

# Turizam kao faktor ekonomskog razvoja

**Prof.dr Milenko Stanić**  
Univerzitet Sinergija Bijeljina

**Prof. dr Tatjana Vujić**  
Univerzitet Sinergija Bijeljina

**Sažetak:** Turizam kao masovna društvena i ekonomska pojava našao je svoj odraz u nekoliko posljednjih decenija. U tom kratkom razdoblju turizam se razvio u jednu od najširih i najznačajnijih društvenih tekovina savremenog čovječanstva. Ujedno, turizam je dobio obilježje veoma složene i važne ekonomske kategorije, sa izuzetno dinamičnim razvojem i brzim i dubokim kvalitativnim i kvantitativnim promjenama. Kao globalni ekonomski fenomen, turizam je privredna grana koja poslije naftne i hemijske industrije, najviše doprinosi ekonomskom rastu i razvoju svjetske ekonomije. Turizam ima eksplicitan uticaj na makroekonomske agregate i povećava makroekonomsku stabilnost nacionalne ekonomije, uz istovremeno ubrzanje lokalnog i regionalnog razvoja i porast zaposlenosti.

U ovom radu autori žele da ukažu na ekonomski značaj turizma kao jedne od determinanti razvoja nacionalne ekonomije, sa posebnim osvrtom na Bosnu i Hercegovinu.

**Ključne reči:** turizam, ekonomski i neekonomski uticaji turizma, turistički razvoj Bosne i Hercegovine.

**Abstract:** As a mass social and economic phenomenon found, tourism found its visible reflection in the last few decades. Within this short period, tourism has developed into one of the widest and the most important social achievements of modern humanity. At the same time, it has evolved into a very complex and important economic category, reflecting an intense dynamic development and profound qualitative and quantitative changes. As a global economic phenomenon, tourism is an industrial activity which, right after oil and chemical industries, exerts the most direct impact on economic growth and development of the world economy. Tourism shows also a strong impact on macroeconomic aggregates by enhancing the macroeconomic stability of the national economy, whereas accelerating local and regional development and employment growth.

The authors wish to draw attention to the economic importance of tourism as one of the determinants of the development of the national economy, placing special emphasis on Bosnia and Herzegovina.

**Key words:** tourism, economic and non-economic impacts of tourism, tourism development in Bosnia and Herzegovina.

## 1. UVOD

Uporedo sa razvojem svjetske privrede mijenja se i struktura djelatnosti, odnosno učešće pojedinih sektora u društvenom proizvodu, nacionalnom dohotku i zapošljavanju radne snage. Posljednjih četrdesetak godina, glavna strukturalna promjena u svjetskoj ekonomiji ogleda se kroz rastuću količinu usluga, odnosno značajno učešće tercijarnog sektora privređivanja (djelatnosti trgovine, turizma, osiguranja, transporta, bankarstva, finansija obrazovanja, inženjeringa i sl.). Gotovo da ne postoji država čija privreda ne poseduje značajan udio sektora usluga. Na ovaj način i za ekonomije srednje razvijenih i manje razvijenih zemalja, usluge predstavljaju značajnu mogućnost i šansu za ozbiljnije uključivanje u međunarodnu podjelu rada. U svemu ovome turizam zauzima značajno mjesto, kao jedna od najprofitabilnijih i najvećih industrija u svijetu. Uprkos nesigurnim političkim i bezbjednosnim prilikama u svijetu, kao i ekonomskoj krizi, općenito se predviđa dalji porast kretanja turista, kao i ekonomski efekti od turizma. Turizam je

postao društvena pojava koja karakteriše našu epohu, a posljednjih pola vijeka obilježava ga dinamičnost i masovnost. Naime, u svjetskim turističkim kretanjima tokom 2015. godine ostvareno je rekordnih 1,2 milijarde međunarodnih dolazaka (tačnije 1.186 miliona), što je 50 miliona ili 4,4 posto više nego prethodne godine, a na listi zemalja koje su zabilježile najznačajniji rast turističkih posjeta nalazi se i Bosna i Hercegovina, navodi se u izvještaju Svjetske turističke organizacije (UNWTO).<sup>1</sup> Takođe se ističe da je 2015. bila šesta godina zaredom sa natprosječnim rastom međunarodnih turističkih dolazaka. Ostvarena potrošnja međunarodnih turista u 2015. godini iznosi 1,26 milijardi USD i u stalnom je porastu. Ukoliko se ovi podaci uporede sa onima iz 1950. godine (25,3 miliona učesnika u međunarodnim turističkim putovanjima uz prihod od 2,1 milijarde USD), uočljive su razmjere prerastanja turizma u masovnu pojavu.

Turizam kao privredna grana čini 10% svjetskog BDP-a, a najveći potrošači su kineski turisti, a iza njih slijede američki, pa ruski turisti. Da turizam pokreće svjetsku ekonomiju govore i podaci da turizam predstavlja 30% svjetskog izvoza usluga i 6% ukupnog izvoza roba i usluga, a kao izvozna kategorija u svijetu se nalazi iza naftne, hemijske i prehrambene industrije.

U posljednjih dvadesetak godina stopa rasta turizma je dva puta veća od stope rasta BDP, prihodi od turizma nadvisuju usluge zdravstva, energetiku ili poljoprivredu. U mnogim zemljama spada među tri vodeće industrije, ostvarujući najveći ili se kreće prema najvećem obimu prometa na malo i najvećoj zaposlenosti.<sup>2</sup>

Svaka potrošnja koja generiše ekonomske aktivnosti vrijedna je makroekonomske pažnje, te je upravo i interes ekonomske nauke za izučavanjem turizma postao relevantan kada je ostvaren porast prihoda nacionalnih ekonomija receptivnih turističkih zemalja kao posljedica turističkih kretanja. To je potenciralo i interes za izučavanjem ekonomskih posljedica turističkog razvoja. Na početku su se gledišta o turizmu svodila na pretežno izučavanje ekonomskih posljedica koje je turistički promet donosio u sektore ugostiteljstva, saobraćaja i djelatnosti turoperatora i putničkih agencija. Kasnija istraživanja turizma ukazala su na njegov uticaj i na ostale privredne i društvene djelatnosti, odnosno na cjelokupan ekonomski razvoj. Na taj način turizam je prepoznat, ne samo kao posljedica ekonomskog razvoja, već i kao faktor ekonomskog razvoja.

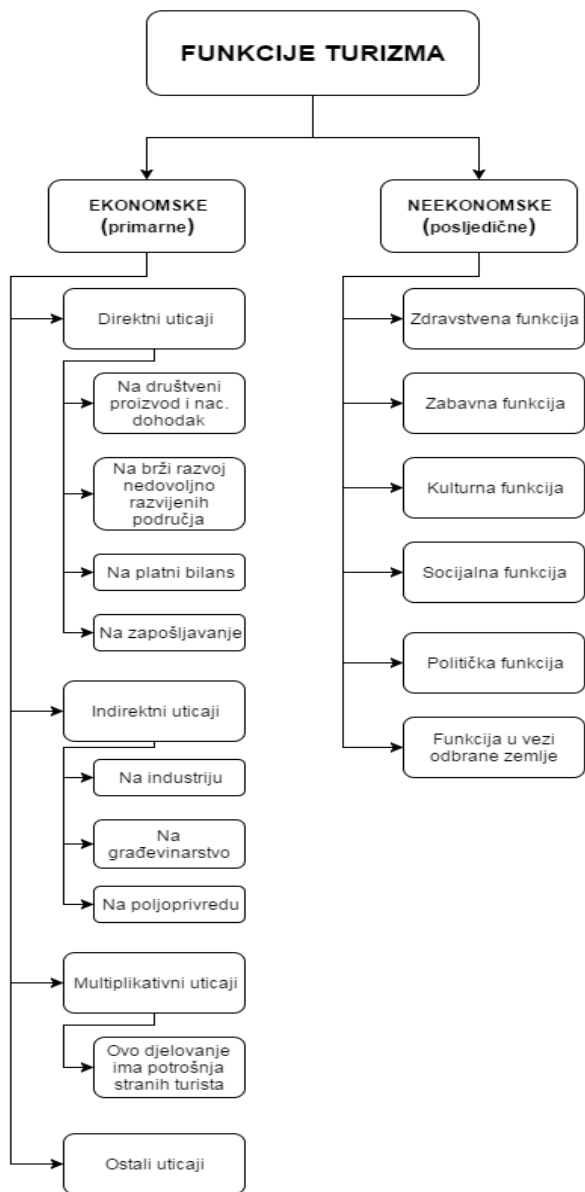
## 2. OSNOVNE FUNKCIJE TURIZMA

Savremeni turizam ima brojne funkcije koje su međusobno povezane čineći nedjeljivu cjelinu koja ima snažan uticaj na ekonomski život. Osnovne funkcije turizma, kao privredne grane, mogu se podijeliti na dvije grupe:

- Ekonomske funkcije turizma (primarne funkcije) i
- Neekonomske funkcije turizma (sekundarne ili posljedične funkcije).

<sup>1</sup>UNWTO Tourism Highlists 2016 Edition na [www.unwto.org](http://www.unwto.org) ; datum pregleda: 17. juli 2016.godine

<sup>2</sup>Theobald, W.F. "Global tourism" Elsevier, Amsterdam, 2004, str. 26



Slika 1: Osnovne funkcije turizma

Prilagođeno prema: Dobre, R (2005) *Počela turizma, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik, str. 56.*

## 2.1. Ekonomske funkcije turizma

### 2.1.1. Uticaj turizma na društveni proizvod i nacionalni dohodak

Slika 1 prikazuje sve funkcije turizma (ekonomska, politička, zdravstvena, kulturno – obrazovna, socijalna i rekreativno – zabavna), kao i ekonomske funkcije turizma kao najznačajnije determinante ekonomskog rasta i razvoja nacionalnih ekonomija. Kao uslužna djelatnost, turizam se ne može smatrati stvaraoem društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka (kao npr. industrija ili poljoprivreda i ostale proizvodne djelatnosti), ali turistička potrošnja posredno i neposredno utiče na društveni proizvod i nacionalni dohodak. Posredno, na način što podstiče razvoj materijalne proizvodnje koje imaju ulogu dobaljača turističke privrede, dok neposredno utiče po osnovu prelijanja dohotka iz drugih zemalja preko prometa stranih turista. Na taj način vrši se direktno prelijanje inostrane akumulacije iz zemalja iz kojih turisti dolaze u turističke destinacije i privredu zemlje koju turisti posjećuju.

U teoriji se često pominje i razmatra uticaj turizma na teritorijalnu preraspodjelu društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka, kako u svjetskim okvirima, tako i u okviru konkretnih zemalja.<sup>3</sup>

U svjetskim okvirima turizam predstavlja značajan faktor prelijanja društvenog proizvoda iz privredno razvijenih zemalja u one sa nižim stepenom privredne razvijenosti, dovodeći na taj način do ravnomjernijeg razvoja proizvodnih snaga u svijetu. Osim toga, razvoj domaćeg turizma može doprinijeti ravnomjernijem razvoju regiona jedne države, obezbjeđujući prelijanje dohotka iz privredno razvijenih regiona u nerazvijene, ali sa razvijenom turističkom ponudom.

### 2.1.2. Uticaj turizma na brži razvoj nedovoljno razvijenih područja

Turizam je djelatnost koja može da pokrene razvoj nerazvijenih područja koja nije mogao pokrenuti industrijski razvoj. Pojedine zemlje uspjele su da se brže razvijaju zahvaljujući turizmu, kao pokretačkoj snazi njihovog bržeg razvoja. Kao primjer možemo navesti Italiju koja je dosta uložila u razvoj turizma na jugu države sa ciljem ubrzanja ukupnog privrednog razvoja zemlje, zatim Grčku koja je razvojem turizma na ostrvima unaprijedila njihov ekonomski rast.

### 2.1.3. Uticaj turizma na platni bilans

U stručnoj literaturi se često ističe da se uticaj turizma na nacionalnu ekonomiju najprije osjetio kroz platni bilans<sup>4</sup>, ta da je ovo jedna od njegovih najznačajnijih ekonomskih funkcija. Za značajne receptivne turističke zemlje, devizni priliv od turizma predstavlja najvažniju stavku prihoda u platnom bilansu. Ova vrsta deviznog priliva nije praćena izvozom roba preko granica, te se ova vrsta izvoza naziva i "nevidljivim izvozom" (invisible export). Umjesto izvoza dobara, riječ je o "uvozu" turista – potrošača čija potrošnja u destinaciji čini osnov deviznog priliva. Postoje brojne prednosti ovakve vrste izvoza u odnosu na klasični izvoz roba i usluga:

- Pojedine vrste roba koje ne mogu biti predmet razmjene u međunarodnoj trgovini, kao što su prirodne, kulturne ili socijalne atrakтивности zemlje, mogu biti valorizovane kroz turizam. One se indirektno "prodaju" turistima u obliku viših cijena za turističke proizvode.
- Pojedini proizvodi "izvezeni" su tako što su prodati stranim turistima koji su boravili na destinaciji (npr. boca vina ili neki drugi proizvod koji je na taj način prodat po višoj cijeni nego da je tradicionalno izvezen).
- Izvoz putem prodaje stranim turistima rezultira visokim profitom, jer su pored pomenutih viših cijena i troškovi niži (nema troškova transporta, osiguranja i sl.).

<sup>3</sup> Unković, S., Zečević, B. "Ekonomika turizma" Ekonomski fakultet Beograd, 2016.

<sup>4</sup> Platni bilans predstavlja sistemski pregled svih ekonomskih transakcija obavljenih između rezidenata neke zemlje sa ostatkom svijeta u određenom vremenskom periodu.

- Neki kvarljivi proizvodi (npr. poljoprivredni proizvodi), koji se prodaju turistima mogu da ne odgovaraju za izvoz zbog nedovoljne razvijenosti infrastrukture i upravljanja izvoznim tokovima.<sup>5</sup>

Uslijed pomenutih prednosti turizam se smatra kao relativno jeftin i lak način zarade deviza (ponekad i jedini način), neophodnih za razvoj države i društva. S obzirom da se danas mnoge države susreću sa problemom deficita platnog bilansa, međunarodni turizam može pomoći da se ovi problemi ublaže i doprinese obezbjeđenju finansijskih sredstava. Radi toga većina zemalja kroz atraktivnu turističku politiku stimuliše potrošnju stranih turista, utičući na taj način na uravnoteženje nepovoljnog platnog bilansa.

Osim uticaja na aktivnu platnog bilansa, turizam utiče u na njegovu pasivnu stranu i to preko izdataka stanovništva za putovanja u inostranstvo koja se mogu tretirati i kao "nevidljivi uzvoz". Svakako da je ovakav uticaj turizma na platni bilans izraženiji u grupi privredno razvijenijih zemalja u kojima izdaci za putovanja u inostranstvo brže rastu u odnosu na prosječni rast vrijednosti uvoza roba i usluga.

Uticaj turizma na platni bilans još je veći ukoliko se posmatra cijela turistička privreda sa svim industrijama i sektorima koji su povezani sa njom. U teoriji se ovaj ukupan doprinos turizma mjeri preko satelitskog bilansa turizma (Tourism Satellite Account – TSA), kojeg su otkrili stručnjaci WTO smatrajući da ovaj definitivno potvrđuje postojanje dosada neotkrivenih ekonomskih efekata turizma na privredu zemlje kao cjeline, koji se zahvaljujući njemu mogu locirati i izmjeriti.

#### 2.1.4. Uticaj turizma na zapošljavanje

Jedan od značajnijih benefita koje privreda jedne zemlje može imati od turizma, oslanja se na činjenicu da ova visoko radno-intenzivna djelatnost utiče na otvaranje velikog broja radnih mjesta, te na taj način doprinosi rješavanju gorućeg problema nezaposlenosti. Razvoj turizma određenog područja pruža značajnu mogućnost za direktno zapošljavanje u djelatnostima turističke privrede (smještaj, ishrana, saobraćaj), ali i u djelatnostima koje su posredno povezane sa turizmom i ostvaruju značajne koristi od turizma (trgovina, građevinarstvo, industrija, poljoprivreda).

Za razliku od drugih grana privrede, turizam održava visok stepen potrebe za radnom snagom, koji se zasniva prije svega na potrebi za radnom snagom u hotelijerstvu, ugostiteljstvu, maloprodaji i javnom prevozu. Okosnicu radne snage čine zaposleni na određeno vrijeme koji se angažuju kao pomoć za stalno zaposlene, pogotovo u vrijeme turističke sezone. Pojedina zanimanja u turizmu pogodna su za zapošljavanje ženske radne snage, koja u nekim razvijenim turističkim zemljama iznosi i do 70% ukupnog broja zaposlenih. Nadalje, turizam omogućava zapošljavanje lica raznih obrazovnih profila, od onih koji neposredno pružaju usluge i onih koji rade u različitim tehničko-tehnološkim procesima, do onih kreativnih kadrova koji kreiraju moderne turističke proizvode i bave se razvojnom politikom.

Ipak, uticaj turizma na zapošljavanje često predstavlja predmet kritike, koja se najčešće odnosi na činjenicu da je većina poslova u turizmu sezonskog karaktera i da je teže naći adekvatne profile stručnosti za zaposlenje, pa se u radni proces uključuju oni sa nižim kvalifikacijama (što objektivno može narušiti kvalitet ponude), kao i studenti i penzioneri koji ne mogu biti razmatrani kao dio radne populacije.

#### 2.1.5. Indirektni uticaji turizma

Finansijska sredstva koja strani turisti troše u određenoj destinaciji prouzrokuju razvoj djelatnosti koje su indirektno povezane sa turizmom. Industrija, građevinarstvo, poljoprivreda i ostale

djelatnosti preko turizma proširuju tržište za plasman vlastitih proizvoda (različiti industrijski proizvodi opskrbljuju turističke objekte, građevinarstvo učestvuje u njihovoj izgradnji, poljoprivredni proizvodi se koriste u ugostiteljskoj ponudi itd.).

Na ovaj način turistička potrošnja koju ostvaruju strani turisti i njihova finansijska sredstva imaju dodatne efekte na nacionalnu ekonomiju, cirkulišući kroz veći broj privrednih transakcija. Ova finansijska sredstva slivaju se u sve djelatnosti koje čine turizam složenim sistemom, kao i ostale djelatnosti koje su indirektno povezane sa turizmom. Svakako, što je država ekonomski razvijenija, odnosno što manje zavisi od uvoza roba neophodnih za proces reprodukcije u turizmu, to su finansijski efekti veći.

#### 2.1.6. Multiplikativni uticaji turizma

Jedan od glavnih načina na koji razvoj turizma može uticati na ekonomski rast, međusobnu povezanost domaćih privrednih subjekata i akumulaciju profita je tzv. "multiplikativni uticaj". Multiplikatori pokušavaju da izmjere uticaj količine novca potrošene u turizmu na domaću privredu, prateći način na koji se ona reinvestira i kruži u domaćim okvirima.

Riječ je o efektu na koji uticaj ima potrošnja stranih turista, pošto rezultira prelivanjem nacionalnog dohotka iz inostranstva u konkretnu turističku zemlju. Multiplikovani uticaj turizma zasniva se na činjenici da sredstva turističke potrošnje nakon svoje osnovne cirkulacije, nastavlja da cirkulišu u privredi i time utiču na ukupne privredne aktivnosti u zemlji, sve do momenta kada kroz uvoz, putovanja domaćeg stanovništva u inostranstvo, ili štednjom, ponovo ne "isteknu iz krivotoka" nacionalne privrede.

Najobuhvatniji prikaz multiplikativnog uticaja turizma na privredu dao je H.G. Clemente u svojoj studiji "The Future of Tourism in the Pacific and Far East", izučavajući ovu teoriju na primeru zemalja Pacifika i Dalekog Istoka. Prema teoriji multiplikatora u oblasti turizma jedan dolar potrošnje stranih turista u toku jedne godine se multiplicira u "krivotoku" nacionalne privrede i postaje vrijednost od 3,2 USD. Dakle, koeficijent multiplikacije pokazuje broj obrta primljenog novca od stranih turista u toku jedne godine i on je na ovom primeru (privreda zemalja Pacifika i Dalekog Istoka) iznosio 3,2.

Skala uticaja multiplikatora varira u zavisnosti od nivoa razvoja same ekonomije, tipa turizma i obima do kojeg privreda može iz domaćih izvora da pokrije potrebe turizma i, prema tome, obim do kojeg se odliv kapitala može minimizirati. Kod razvijenijih zemalja, vrijednost ovog parametra je u najvećem broju slučajeva velika - dok je situacija suprotna kod slabije razvijenih zemalja.

I pored toga što u teoriji postoji visok stepen saglasnosti oko pozitivnih ekonomskih efekata turizma na privredu i njegovog uticaja na privredni razvoj, postoje teoretičari koji upozoravaju i dovode u pitanje ovakva mišljenja.<sup>6</sup>

#### 2.2. Neekonomske funkcije turizma

Neekonomske, odnosno društvene funkcije turizma doprinose humanističkim vrijednostima turizma. Mogu se podijeliti na: zdravstvenu funkciju, zabavnu funkciju, kulturnu funkciju, socijalnu i političku funkciju turizma.

*Zdravstvena funkcija* turizma jedna je od izuzetno važnih funkcija turizma, koja se ogleda u oblasti zaštite i očuvanja zdravlja, kao i liječenja stanovništva. Sama činjenica o pozitivnom uticaju turizma na zdravlje ljudi ima i povratno djelovanje, jer zdravstveni motivi

<sup>6</sup> R. Erbes., I. Antunac, R. Lawson, G. Menges, J.A. Bodlender su teoretičari koji smatraju da je vladajuće mišljenje o posebnim privrednim efektima potrošnje stranih turista za privredu zemlje koju turisti posećuju pretjerano, te da su preterane ocjene o značaju i efektima međunarodnog turizma u privredi posjećene zemlje.

<sup>5</sup> Sharpley, R., Tefler, D.J., *Tourism and Development- Concepts and Issues*, Cromwell Press Ltd., 2004, str. 93

postaju primarni u turističkim putovanjima i na temelju takve motivacije nastaje specifičan oblik turizma – zdravstveni turizam. Ova vrsta turizma veže se za mjesta i područja sa povoljnom klimom, termalne ljekovite vode i ostale prirodne agense koji pozitivno utiču na zdravlje ljudi. U savremenom turizmu javlja se termin medicinski turizam kao dio zdravstvenog turizma, kao i zdravstveno-preventivni turizam koji sadrži programe od strane stručnjaka radi zaštite, odnosno prevencije bolesti. U svijetu ovi programi su poznati pod kraticom MPAO – medicinski programirani aktivni odmor.<sup>7</sup>

*Zabavna i kulturna funkcija* zauzimaju važnu ulogu u psihičkoj rekreaciji turista. Sadrži turističke ponude iz oblasti zabave, razonode i kulture čine boravak još ugodnijim i sadržajnijim, što doprinosi potpunijem zadovoljenju potreba turista. Umjetnost, istorija i kultura predstavljaju važne motive za putovanja savremenih turista koji posjećuju određene destinacije u kojima kulturne atrakcije postaju privlačna i promotivna snaga destinacije. Osim toga različite vrste događaja (event tourism), manifestacija, sajmova, izložbi, koncerata i ostalih kulturnih dešavanja postaju glavni pokretač turističke tražnje.

*Socijalna funkcija* turizma utiče na smanjenje razlika između pojedinih ljudskih skupina, klasa, naroda i rasa. Turistička kretanja obezbjeđuju mogućnost kontaktiranja među ljudima, upoznavanje različitih kultura, jezika i običaja, ideologije, privrednih i ostalih dostignuća, što u kretnjem rezultira međusobnom toleranciji. Oppenheimer je prikazao turizam kao pojavu koja doprinosi procesu "prožimanja kultura u međusobnom razumijevanju ljudi"<sup>8</sup>, da bi takva teza kasnije prerasla u krilaticu "Mir u svijetu kroz putovanje svijetom". Ovo praktično znači da turisti - putnici grade imaginarne mostove na globalnom nivou i time eliminišu granice. Pojedine države razvijaju podsticajne mjere za razvoj tzv. socijalnog turizma, čije je osnovno obilježje da njegovi sudionici ne snose cjelokupne troškove odmora, već to čini država ili kompanija.

*Politička funkcija* turizma ogleda se u tome što turizam doprinosi miru i raumevanju među ljudima. Turizam kao "ambasador mira" briše granice i spaja ljude". Pozitivnim političkim i diplomatskim odnosima stvara se pozitivna slika između sudionika, ali i pozitivna slika samih država. Brišu se granice netrpeljivosti čime se postiže mir koji ohrabruje turiste na turistička kretanja. Sa druge strane, nepeti odnosi izazivaju negativne posljedice kao što su ratni sukobi, pljačke, ustanci, protesti, štrajkovi i slično, što budi strah kod turista i preusmjerava ih na druge destinacije.

Razvoj turizma, osim što aktivira postojeće resurse (npr. prirodne pogodnosti), zapošljava i radnu snagu koja ostaje na određenom području (destinaciji). Dakle, teritorija je pokrivena stanovništvom, infrastrukturom – putevima, aerodromima, željezničkim prugama, što ima posebnu ulogu i značaj u odbrambenoj sposobnosti zemlje.

### 3. Slika turizma Bosne i Hercegovine

Iako raspolaže ogromnim potencijalima za razvoj, turizam u Bosni i Hercegovini se nalazi u početnoj fazi razvoja. Tokom 2015. godine, Bosnu i Hercegovinu je posjetilo 1.029.000 turista, što je za 21,5% više u odnosu na prethodnu godinu. U istom periodu realizovano je 2.143.118 noćenja, što je više za 25,2% nego 2014. godine.<sup>9</sup>

Prema vrsti smještajnog objekta najveći broj noćenja je ostvaren u hotelima sa učešćem od 93,2%.

Strani turisti čine većinu u BiH, posmatrano po broju dolazaka, a i po ostvarenim noćenjima. U 2015. godini strani turisti ostvarili su

678.271 dolazaka, što je za 26,5% više nego prethodne godine. Istovremeno ostvareno je 1.425.761 noćenja ili 31% više nego 2014. godine. U ukupno ostvarenom broju dolazaka učešće stranih turista je 65,9%, dok je učešće stranih turista u ukupnom broju noćenja 66,5%.<sup>10</sup>

Posmatrajući dužinu boravka stranih turista u BiH, na prvom mjestu je Malta sa prosječnim zadržavanjem od 5,7 noći, zatim Južnoafrička Republika sa 4,2 noći, Kuvajt sa 3,3 noći, Francuska sa 3,1 noći i Letonija sa 3,0 noći.<sup>11</sup>

U strukturi noćenja stranih turista najviše noćenja u 2015. godini ostvarili su turisti iz Hrvatske (13,2%), Srbije (9,7%), Italije (8,6%), Turske (8,5%), Slovenije (6,0%), Poljske (5,0%) i Njemačke (3,7%), što ukupno čini 54,7%. Turisti iz ostalih zemalja ostvarili su 45,3% noćenja.<sup>12</sup>

Poseban značaj za razvoj turizma BiH ima devizni priliv i prihod od stranih turista, zbog činjenice da blagostanje u BiH u uslovima valutnog odbora (Currency board) primarno zavisi od bilansa transakcija privrede sa inostranstvom. Sa rastućim učešćem stranih turista, turizam stvara fenomen "nevidljivog izvoza" u kome strani turisti koriste domaće proizvode u BiH.

Domaći turisti su ostvarili 350.729 dolazaka u BiH tokom 2015. godine, što je za 13,1% više nego prethodne godine. Učešće domaćih turista u ukupnom broju dolazaka je 34,1%. Domaći turisti su realizovali 717.357 noćenja, što je za 15,1% povećanje u odnosu na 2014. godinu. Učešće u ukupnom broju noćenja domaćih turista je 33,5%.<sup>13</sup>

*Republiku Srpsku* je tokom 2015. godine posjetilo 294.781 turista koji su ostvarili 686.944 noćenja. Posmatrano u odnosu na prethodnu godinu, broj dolazaka turista veći je za 13,3%, a noćenja za 14,7%. Od ukupnog broja turista, 158.571 domaćih gostiju ostvarilo je 366.761 noćenja, dok je 136.210 stranih turista ostvarilo 320.183 noćenja.<sup>14</sup>

Domaći turisti su najviše noćenja realizovali u banjama (38,8%), dok su strani turisti najviše noćenja ostvarili u tzv. ostalim turističkim mjestima (48,5%), što praktično znači da je riječ o gradskom turizmu.<sup>15</sup>

Republika Srpska turistički je nerazvijen prostor i zaostaje za svim zemljama u okruženju.<sup>16</sup> Učešće turizma u BDP Republike Srpske kreće se ispod 1%. Turistička privreda pokazuje neodgovarajuću kadrovsku strukturu zaposlenih, u kome je učešće visokoobrazovnog kadra manje od 15%, a učešće zaposlenih u turizmu u ukupnom broju zaposlenih je 4,7%. Evidentna je zastarjela i nefunkcionalna turistička infrastruktura i suprastruktura, vidan nedostatak hotela visoke kategorije sa prestižnijim smještajnim kapacitetima i dodatnom turističkom ponudom.

Posmatrajući broj noćenja po stanovniku, Republika Srpska zaostaje za turizmom Evrope 15 puta, učešće turizma u BDP manje je za 13 puta, boravak turista kraći je 4 puta, dok je iskorištenost smještajnih kapaciteta 2,5 puta manja.<sup>17</sup>

Svi navedeni i ostali problemi razvoja turizma Republike Srpske uslovljeni su uticajima nepovoljne socio ekonomske strukture, ekonomskih uslova razvoja, nepovoljnih političkih procesa i lošeg imidža na turističkom tržištu.

### 4. Perspektive razvoja turizma u Bosni i Hercegovini

<sup>10</sup> Isto, str.2

<sup>11</sup> Isto, str. 2-4

<sup>12</sup> Isto, str. 2-4

<sup>13</sup> Isto, str.2

<sup>14</sup> Republički zavod za statistiku Republike Srpske, *Bilten br. 12*, Banja Luka, 2016, str.7

<sup>15</sup> Isto, str.8

<sup>16</sup> Strategija razvoja turizma Republike Srpske za period 2011-2020.godine, Vlada RS, Banja Luka, 2011. str. 175

<sup>17</sup> Isto, str. 8 i 9.

<sup>7</sup> Bartoluci, M., Čavlek, N. Kesar, O., Prebežac, D. "Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav", Školska knjiga Zagreb, 2011, str. 297

<sup>8</sup> Keča, K., Vukonić, B. "Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci", Zagreb, 2001, str. 171

<sup>9</sup> Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Statistika turizma "Saopćenje" broj 12, Sarajevo 22.02.2016. str. 2

Imajući u vidu da je turizam brzo rastuća privredna grana koja doprinosi rastu bruto proizvoda, zapošljavanja i investicija, odnosno ukupnom privrednom razvoju, u nizu dokumenata ističe se značaj i uloga turizma u BiH, odnosno njenim entitetima.

Tako Strategija razvoja turizma Republike Srpske za period 2011-2020. godine i Strategija razvoja turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine u razdoblju 2008-2018. godina<sup>18</sup>, kao i usvojene Ekonomske politike entitetskih vlada, predstavljaju značajne dokumente za nosioce turističke politike.

Osnovni ciljevi Strategije razvoja turizma Republike Srpske su unapređenje konkurentnosti i rast obima turističkog prometa, veće učešće turizma u BDP, veći devizni priliv, rast zaposlenosti, opšti napredak u socioekonomskom razvoju (poboljšanje kvaliteta života), dugoročna zaštita prirodnog i kulturnog naslijeđa, te zaštita turističkih potrošača.

Strategijom su definisani prioritetni oblici turizma:

- Seoski i ruralni turizam
- Planinski turizam
- Tranzitni turizam
- Vjerski turizam
- Turizam gradova
- Banjski turizam.

Ovom Strategijom su takođe su navedena četiri osnovna strateška cilja:

1. Poboljšanje kvaliteta turističkog proizvoda
2. Poboljšanje uslova razvoja turizma
3. Povećanje obima turističkog prometa
4. Unapređenje turističkog proizvoda baziranog na održivom razvoju.

U narednom periodu Republika Srpska treba da obezbijedi nove investicije u razvoj turističkih kapaciteta, infrastrukture, ljudskih resursa i informacionih tehnologija i razvoj preduzetništva, te na osnovu toga postane prepoznatljiva turistička destinacija sa integralnim i kvalitetnim turističkim proizvodom. Savremeni trendovi na turističkom tržištu u prvi plan stavljaju sve veću tražnju za posebnim vidovima turizma, zasnovanim na vrednovanju očuvane prirodne sredine, posebnih prirodnih i antropogenih vrijednosti.

Sve pomenuto direktno je povezano sa aktivnostima na stvaranju turističkog imidža Republike Srpske i unapređenjem marketinških sadržaja koji zadovoljavaju potrebe savremenih turista, koji očekuju nova iskustva, saznanja i užitke. Turistička promocija uz korišćenje svih instrumenata promocijskog marketinga postaje faktor od ključnog značaja za integrisani razvoj turizma Republike Srpske i BiH. Sa ciljem pospješivanja plasmana turističke destinacije neophodna je kvalitetna promotivna aktivnost, prije svega kroz intenzivniji nastup integrisanog turističkog proizvoda kroz opštu turističku propagandu.<sup>19</sup> Osim toga, realizacija strategijama zacrtanih obima i strukture ulaganja zahtijevaće velike napore na promociji novih oblika finansiranja ulaganja u turizam, posebno u sferi javnih i privatnih investicija, odnosno razvoju javno-privatnog partnerstva. Ovo podrazumijeva unapređenje prostornog planiranja, te izradu master planova uređenja turističkih destinacija i uređenja mikro lokacija.

### Zaključak

Pokazatelji razvoja turizma mogu se posmatrati kroz ekonomsku, geografsku, sociološku, psihološku, envajromentalističku,

biheviorističku sferu, te kao takav, turizam "zaseca u sve pore privrednog u društvenog života".<sup>20</sup>

Posmatrajući turizam u svjetlu društvenih i ekonomskih efekata, a prije svega u odnosu na brojnost učesnika turističkih putovanja kako u domaćim, tako i u međunarodnim razmjerama, može se reći da se turizam nalazi u procesu neprestanih i snažnih promjena.

Međunarodni turizam odigrao je značajnu ulogu u privrednom razvoju velikog broja zemalja u svijetu i bio jedan od odlučujućih razloga što su turističke zemlje, putem raznih instrumenata ekonomske i turističke politike, stimulisale razvoj turizma motivisane ekonomskim pobudama.

Turizam ima važnu i pozitivnu ulogu u društveno-ekonomskom razvoju mnogih zemalja doprinoseći kulturnoj razmjeni, unapređivanju međunarodnih odnosa i miru u svijetu. Sa druge strane, mnoge nade koje su bile usmjerene ka turizmu kao zamajcu privrednog razvoja su iznevjerene, dok je veliki broj destinacija iskusio negativne posljedice razvoja turizma po životnu sredinu, kulturu i društvo, dovodeći u pitanje svrsishodnost tretiranja turizma kao razvojne opcije.<sup>21</sup> Polazeći od navedenog, nosioci ekonomske i turističke politike zemalja koje imaju potencijala za razvoj turizma i žele da ga iskoriste za brži privredni razvoj (među kojima je i Bosna i Hercegovina), moraju imati u vidu sljedeće:

- Odnos turizma i privrednog razvoja karakteriše visok stepen korelacije, te se turizam zbog svojih pozitivnih efekata na cjelokupnu privrednu aktivnost može iskoristiti kao faktor privrednog razvoja, konkretno preko uticaja turističke potrošnje i ulaganja u turizam.
- Efikasnije korištenje turističkih potencijala ne može se postići samo posjedovanjem prirodnih pretpostavki za bavljenje turizmom, nego zahtijeva i određena ulaganja u infrastrukturu, objekte, kadrove itd.
- Nije poželjno da se privredni razvoj bilo koje zemlje zasniva samo na jednoj djelatnosti i jednostranoj ekonomskoj orijentaciji, bez obzira na raspoložive resurse.
- Imajući u vidu nizak nivo konkurentnosti BiH turizma, neophodno je nove tendencije savremenog turizma i globalizacijske procese u turizmu iskoristiti kao priliku na putu integrisanja u evropske i svjetske turističke tokove. U tom smislu značajna uloga je na nosiocima turističke politike, prije svega resornim ministarstvima i Turističkim organizacijama.
- Zajedničkim naporima stručnjaka iz resornih ministarstava, turističkih organizacija, Akademске zajednice, raditi na izradi realnih projekata iz oblasti turizma, koji bi se kandidovali preko predpristupnih fondova Evropske Unije.

### LITERATURA

- **Knjiga**
- Bakić, O. (1996): *Upravljanje marketingom u poslovnoj i turističkoj politici*, Čigoja Beograd,
- Bartoluci, M., Čavlek, N. Kesar, O., Prebežac, D. (2011): *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga Zagreb,
- Dobre, R. (2005): *Počela turizma*, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik,
- Keča, K., Vukonić, B. (2001): *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*, Zagreb,
- Popesku, J.(2013): *Marketing u turizmu i hotelijerstvu*, Univerzitet Singidunum Beograd,
- Sharpely, R., Tefler, D.J. (2004): *Tourism and Development- Concepts and Issues*, Cromwell Press Ltd,

<sup>18</sup> Strategija razvoja turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine u razdoblju 2008-2018, Ekonomski fakultet u Rijeci, Inženjerski biro, 2008.

<sup>19</sup> Vujić, T. "Strategija promocije turističke destinacije", Zbornik radova sa 1. Naučnog skupa sa međunarodni učešćem Sinergija 2009, Univerzitet Sinergija Bijeljina, 2009, str. 276

<sup>20</sup> Bakić, O. "Upravljanje marketingom u poslovnoj i turističkoj politici", Čigoja Beograd, 1996. str. 77

<sup>21</sup> Popesku, J. "Marketing u turizmu i hotelijerstvu", Univerzitet Singidunum Beograd, 2013. str. 224

- Theobald, W.F. (2004): *Global tourism*, Elsevier, Amsterdam,
- Unković, S., Zečević, B. (2016): *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet Beograd,
- Vujić, T. (2009): *Strategija promocije turističke destinacije*, Zbornik radova sa 1. Naučnog skupa sa međunarodni učešćem Sinergija 2009, Univerzitet Sinergija Bijeljina.
- **Izvor sa Interneta**
- Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Statistika turizma "Saopćenje" broj 12, Sarajevo 22.02.2016. , [www.bhas.ba](http://www.bhas.ba), datum posjete 18.08.2016.
- 
- Republički zavod za statistiku Republike Srpske, *Bilten br. 12*, Banja Luka, 2016, datum posjete 04.10.2016.
- UNWTO Tourism Highlists 2016 Edition, [www.unwto.org](http://www.unwto.org), datum posjete 16.08.2016.
- **Ostalo**
- *Strategija razvoja turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine u razdoblju 2008-2018*, Ekonomski fakultet u Rijeci, Inženjerski biro, 2008.
- *Strategija razvoja turizma Republike Srpske za period 2011-2020. godine*, Vlada RS, Banja Luka, 2011.