidno nadležnost za razvoj turizma zajednička između Federacije BiH i kantona u odnosu 50 : 50%. Možda je ovo prilika da se preispita dosadašnji način upravljanja područjem i pristupi reorganiziranju odnosno objedinjavanju TZ općina sa drugim učesnicima u turizmu, jačanjem kapaciteta postojećih turističkih zajednica u FBiH i kantonima i njihovu transformaciju u NMO (Nacionalna menadžment organizacija) koja prihvata standarde i norme svijeta, postaje relevantna adresa za turizam BiH, promovira BiH na sajmovima širom svijeta..., kao i RMO entiteta i DMO kantona i DB, u kojima DMO na području kantona mogu osnivati svoje podružnice i time zadovoljiti principe lokalne samouprave (općine i gradovi), a sve po ugledu na praksu u Evropi i regionu. Jačanje kapaciteta postojećih Turističkih zajednica/organizacija podrazumijeva

i uvezivanje sa strukovnim udruženjima u turizmu kao što su Udruženje/Udruga turističkih agencija – UTA, Udruženje hotelijera i restoratera – UHiRA, u smislu zajedničke promocije i uvođenja EU i svjetskih standarda i normi, kao i uska saradnja sa Privrednim komorama kantona u smislu neformalnog obrazovanja kadrova u turizmu.

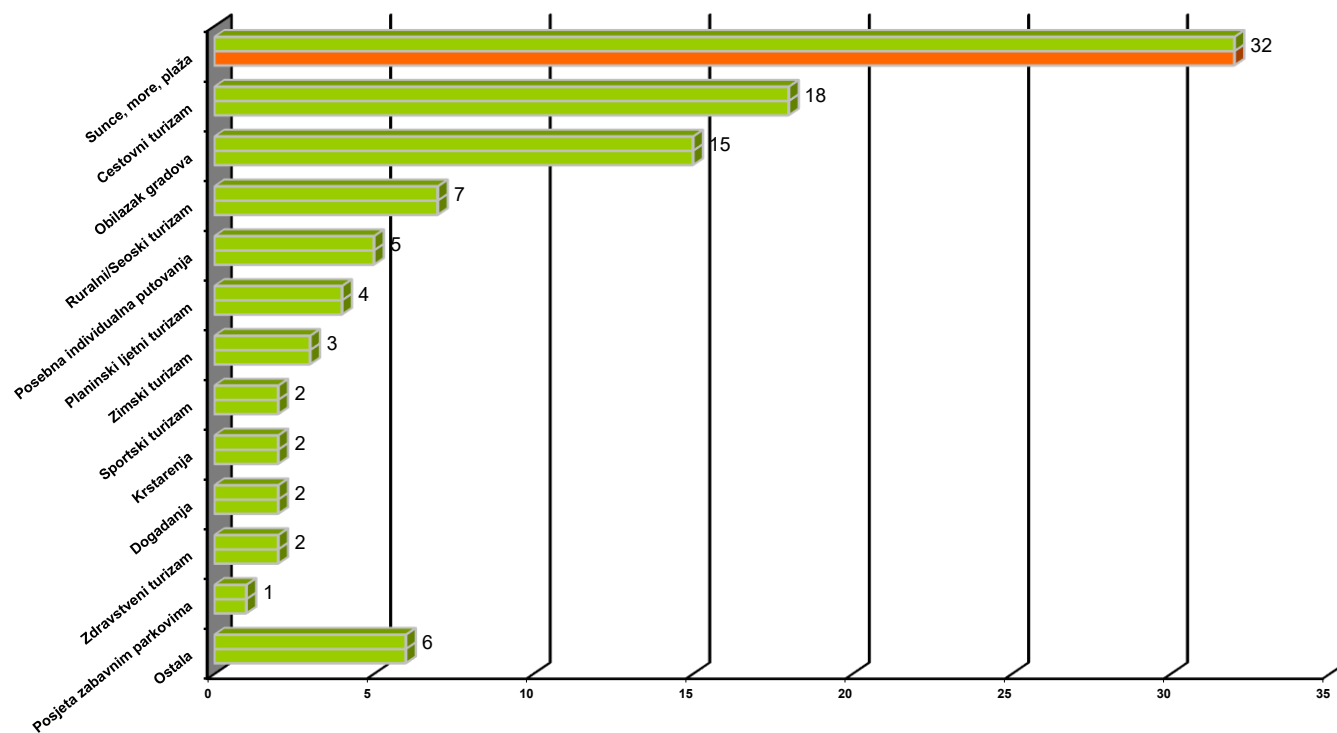
U ovom trenutku nema organizirane turističke promocije na nivou Bosne i Hercegovine. Agencije iz entiteta RS sjede na štandu R Srbije, agencije iz Hercegovine sjede na štandu R Hrvatske, a ostale agencije („bošnjačke“) lutaju sajmovima po principu „tašna, mašna“. Jedini štand iz BiH na nekoliko Evropskih i svjetskih sajмова turizma je štand Turističke zajednice Kantona Sarajevo pod nazivom „Visit Sarajevo“. Svojevremeno je USAID finansirao turistički logo Bosne i Hercegovine, izradu promotivnog sajamskog štanda, web portala, seriju propagandnih turističkih filmova koji su emitirani na tv CNN, promotivni katalog strukovnog udruženja agencija - UTA BiH, koje je u tim godinama brojalo oko 200 članica iz čitave BiH... Prestankom USAID i EU projekata podrške promociji turizma BiH, a naročito proglašavanjem organiziranja turističkih zajednica na nivou Federacije BiH, neustavnim, turistička promocija je u potpunosti zamrla.

Mjere: Uvesti upravljanje destinacijama - NMO nivo BiH, RMO nivo entiteta BiH i DMO nivo kantona sa podružnicama u zainteresiranim gradovima i lokalnim zajednicama i Distriktu Brčko - DB.

Destinacije bi se radikalno brže razvijale formiranjem development organizacija (NMO, RMO i DMO) u kojoj bi suvlasnici bili lokalne zajednice (organ uprave) kao i druge institucije i javna preduzeća zainteresirana za razvoj turizma sa minimalno 90% i zainteresirani privredni subjekti za razvoj destinacije sa maksimalnim udjelom do 10%.

Drugi model je formiranje privatne Destinacijske menadžment kompanije – DMK, koji je svakako profesionalno superiorniji model ali traži visoki stepen turističke konkurentnosti, politički konsenzus u destinaciji i dominaciju privatnog sektora. Iskustva u EU su da su gotovo sva područja koja imaju ovakav model upravljanja prije toga prošla kroz najmanje desetogodišnju fazu destinacijske menadžment organizacije.

Prevedeno u brojke ovi postotci su velike ciljne grupe obzirom da je broj turista u Evropi oko 750 miliona godišnje (dostupni podaci za 2024.). Za dio tog turističkog kolača, koji nesporno raste u Evropi po stopi rasta od 3,5-4,5% godišnje se svakako valja boriti. Početak razvoja turizma je i početak radikalne promjene ekonomsko-socijalne situacije u Bosni i Hercegovini u cjelini. U širem okruženju BiH je okružena svjetskim turističkim velesilama: Italija, Austrija, Mađarska, Turska, Grčka..., a direktno graniči sa Srbijom, Hrvatskom i Crnom Gorom koje razvoj turizma smatraju strateškim prioritetom.



Motivi putovanja u EU

NMO (nivo BiH), RMO (nivo entiteta) i DMO (nivo kantona) model

Planira razvoj destinacije	Razvija model saradnje sa svim subjektima u destinaciji i vrši promociju. Planira potrebne ljudske resurse, generira lokalnu zaposlenost i adekvatnost radne snage. Radi prijedloge dugoročne turističke strategije.
Upravljanja destinacijom	Zaštita i oblikovanje domaćeg turističkog tržišta za međunarodno tržište. Koordinira sa lokalnim destinacijskim upravama i lokalnom industrijom.
Marketing područja	Kontinuirano istraživanje tržišta. Identifikacija i ciljanje konkretnih tržišnih niša. U cilju privlačenja što većeg broja turista potiče javno-privatni pristup promociji atrakcija, proizvoda i usluga. Kreira marketing plan područja. Radi promociju područja.

- 2.9.1. **Projekti i aktivnosti:** Uspostaviti multidisciplinarno Povjerenstvo (konzervatorske struke, urbanizma, demografije i sociologije, turizma i kulturnog menadžmenta...) na nivou NMO ili na nivoima RMO (FBiH i RS) sa ciljem izrade koncepta i sadržaja Plana upravljanja na osnovu kojeg bi Zavod za planiranje mogao sastaviti projektni zadatak na osnovu kojeg bi se izradila tenderska dokumentacija i putem javne nabavke odabrao izrađivač Plana upravljanja.
- 2.9.2. **Projekti i aktivnosti:** Uspostaviti institucionalni mehanizam upravljanja u turizmu na nacionalnom nivou, na nivoima entiteta FBiH i RS i na nivoima kantona preko NMO, RMO i DMO radikalnim povećavanjem kapaciteta postojećih Turističkih zajednica/organizacija. Istovremeno povećati kapacitet nadležnim ministarstvima za turizam na nivou kantona, zapošljavanjem barem jedne osobe koja isključivo prati sektor turizma.

2.10. Obrazovanje i zdravstveni sektor.

Po utvrđenim podacima Svjetske turističke organizacije – UNWTO klijentela u konvencionalnom turizmu (sunce, more, plaža) koja koristi za odmor hotele, hotelske resorte, kruzere... spremna je maksimalno potrošiti 158 € na dan (hotelski resorti ili kruzери sa pet zvjezdica).

Istovremeno, WTO je utvrdila da **prosječni** tzv. kulturni i eko turista (putovanje u regione sa zanimljivim kulturnim i ukomponiranim prirodnim vrijednostima) dnevno potroši 283 € na dan. Skoro 75% takvih turista potroši na putovanju između 4 i 8 hiljada eura, a oko 26% potroši više od 8 hiljada eura za aktivni odmor. Prosječno zadržavanje turista na kulturnoj i ekoturističkoj destinaciji je 6 dana do fantastičnih 11,5 dana u Francuskoj i 9,5 dana u Austriji.

Ekspert za brendiranje u turizmu **Tom Buncle** (predsjednik Yellow Railroad International Destination Consultancy, za Emerging Marketa Group, Inc.), koji je proveo USAID-ov Projekat podizanja konkurentnosti razvojem klastera u Bosni i Hercegovini je zapisao: Očito je da BiH više pati zbog nedostatka svijesti o njoj kao o potencijalnoj kulturnoj i ekoturističkoj destinaciji za posjetioce na internacionalnom planu, nego od bilo kakvog negativnog imidža povezanog sa posljednjim ratnim dešavanjima. Ironično ali to je veoma dobra pozicija od koje treba krenuti u razvoju turizma: bolje je kao polaznu osnovu imati neznanje nego negativan imidž.

Ono što je još važnije jeste da je najveća prijetnja razvoju turizma u Bosni i Hercegovini **potpuno neznanje** o onome što ona ima da ponudi. One koje bi turistička ponuda BiH privukla vjerovatno neće spriječiti njena nedavna ratna historija, prije svega jer je to za njih daleko sjećanje i nema neposredne opasnosti po bezbjednost posjetilaca. Najveća prijetnja povezana sa ratom kojom će se trebati pozabaviti jeste veličina **područja pod minama**. Ovim problemom se bosanskohercegovački turoperator i država moraju istinski pozabaviti, te imati jasno uvjerenje u vezi sa područjima koja su bezbjedna za šetnje tako da ne postoje nedoumice u vezi sa bezbjednošću. Strani turoperator smatraju da Bosna i Hercegovina nudi bogatiji i raznovrsniji kulturni i historijski proizvod uz aktivnosti na otvorenom od drugih zemalja na Balkanu što je čini atraktivnijom.

U EU je usvojena standardizacija edukacije turističkih vodiča urađena od strane Evropskog komiteta za standardizaciju - CEN. Ovaj Evropski standard (EN 15565/08.) postoji u tri zvanične verzije (engleskoj, francuskoj, njemačkoj). Standardizacijom EU želi da olakša slobodu kretanja unutar zemalja članica, ali i da naglasi značajnost specijalizovanih vodiča pojedinih regija za visoki kvalitet u turizmu. S obzirom da vodiči pratioci turističkih putovanja vode turiste po inostranstvu, EU Sud je 1991. i 1994. godine, prepoznao važnost slobodne cirkulacije vodiča/pratilaca po Evropi, čime su stekli pravo slobode rada, s tim što u muzejima, spomenicima historije i drugim urbanim cjelinama (turističkim destinacijama) koje su vlasti neke države stavile na listu, moraju objašnjavanje prepustiti lokalnim vodičima. Obzirom da ne postoji institucionalna nadležnost za proglašavanje destinacija u Bosni i Hercegovini ni na kojem administrativnom nivou nema obaveze angažiranja lokalnih vodiča od strane stranih turoperatora.

Bosna i Hercegovina obiluje termomineralnim vodama i ljudi su oduvijek vjerovali u njihovu ljekovitost. Ali uz banje (za čiju obnovu su potrebna velika ulaganja) BiH posjeduje i klimatske pogodnosti planina bogatog biodiverziteta koja uz kulna mjesta različitih vjerskih zajednica su takođe mjesta izlječenja u koja ljudi vjeruju. U vremenu migrantskih kriza i direktnih letova sa drugih

kontinenata zdravstvena slika zemlje se ubrzano mijenja i usložnjava. Budući zadatak NMO, RMO i DMO je stvaranje grupacija za razvoj zdravstvenog turizma u ruralnom prostoru (spa, wellness, benessere, bien etre...).

„...Gost dolazi iz različitih sredina i nosi u sebi misli o „svojoj dobroj sredini“. Kada dopiye u drugu, pa mu nije ona onakva kakvu je zamislio, učini mu se da je gora nego što uistinu jeste – zapisao je prof. dr. **Amir Pleho**. Putnik po pravilu nosi još jedan teret. Kako je dio prirode i biosistema koji vlada u prostoru njegovog stalnog boravka, on donosi jedan dio biosfere sa sobom i distribuira je u novom prostoru. Ponekad zna da je nosilac toga, a ponekad nije ni svjestan. Zbog svega, umjesto planiranih ugodnosti, na svom putu često biva oštećen i razboli se.“ I domaćin je živo biće sa skoro istim osobinama koje posjeduje gost: svijet za sebe, formiran na svoj način koji treba i mora naći zajedničke elemente i za sebe i za gosta i uspostaviti međusobno razumijevanje. Domaćin je najčešće zaposleno lice, turistički radnik, ugostitelj za kojeg neželjeni gost ili bolest gosta predstavljaju potencijalnu opasnost.

Mjere: Razvoj kreativnih rješenja u turizmu kroz neformalna obrazovanja i kroz dualni sistem obrazovanja. Po Ustavu Federacije Bosne i Hercegovine nadležnost za obrazovanje je na nivou kantona, a Evropska praksa je da obrazovanje odraslih (neformano obrazovanje) u svim sektorima privrede, pa tako i u sektoru turizmu, vrše Privredne komore.

Cjeloživotne edukacije svih učesnika u turističkom proizvodu u skladu sa EU standardima i u skladu sa identificiranim ključnim elementima dobara (brendova) koji će se zatim koristiti za strategiju brendiranja, stalno i na odgovarajući način prezentirati ciljnoj publici prilikom reklamiranja. Turizam je djelatnost sa najvećim brojem normi na svijetu. Po Ustavu Federacije BiH obrazovanje je u nadležnosti kantona pa je tako potrebno da Privredne komore kantona izrade nastavne planove i programe obrazovanja za odrasle (neformalno obrazovanje) u sektoru turizma kao što su voditelji poslovnica, pratioci putovanja, lokalni turistički vodiči, animatori i drugo stručno osoblje u agencijama, a sve po ugledu na praksu u EU.

2.10.1. **Projekti i aktivnosti:** Napraviti kurikulum i skraćeni nastavni plan i program neformalnog obrazovanja odraslih u turizmu u skladu sa EU normom EN 15565/8. koju je utvrdio CEN iz Brisla (Bruselles) koja predviđa teorijsko i praktično obrazovanje od 600 sati (sat 60 minuta), jedinstven i obavezan za sve članice EU. Na taj plan i program pojedine države članice mogu dodavati blok svoje nacionalne historije koliko god hoće, pa su tako Španija, Portugal i Grčka uveli trogodišnji fakultet za turističke vodiče i pratiocje turističkih putovanja. Obzirom da BiH nema status ni Kandidata za EU mi nemamo obavezu primjene navedene EU norme. Bosanskohercegovački nastavni plan i program bi mogao početi sa fondom od 80 do 120 sati, a cjeloživotnim obrazovanjem i adekvatnim bodovanjem vremena rada u praksi bi omogućio dostizanje EU norme u roku od 5-6 godina.

- 2.10.2. Uvesti dualno obrazovanje u školstvu i neformalno cjeloživotno obrazovanje za sve djelatnike u turizmu i kulturi, nastavni kadar u osnovnim i srednjim školama, dodirnim sektorima privrede bitnim za razvoj turizma, diplomatiji, svim državnim službenicima odgovornim za razvoj turizma i stanja okoliša... u smislu revijalne interpretacije turističkog multiproizvoda Bosne i Hercegovine.
- 2.10.3. Prihvatiti zajedničku historiju Evrope koja se još piše na temelju Preporuka Komiteta ministara i skupštine Vijeća Evrope. Nakon donošenja Evropske konvencije o kulturi iz 1954. godine, to su najvažnije preporuke koje su objavljene 2014. godine. Općenito historija je po pravilu u službi razvijanja etnocentričnog narodnog i nacionalnog identiteta. Zajednička historija razbija stereotipe mitologiziranih identiteta i negativnih predstava o drugima;
- 2.10.4. Napraviti valorizaciju bosanskohercegovačkih planina i rangirati ih po dostupnosti i značaju sa ciljem izrade studija zdravstvenih klimatskih pogodnosti, koje bi izradio internacionalni referentni balneološki institut.

Ovaj dokumenat nema ambiciju da zamijeni neophodna planska dokumenta kao što su Razvojne strategije za kulturu, turizam i okoliš na svim državnim, entitetskim i kantonalnim nivoima koje je neophodno imati u 2026. godini (do izbora i nakon formiranja nove vlasti) već predstavlja prijedlog skica mjera i aktivnosti sa ciljem pomoći prilikom izrade budućih razvojnih strateških dokumenata u turističkoj djelatnosti.

Potrebno je da navedene mjere u planskom periodu do 2030+.godina, uz adekvatan razvoj energetike, poljoprivrede, metaloprerađivačke industrije, razvojem kreativne industrije i kulturnog uz ukomponirani ekoturizam, omoguće dvostruki BDP Bosne i Hercegovine što prevedeno na narodni jezik znači: duple penzije i plate uz dvostruko bolju ekonomsko-socijalno-demografsku sliku zemlje, pod motom: Bosna i Hercegovina – kulturna kapija Evrope!

Predizborno mobiliziranje građana poticanjem interesnog faktora kao što je vizija za dostizanje duple penzije i plate uz istovremeno radikalno smanjivanje doprinosa iz plata (što je naravno moguće i što nam pokazuju dobri primjeri iz Evrope i svijeta), hitno uvođenje socijalnih starosnih penzija za građane bez dana radnog staža (evropska praksa), zapošljavanja i samozapošljavanja svih građana bez obzira da starosnu dob (penzioneri) kroz razvoj kulturnog i ukomponiranog ekoturizma kao prve razvojne komponente kao i poticanje emocija na rehabilitaciji kulturnog i prirodnog naslijeđa kao druge mobilizirajuće komponente će kroz sektor kulturnog i ekoturizma potaći restrukturiranje cjelokupnog društva u Bosni i Hercegovini.

Zaključak

Da je saobraćajno uvezivanje brzom željeznicom i brzim cestama (uz izgradnju koridora Vc) Sarajeva, Zenice i Tuzle, veoma važno za ekonomski i kulturni progres Bosne i Hercegovine pokazuju i podaci fiskalnog prometa. Svaka 3-ća marka u Bosni i Hercegovini se okreće u Kantonu Sarajevo zahvaljujući privrednim djelatnostima ali i u mnogome turističkom prometu. Evropski analitičari su saglasni da bi se BiH mogla lako integrirati u EU razvojem energetike, poljoprivrede i turizma uz tradicionalnu namjensku – vojnu industriju. Rekonstrukcijom željeznice kroz Sarajevsko-zeničku zavalu uvezuje se preko 1 milion stanovnika, a izgradnjom kratke željezničke veze Vareš – Banovići uvezuje se Sarajevo sa Tuzlom u region sa preko 1,7 miliona stanovnika. Razvoj međugradskog saobraćaja radikalno ublažava demografski problem zemlje.

Endemska korupcija je urušila bosanskohercegovačko društvo i u ovome trenutku je nerazumno dozvoliti daljnje zaduživanje zemlje radi izgradnje saobraćajne i energetske infrastrukture, energetike i poljoprivrede. Na žalost to se mora internacionalnim tenderima prepustiti koncesionarima, a cjelokupno društvo se mora posvetiti uništavanju endemske korupcije i društvenom restrukturiranju. Kao član KOR-a za izradu poslijeratnih strategija razvoja, svjedočim da mnogi ekonomisti i biznismeni indikator zaposlenosti ne smatraju relevantnim za razvoj i povećanje DBP. Nobelovac, ekonomista **Paul Krugman** ističe činjenicu da se društvo mora voditi na temelju općih načela, a ne strogo ekonomskih strategija. Izgraditi dobar formalni okvir nalaže odmak od egzaktnih ekonomskih znanosti i u formulu uspjeha uključivanje nematerijalnih varijabli (očekivanu kvalitetu života i kulturu življenja, mrežu socijalne sigurnosti, zadovoljstvo građana...).

Razvoj kulturnog i ukomponiranog ekoturizma ima najveći društveni (obrazovanje stanovništva), politički (razbijanje raznih predrasuda i predubjeđenja o Bosni i Hercegovini) i ekonomski značaj (direktni, indirektni i konverzioni efekti) koji valorizira ogroman kulturni i prirodni potencijal Bosne i Hercegovine i pozicionira BiH u jednu od top deset kulturnih destinacija svijeta. Svi pobrojani projekti su usklađeni sa ciljevima strateškog razvoja. Takođe postoji velika mogućnost finansiranja izgradnje strateških projekata principom javnog i privatnog partnerstva zbog velike finansijske održivosti nakon njihove provedbe. Svi nabrojani projekti imaju veliki uticaj na razvoj urbanih aglomeracija i ruralnog prostora, kao i uticaj na druga razvojna područja i dodirne sektore privrede, što je vidljivo iz grafičkog prikaza kulturnog turističkog multiproizvoda.

Autor: **Zoran Bibanović**, predsjednik UTA BiH i predsjednik Odbora za turizam i ugostiteljstvo Privredne komore Kantona Sarajevo

Sarajevo, zima 2026. godine