



Национални парк „Уна“ ([www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com))

# **СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА ТУРИЗМА ФЕДЕРАЦИЈЕ БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ 2022-2027.**

АПРИЛ 2022.

Предлагач Стратегије је Федерално министарство околишаи туризма. Припремљено у сарадњи с УСАИД Босна и Херцеговина - УСАИД-овим пројектом развоја одрживог туризма у Босни и Херцеговини (Туризам).

Партнери у име Федерације БиХ:

Федерални завод за програмирање развоја Федерације БиХ,

Привредна комора Федерације БиХ,

Гендер центар Федерације Босне и Херцеговине,

Министарство привреде Унско-санског кантона,

Министарство трговине, туризма и саобраћаја Тузланског кантона,

Министарство привреде Зеничко-добојског кантона,

Министарство привреде Кантона Сарајево,

Министарство привреде Босанско-подрињског кантона,

Министарство привреде Средњобосанског кантона,

Министарство привреде, рада и просторног уређења Посавског Кантона,

Министарство трговине, туризма и заштите животне средине Херцеговачко-неретванског кантона Министарство привреде Западнохерцеговачког кантона

Министарство привреде Кантона 10,

Савез општина и градова ФБиХ.

НАПОМЕНА:

Ставови аутора изражених у овој публикацији не одражавају нужно ставове „Америчке агенције за међународни развој“ или Владе Сједињених Америчких Држава.

## САДРЖАЈ

<b>I. УВОД.....</b>	<b>8</b>
ОПИС ИЗРАДЕ СТРАТЕГИЈЕ.....	11
<b>II. СТРАТЕШКА ПЛАТФОРМА .....</b>	<b>15</b>
РАЗУМИЈЕВАЊЕ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА И ИСКУСТАВА ФБИХ.....	36
Ланац вриједности туристичког производа ФБиХ и приоритети развоја .....	36
ТРОСТРАНИ ПРИСТУП РАЗВОЈУ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА ....	39
ИЗГЛЕДНА МОГУЋНОСТ: УНОСАН СЕГМЕНТ ПОСЛОВНИХ ПУТОВАЊА.....	42
ПРЕДЛОЖЕНИ ТУРИСТИЧКИ КЛАСТЕРИ.....	43
ПРЕГЛЕД ГАСТРОНОМСКЕ ПОНУДЕ И МАНИФЕСТАЦИЈА .....	58
ГЛОБАЛНИ ТРЕНДОВИ НА КОЈИМА СЕ ЗАСНИВА СТРАТЕШКИ ПРИСТУП .....	62
ПРЕГЛЕД ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА.....	67
СТРАТЕГИЈА ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА ФБИХ.....	70
ПРЕГЛЕД ПОТРЕБА РАЗВОЈА ЉУДСКИХ РЕСУРСА У ФБИХ.....	76
Структура туристичке индустрије и број запослених ангажованих у туризму .....	77
Понуда и потражња за људским ресурсима – анализа недостатака	78
ПРЕМОШЋАВАЊЕ ЈАЗА У ЉУДСКИМ РЕСУРСИМА .....	78
РЈЕШАВАЊЕ ПРОБЛЕМА НЕДОСТАТКА ВЈЕШТИНА И ЗНАЊА.....	79
ОСВРТ НА СТАЊЕ ЉУДСКИХ РЕСУРСА У ФБИХ, ПО КАНТОНИМА.....	79
ОСНОВНИ ИЗАЗОВИ ЗА РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА У ТУРИЗМУ .....	81
ПРЕГЛЕД ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА.....	84
ГЛАВНИ ИЗАЗОВИ ЗА ПОДСТИЦАЈНО ОКРУЖЕЊЕ ЗА ОДРЖИВИ РАСТ ТУРИЗМА КОЈЕ СУ УОЧИЛИ ГЛАВНИ АКТЕРИ У ТУРИЗМУ.	88
СТРАТЕШКИ ОКВИР: ВИЗИЈА, МИСИЈА, СТРАТЕШКИ ЦИЉЕВИ И ИНТЕРЕСИ.....	94
<b>III. ПРИОРИТЕТИ И МЈЕРЕ.....</b>	<b>96</b>
<b>IV. ПРИОРИТЕТ 1: РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА .....</b>	<b>97</b>
ВОДЕЋИ ПРИНЦИПИ ЗА РАЗВОЈ ПРОИЗВОДА .....	97
ЦИЉЕВИ РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА ФБИХ .....	97
МЈЕРЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА .....	99

МЈЕРА 1.1. ПРОШИРЕЊЕ ПОНУДЕ СМЈЕШТАЈНИХ КАПАЦИТЕТА.....	99
МЈЕРА 1.2. ИСКОРИШЋАВАЊЕ ГЛАВНИХ ТУРИСТИЧКИХ РЕСУРСА У ФБИХ .....	102
МЈЕРА 1.3. ТРАНСФОРМИСАЊЕ И ПРОМОВИСАЊЕ МУЗЕЈА И ДРУГИХ ИНСТИТУЦИЈА КУЛТУРЕ КАО ИСТАКНУТЕ ДОЖИВЉАЈЕ КУЛТУРЕ	103
МЈЕРА 1.4. РАЗВИЈАЊЕ И ДИВЕРСИФИКАЦИЈА АВАНТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА И ИСКУСТАВА.....	104
МЈЕРА 1.5. РАЗВИЈАЊЕ И ДИВЕРСИФИКОВАЊЕ ПОНУДЕ ЗДРАВСТВЕНОГ И ПОСЕБНО БАЊСКОГ ТУРИЗМА.....	105
МЈЕРА 1.6. РАЗВИЈАЊЕ РАЗНОВРСНИХ ПРОИЗВОДА И ОСМИШЉАЊЕ ИСКУСТАВА У ОКВИРУ РУРАЛНОГ ТУРИЗМА.....	106
МЈЕРА 1.7. ПОБОЉШАЊЕ ПОНУДЕ ЗАСНОВАНЕ НА ВЈЕРСКИМ ИСКУСТВИМА И ДОЖИВЉАЈИМА .....	107
МЈЕРА 1.8. ПОБОЉШАЊЕ ПРИВЛАЧНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ КРОЗ ИНТЕГРАЦИЈУ АУТЕНТИЧНЕ ГАСТРОНОМСКЕ, ВИНСКЕ И ЗАНАТЛИЈСКЕ ПОНУДЕ У ТУРИСТИЧКИ ЛАНАЦ ВРИЈЕДНОСТИ	108
МЈЕРА 1.9. ИСКОРИШЋАВАЊЕ ПОНУДЕ ДОГАЂАЈА И МАНИФЕСТАЦИЈА .....	110
<b>V ПРИОРИТЕТ 2: РАЗВОЈ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА.....</b>	<b>113</b>
ЦИЉЕВИ И РЕЗУЛТАТИ МАРКЕТИНШКЕ СТРАТЕГИЈЕ .....	113
МЈЕРЕ ЗА УНАПРЕЂЕЊЕ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА.....	114
МЈЕРА 2.1. ПОВЕЋАЊЕ ПРИВЛАЧНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ .....	114
МЈЕРА 2.2. ПОВЕЋАЊЕ ПОТРАЖЊЕ И ПОТРОШЊЕ.....	116
МЈЕРА 2.3. РАВНОМЈЕРАН ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ И СМАЊЕЊЕ СЕЗОНАЛНОСТИ.....	120
МЈЕРА 2.4 ДИГИТАЛИЗАЦИЈА СЕКТОРА ТУРИЗМА .....	121
<b>VI ПРИОРИТЕТ 3: РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА .....</b>	<b>123</b>
МЈЕРЕ ЗА РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА.....	124
МЈЕРА 3.1. ПОВЕЋАЊЕ БРОЈА КВАЛИФИКОВАНИХ КАДРОВА КРОЗ ОБУКУ И ОБРАЗОВАЊЕ.....	124
МЈЕРА 3.2. УСАВРШАВАЊЕ ПОСТОЈЕЋИХ КАДРОВА ПУТЕМ ФОРМАЛНОГ И НЕФОРМАЛНОГ ОБРАЗОВАЊА И ОБУКЕ НА РАДНОМ МЈЕСТУ .....	129
<b>VII ПРИОРИТЕТ 4: УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА ОДРЖИВИ РАСТ .....</b>	<b>134</b>
МЈЕРЕ И АКТИВНОСТИ ЗА УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА.....	134

МЈЕРА 4.1. ПОБОЉШАЊЕ ПРИСТУПАЧНОСТИ, МОГУЋНОСТИ ПРЕВОЗА И УСЛУГА ПОСЈЕТИОЦИМА, ТЕ РАЗВИЈАЊЕ МОДЕРНЕ ТУРИСТИЧКЕ ИНФРАСТРУКТУРЕ .....	135
МЈЕРА 4.2. УНАПРЕЂЕЊЕ ПРАВНОГ И РЕГУЛАТОРНОГ ОКВИРА КАКО БИ СЕ ОМОГУЋИЛА КОНКУРЕНТНОСТ ИНДУСТРИЈЕ ТУРИЗМА И ОДРЖИВИ РАСТ И КРЕИРАЛА ПОЛИТИКА ЗАСНОВАНА НА КВАЛИТЕТНИМ ПОДАЦИМА (СТАТИСТИКА, ИСТРАЖИВАЊЕ И АНАЛИЗА ПОДАТАКА) .....	139
МЈЕРА 4.3. УСПОСТАВЉАЊЕ ПРИМЈЕНЕ ЕКОЛОШКИХ ПРИНЦИПА ОДРЖИВОСТИ У ТУРИЗМУ .....	142
МЈЕРА 4.4. ПОВЕЋАЊЕ ОБИМА ИНВЕСТИЦИЈА И УНАПРЕЂЕЊЕ ПРИСТУПА ФИНАНСИЈАМА .....	147
МЈЕРА 4.5. ПОДИЗАЊЕ СВИЈЕСТИ О ВАЖНОСТИ ТУРИЗМА ....	151
<b>VIII СПРОВОЂЕЊЕ, ПРАЋЕЊЕ, ИЗВЈЕШТАВАЊЕ И ЕВАЛУАЦИЈА СТРАТЕГИЈЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА .....</b>	<b>153</b>
<b>IX ПРИЛОЗИ .....</b>	<b>157</b>
ПРИЛОГ 1) ИНДИКАТИВНИ ФИНАНСИЈСКИ ОКВИР .....	157
ПРИЛОГ 2) САЖЕТИ ПРЕГЛЕД СТРАТЕШКОГ ДОКУМЕНТА.....	161
ПРИЛОГ 3) ПРЕГЛЕД НАЈВАЖНИЈИХ АКТИВНОСТИ И ПРОЈЕКТА РАЗВОЈА.....	166
ПРИЛОГ 4) ВЕЗА С КАНТОНАЛНИМ СТРАТЕГИЈАМА РАЗВОЈА	209
Прилог 5.....	217

## Листа скраћеница

АТТА	Удружење авантуристичког туризма
КМ	Конвертибилна марка Босне и Херцеговине
БДП	Бруто домаћи производ
БиХ	Босна и Херцеговина
БПК	Босанско-подрињски кантон Горажде
Б2Б	Однос између привредних субјеката
Б2Ц	Однос пословних субјеката и њихових клијената
Ц-ДММО	Организација за маркетинг и управљање дестинацијом на нивоу кластера
ДМО	Организација за маркетинг дестинације/дестинацијски маркетинг
ФАМ	( <i>Familiarization trip</i> ) Путовање за упознавање дестинације
ФБиХ	Федерација Босне и Херцеговине
ФИТ	Самостални путници
ФИПА	Агенција за унапређење страних инвестиција у Босни и Херцеговини
ФМОиТ	Федерално министарство околиша и туризма
ФЗО	Федерални фонд за заштиту животне средине
ФСА	Агенција за сигурност хране БиХ
ГЦАП	Акциони план за зелене градове
ГСТЦ	Глобални савјет за одрживи туризам
Х&С	Примарни и секундарни центри/дестинације
ЛИ	Лица с инвалидитетом
КС	Кантон Сарајево
ММСП	Микро, мала и средња предузећа
НВО	Невладина организација
НП „Уна“	Национални парк „Уна“
ОЕЦД	Организација за економску сарадњу и развој
ОТА	Путничке агенције без пословног простора које раде путем интернета
ПДО	Заштићена ознака поријекла
ПГИ	Заштићена ознака географског поријекла
ПК ФБиХ	Привредна/Господарска комора Федерације Босне и Херцеговине
ПК	Посавски кантон
ПТП	Путеви ка професионализму
РС	Република Српска
РТ	Особе које путују из вјерских разлога
СБК	Средњобосански кантон
СЕ	Препознатљива искуства
ТЦЦ	Коалиција за конкурентност туризма
ТДЦс	Утврђени туристички кластери
ТК	Тузлански кантон
ТСА	Сателитски рачун туризма
ТСГ	Гарантовано традиционални специјалитет
ТТЦИ	Индекс конкурентности туризма и путовања
ТЗ КС	Туристичка заједница Кантона Сарајево

УН Уједињене нације  
 Унеско Организација Уједињених нација за образовање,  
 науку и културу  
 УНЕП Програм Уједињених нација за заштиту животне средине  
 UNWTO Свјетска туристичка организација Уједињених нација  
 УСАИД Агенција Сједињених Америчких Држава за међународни  
 развој  
 УСК Унско - сански кантон  
 ЗХК Западнохерцеговачки кантон  
 ЗДК Зеничко - добојски кантон  
 ХНК Херцеговачко - неретвански кантон  
 К10 Кантон 10  
 WEF Свјетски економски форум

### Листа табела

Табела 1. Географске координате екстремних тачака територије ФБиХ.....	16
Табела 2. Број становника по кантонима .....	19
Табела 3. Број становника по годинама и сполној структури .....	19
Табела 4. Демографска статистика.....	20
Табела 5. Туристичка статистика БиХ за 2018–2020 .....	24
Табела 6. Туристичка потрошња унутар БиХ за 2015-2019 (USD мил) .....	25
Табела 7. Туристичка статистика ФБиХ за 2018-2020.....	26
Табела 8. Пресјек главних међународних тржишта.....	27
Табела 9. Распоживи капацитети (лежаја) у туризму ФБиХ.....	28
Табела 10. Број посјета у периоду 2018-2020. године.....	29
Табела 11. Број путника 2018-2021 на аеродромима у ФБиХ ( *јануар- септембар).....	29
Табела 12. Приоритети за ланац вриједности туристичких производа .....	37
Табела 13. Преглед манифестација .....	58
Табела 14. Преглед образовних институција које нуде програме релевантне за туризам и угоститељство .....	80
Табела 15. Понуда средњошколских стручних и техничких програма за туризам у ФБиХ .....	81
Табела 16. Мјере за развој људских ресурса.....	83
Табела 17. Веза са кантоналним стратегијама.....	209



## I. УВОД

### Преглед

Туризам у Федерацији Босне и Херцеговине (ФБиХ) један је од најперспективнијих сектора економије који је током протеклих пет година биљежио значајан раст и имао користи од растућег глобалног туристичког тржишта и већег броја туриста који су долазили у Босну у Херцеговину (БиХ). Заснован на културним и историјским добрима и нетакнутој природи, авантуристички, вјерски, здравствени, рурални и културни туризам је током протекле деценије довео до већег броја посјета туриста и разноврснијих туристичких модела и тако обезбиједио низ различитих друштвено-економских погодности, укључујући нова радна мјеста, привлачење страних инвестиција, промоцију предузетништва и подстицање улагања у инфраструктуру.

Својом нетакнутом природом, изврсном гастрономском понудом те богатим културним и историјским наслеђем, Федерација БиХ може се похвалити неким од драгуља Босне и Херцеговине и Западног Балкана. Разноликост и број дестинација те природне атракције нуде посебна и узбудљива искуства која могу подстаћи долазак већег броја туриста и повећати улагања. Период од 2022. до 2027. године обиљежава нову фазу развоја туризма чврсто заснованог на принципима одрживости којима се промовише одговоран и свеобухватан раст.

### Приступ развоју одрживог туризма

Развој туризма у Федерацији БиХ водиће се идејом заштите животне средине и биће усмјерен на људе с циљем повећања туристичких ресурса у корист локалног становништва. То ће се остварити одговарајућим коришћењем трендова на локалним, регионалним и међународним тржиштима, при чему ће се употријебити оно што је највредније, а то је срдечно и гостољубиво становништво, нетакнута природа, културно-историјско наслеђе и геостратешки положај у близини неких од најважнијих европских емитивних туристичких тржишта.

С циљем израде Стратегије развоја туризма Федерације БиХ која ће одражавати потребе дестинације, Федерално министарство околишаи туризма (ФМОиТ) у сарадњи с УСАИД-овим Пројектом развоја одрживог туризма у Босни и Херцеговини (Туризам) и Привредном комором ФБиХ укључило је и све институције Федерације БиХ и кантона надлежне за област туризма, као и приватни сектор, невладине организације и све друге заинтересоване субјекте како би се израдио стратешки документ примјењив на територији Федерације БиХ.



## Регулаторни оквир

На нивоу Федерације БиХ у протеклом периоду реализоване су значајне активности на успостављању и развоју система за развојно планирање и управљање развојем. Посебан напредак учињен је кроз изградњу регулаторног оквира, те је 2017. године донесен *Закон о развојном планирању и управљању развојем у Федерацији БиХ*, као основни нормативни акт, којим је дефинисана сврха система кроз „транспарентно и усаглашено развојно планирање и управљање развојем у Федерацији, кантонима и јединицама локалне самоуправе“, као и „координација и интеграција стратешких докумената и јавних и других финансијских ресурса ради реализације утврђених развојних приоритета“.

Законом су, поред циљева, утврђени и основни принципи развојног планирања и управљања развојем, дефинисане су врсте стратешких докумената, као и тијела одговорна за развојно планирање и управљање развојем. Законом је утврђен и процес развојног планирања и управљања развојем у Федерацији БиХ, као и поступци програмирања, мониторинга, евалуације и извјештавања о имплементацији стратешких докумената, те финансирање њихове имплементације. Закон прописује и документе који се доносе у поступку имплементације стратешких докумената.

„Принципи развојног планирања и управљања развојем, према члану 4. Закона о развојном планирању и управљању развојем у Федерацији БиХ су: (а) усклађени приступ развојном планирању, програмирању, финансирању и управљању развојем свих нивоа власти у Федерацији; (б) одговорност, ефективност и ефикасност јавних институција свих нивоа власти у Федерацији у процесу развојног планирања и имплементацији развојних приоритета; (ц) ОМК између свих нивоа власти у Федерацији у процесу заједничког развојног планирања и реализације развојних приоритета; (д) равноправност полова и једнаке могућности за све грађане Федерације у свим фазама развојног планирања; (е) хоризонтална и вертикална координација међу надлежним институцијама у процесима развојног планирања и управљања развојем у Федерацији и усклађеност развојних приоритета; (ф) комплементарност која подразумијева да се развојне активности различитих институција и нивоа власти међусобно надопуњују ради мултипликације развојних ефеката; (г) партнерство, јавност и транспарентност свих нивоа власти у Федерацији у процесу развојног планирања, имплементације, мониторинга, евалуације и извјештавања о развојним процесима.“

#### Обимне консултације и јавно-приватна партнерства на дјелу

- Федерално министарство околиша и туризма
- Привредна комора Федерације БиХ
- Министарство спољне трговине и економских односа БиХ
- Агенција за промоцију страних инвестиција БиХ–ФИПА
- Спољнотрговинска комора БиХ
- Федерални завод за програмирање развоја
- Федерални завод за статистику
- Развојна банка ФБиХ
- Фонд за заштиту животне средине Федерације БиХ
- Међународни аеродроми Сарајево, Тузла и Мостар
- Министарство привреде Кантона Сарајево
- Министарство за привреду Зеничко-добојског кантона
- Министарство трговине, туризма и саобраћаја Тузланског кантона
- Министарство привреде Западнохерцеговачког кантона
- Министарство привреде, рада и просторног уређења Посавског кантона
- Министарство привреде БПК Горажде
- Влада Херцеговачко-неретванског кантона
- Министарство трговине, туризма и заштите животне средине Херцеговачко-неретванског кантона
- Министарство привреде Средњобосанског кантона
- Министарство привреде Унско-санског кантона
- Министарство привреде Кантона 10
- Управа за инспекцијске послове Кантона Сарајево
- Министарство за образовање и одгој Кантона Сарајево
- Министарство образовања и науке Тузланског кантона
- Комисија за очување националних споменика
- Туристичке заједнице (Сарајево, ХНК, СБК, ТК, УСК...)
- Туристички кластери (Херцеговина и Уна-Сана)
- Град Ливно
- Општина Посушје
- Регионалне развојне агенције (СЕРДА, РЕДАХ)
- НП „Уна“
- Универзитет у Сарајеву
- Свеучилиште Мостар
- Средње стручне школе за туризам и угоститељство из Тузле, Цазина, Хаџића...
- Фондација „Линновате“, Ливно
- Бројни представници пружалаца услуга из приватног сектора – смјештаја, туристичких агенција, туроператери, туристички водичи, произвођачи вина, рафтинг клубови, центри за образовање одраслих, итд.

Године 2019. донесени су и подзаконски акти с почетком примјене 1.1. 2022, који поближе уређују питања израде и евалуације стратешких докумената, те трогодишњег и годишњег планирања, и то:

- Уредба о евалуацији стратешких докумената у Федерацији БиХ,
- Уредба о изради стратешких докумената у Федерацији БиХ,
- Уредба о трогодишњем и годишњем планирању рада, мониторингу и извјештавању у Федерацији Босне и Херцеговине.<sup>3</sup>

Процес израде Стратегије развоја туризма Федерације Босне и Херцеговине за период 2022–2027. године усклађен је с прописаним одредбама у оквиру презентованог регулаторног оквира.

## ОПИС ИЗРАДЕ СТРАТЕГИЈЕ

Стратегија развоја туризма Федерације БиХ обухвата снажну посвећеност одрживости, како у својој визији, тако и у својим циљевима. Ентитетске, кантоналне и локалне власти имају важну улогу у давању визије и обезбјеђивању партнерства ради превазилажења датих изазова, док се од приватног сектора очекује да у свој начин рада уврсти добре међународне праксе заштите животне средине и очувања природе. Сходно томе, у Стратегији се као императив истиче очување природе.

Термини који се користе у тексту да означе жене и мушкарце, а који су ради прегледности употребљени искључиво у једном граматичком роду, као генеричком појму, на једнак начин подразумевају оба пола.

**Федерално министарство околиша и туризма од самог је почетка** осигурало укљученост свих партнера како би се у том погледу осигурале обимне консултације с актерима из приватног сектора и локалних заједница.

**Партнерство УСАИД-а** – Агенција Сједињених Америчких Држава за међународни развој (УСАИД) преко свог Пројекта за развој одрживог туризма у Босни и Херцеговини (Туризам) пружила је техничку помоћ ФМОиТ-у како би се у развој индустрије туризма уврстиле међународне добре праксе, укључујући приступ ланцу вриједности и туристичке коалиције између приватног и јавног сектора. Пројекат Туризам је, Министарству и актерима из сектора туризма представио најновије приступе, међународне, регионалне и локалне стручњаке из области туризма, студије и истраживања како би ова стратегија одражавала тржишне трендове и донијела одрживе резултате.

**Јавно - приватна сарадња** – Федерално министарство околиша и туризма (ФМОиТ) усвојило је нови приступ у изради Стратегије за период 2022–2027. која почива на партнерству с приватним сектором туризма и угоститељства, академском заједницом и ангажовањем локалних заједница и актера који се баве очувањем и заштитом животне средине из цијеле ФБиХ.

#### КОРИШЋЕНИ ДОКУМЕНТИ ПРИЛИКОМ ИЗРАДЕ СТРАТЕГИЈЕ

- Стратегија развоја Федерације БиХ 2021–2027.
- Програм економских реформи БиХ 2021–2023.
- Секторска анализа туризма у БиХ (ЕУ и ГИЗ)
- Улога и потенцијал исељеништва у развоју туризма у Босни и Херцеговини
- Стратегија развоја Тузланског кантона за период 2021–2027.
- Нацрт Стратегије развоја ЗДК за период 2021–2027.
- Стратегија развоја туризма ХНК 2011. – 2021.
- Стратегија развоја ХНК за период 2021. – 2027.
- Стратегија руралног развоја ХНК за период 2021. – 2027.
- Стратегија развоја УСК 2021–2027.
- Стратегија развоја Посавског кантона за период 2021. – 2027.
- Стратегија развоја Босанско-подрињског кантона Горажде 2021–2027.
- Стратегија развоја СБК/КСБ 2021. – 2027.
- Стратегија развоја Западнохерцеговачког кантона 2021. – 2027. (радна верзија)
- Стратегија развоја Кантона 10 2021. – 2027.
- Стратегија развоја Кантона Сарајево 2021–2027.
- Водич за инвеститоре Тузланског кантона
- Инвестирајте у Кантон Сарајево
- 100 инвестиционих пројеката у ФБиХ (Влада ФБиХ: сектор енергије, индустрије, пољопривреде, транспорта и туризма)
- Босна и Херцеговина: дијагностика туристичког сектора (ИФЦ)
- Оквир за спровођење Циљева одрживог развоја у БиХ
- УСАИД Туризам Тактички план обнове туристичког сектора у БиХ
- УСАИД Туризам Анализа тржишта људских ресурса у туризму и предвиђања потреба
- УСАИД Туризам Стратегија развоја људских ресурса у туризму и угоститељству
- УСАИД Туризам План за повећање процента заштићених подручја у БиХ
- УСАИД Туризам Извјештај о дигиталном маркетингу/туристичким заједницама
- УСАИД Туризам Извјештај о родној равноправности
- УСАИД Туризам Извјештај о лицима с инвалидитетом
- Гендер акциони план за БиХ 2018–2022.

Ово партнерство, названо Коалиција за конкурентност туризма (ТЦЦ), почивало је на ангажману Привредне коморе ФБиХ, с преко 150 актера из десет кантона који су на одржаним састанцима и фокус групама дали свој допринос у изради Стратегије. Рад и допринос Коалиције обогаћен је анкетама и позивима на достављање информација које је ФМОиТ слао током периода од четири мјесеца. Путем фокус група, упитника испуњених путем интернета, те низа појединачних састанака, ФМОиТ је провео обимне консултације с представницима кантоналних министарстава, приватним и невладиним сектором. У склопу ових консултација утврђени су кључни изазови и могућности који су садржани у овој стратегији. Након првог уводног састанка с представницима Владе ФБиХ, министарком туризма ФБиХ, министрима кантоналних министарстава задужених за туризам и осталих релевантних институција, успиједиле су радионице с фокус групама које су одржане на шест локација и на којима су учествовали представници из свих десет кантона Федерације БиХ. Свака радионица је организована тако да одражава ланац вриједности туризма.



Представници Коалиције за конкурентност туризма и ФМОиТ-а на радионицама су радили у четири тематске групе, од којих се свака бавила одговарајућим стубом ланца вриједности. Четири стуба ланца вриједности туризма, који су наведени у документу као приоритети су:

1. Развој туристичког производа
2. Развој дестинацијског маркетинга
3. Развој људских ресурса
4. Унапређење подстицајног окружења за развој одрживог туризма

Свака група била је сачињена од представника јавног, приватног и невладиног сектора, те представника образовних институција. Овом методологијом, омогућена је једнака заступљеност актера свих кантона дуж ланца вриједности, чиме је осигурано разумијевање стратешког документа, те ће се на тај начин осигурати одрживост процеса и спровођење акционих планова.

**Обимне консултације с кантоналним владама** – Федерална министарка је у сарадњи с Привредном комором ФБиХ и уз подршку УСАИД-овог пројекта Туризам започела процес израде Стратегије одржавајући панел-дискусију с премијерима и министрима из десет кантоналних влада ФБиХ, на којој је приједлог визије будуће стратегије представљен свим учесницима и учесницама који су имали прилику да представе оно што они сматрају најважнијим развојним приоритетима одрживог туризма у њиховим кантонима. У сврху израде Стратегије

развоја туризма Федерације БиХ 2022-2027, узете су у обзир и све кантоналне стратегије интегрисаног развоја, односно развоја туризма. Током израде ове стратегије, разматрани су и поштовани принципи вертикалне координације, прописане Законом о развојном планирању и управљању развојем ФБиХ, као и усклађивање с осталим релевантним стратегијама других нивоа власти Федерације БиХ, Циљевима одрживог развоја Уједињених нација (СДГс) и обавезама произашлим из процеса европских интеграција.

**Приступ ланцу вриједности туризма заснован на информацијама и вођен конкурентношћу** – Стратегија развоја туризма Федерације БиХ 2022–2027. године вођена је најновијом сегментацијом тржишта и тржишним трендовима. У циљу повећања конкурентности индустрије туризма, усвојен је модел ланца вриједности туризма, а који служи да се осигура унапређење свих сектора индустрије туризма. У том смислу, водило се рачуна и разматрао се индекс конкурентности туризма и путовања Свјетског економског форума (*WEF*), у којем је Босна и Херцеговина по оцјени из 2019. године заузела 105. мјесто од 140 дестинација, а у оквиру исте процјене утврђене су и посебне области које индустрија туризма треба поправити у знатној мјери. Стратегија је, такође, заснована на пажљиво спроведеном истраживању страних тржишта и њихових трендова и профила клијената (појединости видјети у поглављу које се бави маркетингом).

## II. СТРАТЕШКА ПЛАТФОРМА

Босна и Херцеговина, определијелена за испуњавање услова на путу ка европским интеграцијама, спроводи неопходне активности на усклађивању законодавства и других обавеза које проистичу из Споразума о стабилизацији и придруживању ЕУ. Према реформама које се налажу из процеса европских интеграција, Стратегија развоја туризма ФБиХ 2022–2027. године доприноси позитивном подстицају пословног окружења, пољопривреде, заштите природне средине, енергетске ефикасности, грађевинарства, трговине, других услужних дјелатности, те цјелокупне привреде ФБиХ. Ова стратегија доприноси и евроатлантским интеграцијама. Генерална скупштина Уједињених нација 2015. године је усвојила Агенду одрживог развоја до 2030. године и том приликом су све земље, као и БиХ, преузеле обавезу спровођења документа Агенде 2030 и глобалних Циљева одрживог развоја. У БиХ су утврђена три правца одрживог развоја (добра управа и управљање јавним сектором, паметан раст и друштво једнаких могућности) и двије хоризонталне теме (улагање у људски капитал и принцип „нико не смије бити искључен“). Све наведено претходно, укључено је у Стратегију развоја туризма ФБиХ 2022–2027. да би она могла доприносити одрживом развоју (унапређење образовања, паметно управљање природним ресурсима, одрживи туризам, зелени раст и чиста енергија, енергетска ефикасност и развој инфраструктуре, повољно окружење за раст, финансијска инклузија, родна равноправност, као и укључивање осјетљивих категорија у индустрију туризма).

Стратешка платформа Федерације Босне и Херцеговине израђена је у процесу израде Стратегије развоја туризма Федерације Босне и Херцеговине 2022–2027. и садржи везу с Развојном стратегијом ФБиХ 2021–2027, преглед природно-географских карактеристика, демографских кретања у претходним годинама, укљученост осјетљивих категорија становништва, те туристичко-ресурсну основу. Платформа садржи и *SWOT* анализу, стратешке фокусе, стратешки циљ, као и дефинисану визију развоја туризма ФБиХ.

### Глобални контекст

Стратегија развоја Федерације БиХ за период 2021–2027. године је кровни, усмјеравајући документ с којим требају бити усаглашени сви развојни документи на нивоу ФБиХ, као и стратегије развоја на кантоналном нивоу. У процесу израде Стратегије, дефинисана су 4 стратешка приоритета, и 19 мјера, о чијој усклађености ће бити посвећена посебна пажња.

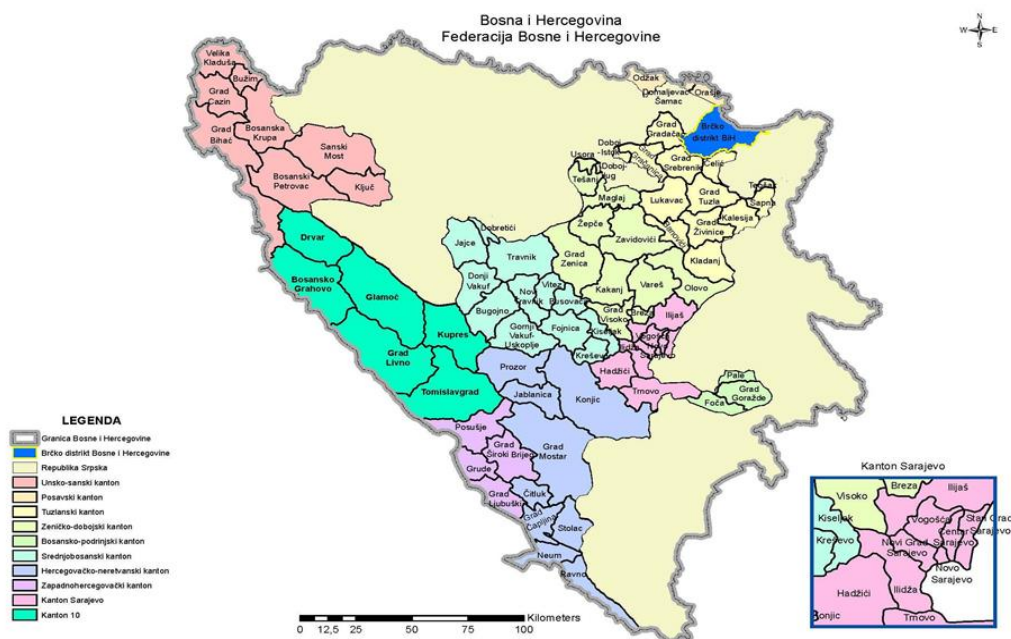
### Географски положај ФБиХ и природне карактеристике

Босна и Херцеговина је држава југоисточне Европе, смјештена у западном дијелу Балканског полуострва. Површина државне територије Босне и Херцеговине износи 51.129 km<sup>2</sup>. Окружују је три сусједне државе – Република Хрватска на сјеверу, западу и југу, Република Србија на истоку и Република Црна Гора на југоистоку. Њене границе углавном прате одређене природногеографске објекте, па тако највећим дијелом имају орографски и хидрографски карактер. Босна и Херцеговина је земља с



највећим количинама питке воде по глави становника. БиХ је с 9,46 кубних метара питке воде по глави становника прва у регији и седма у Европи. Федерација Босне и Херцеговине је ентитет унутар Босне и Херцеговине, а садржи и десет кантона; Унско-сански кантон, Посавски кантон, Тузлански кантон, Зеничко-добојски кантон, Босанско-подрињски кантон, Средњобосански кантон, Херцеговачко-неретвански кантон, Западнохерцеговачки кантон, Кантон Сарајево и Кантон 10.

Слика 1: Административна карта ФБиХ<sup>1</sup>



Од површине Босне и Херцеговине која износи 51.129 km<sup>2</sup>, ФБиХ обухвата 50,94%. Готово цијела Федерација БиХ налази се на Динаридима, изузев посавског дијела Федерације који је дио Панонске низије. Највиши врх ФБиХ је Чврсна (2.228 m) на сјеверу Херцеговине, а друге више планине су Бјелашница, Враница, Прењ, Трескавица и Вран.

Табела 1. Географске координате екстремних тачака територије ФБиХ<sup>2</sup>

Географске координате екстремних тачака територије ФБиХ				
Оријентација	φ	λ	Општина	Локалитет
N	45° 13' 52,61''	15° 55' 26,40''	В. Кладуша	Ушће Глинице у Глину
S	42° 36' 09,65''	18° 14' 56,63''	Равно	Куња глава
W	44° 34' 59,35''	19° 03' 18,06''	Сапна	Потешевац
E	44° 49' 31,75''	15° 44' 00,42''	Бихаћ	Огредљиви врх (1174 м.н.в)

<sup>1</sup> <http://fzs.ba/index.php/2017/07/30/karta-bosne-i-hercegovine/>

<sup>2</sup> Просторни план ФБиХ за период 2008-2028. године

### **Геолошке карактеристике БиХ**

Геолошка прошлост подручја ФБиХ изузетно је сложена, што се очитује у хетерогености геологије, тектонске структуре и топографије. Најстарије стијене у ФБиХ датирају из палеозоика. Палеозојске слојеве представљају три врсте стијена (магматске, седиментне и метаморфне), од којих је метаморфни шкриљац карактеристичан за централни дио Босне, па се њене планине често називају планинама шкриљаца. Већи дио топографије чине мезозојске стијене, које су углавном седиментне карбонатне врсте – кречњак и доломит. Настали су седиментацијом у кориту Тетис, а касније су алпском орогенезом подигнути у планине Динарида.

### **Геоморфолошке карактеристике**

Рељеф ФБиХ претежно је брдско-планински, али је истовремено и врло рашчлањен долинама. Цјелокупан морфоструктурни склоп овог подручја припада динарском планинском систему, који се протеже у правцу сјеверозапад-југоисток. У ширем контексту, Динариди су дио средоземне зоне алпског појаса, који је и даље поприлично тектоски активан (и у сеизмичком погледу). Рашчлањени планинско-котлински рељеф доминира у већини ФБиХ, овај тип рељефа се постепено снижава ка сјеверу до Панонске низије, гдје се уз ријеку Саву налази посавски дио ФБиХ и ка југу долином ријеке Неретве. Јужно од највишег дијела савско-јадранске разводнице (Бјелашница, Трескавица) херцеговачки кршки простор се спушта према мору. У сјеверозападном дијелу ФБиХ Динариди су нешто нижи и прелазе у планинска била западне Босне (Цинцар, Динара, Шатор, Грмеч и др), између којих се налазе поља у кршу: Ливањско, Дувањско, Купрешко, Гламочко, итд. Овај тип поља специфичан је за Динариде.

### **Климатолошке карактеристике**

Својом географском ширином (42° до 46° с. г. ш.), Босна и Херцеговина је позиционирана између сјеверног суптропског и сјеверног умјереног климатског појаса (сјеверни суптропски обухвата приближно 1/3, а сјеверни умјерени обухвата 2/3 простора државе). Најважнији модификатор климатских прилика у ФБиХ је рељеф, који својом хипсометријом, рашчлањеношћу, експозицијом и правцем пружања планина највише доприноси диверсификацији климе на овом простору. Тако с порастом надморске висине у правилу расте и годишња количина падавина, а истовремено опадају просјечне температуре зрака. Приобаље и ниска Херцеговина представљају најтоплије предјеле у ФБиХ, а супротно њима, највиши планински врхови су уједно и локалитети с најнижим температурама. Највише падавина се излучи на херцеговачким планинама (Чврсница, Прењ и др), а најмање у посавском дијелу ФБиХ. С обзиром на ове климатске факторе и елементе, на простору ФБиХ могу се издвојити три основна климатска типа. Најраспрострањенији је умјерено топли и влажни климат (Cf), који обухвата сјеверне дијелове ФБиХ, продирући ријечним долинама дубље у унутрашњост. На овом простору се често клима назива још и умјерено континенталном. У ниском дијелу Херцеговине доминира средоземни

климат (Cs), који се одликује сушним љетима, те кишним и благим зимама. На вишим надморским висинама (цца. изнад 900 метара) доминира бореални или планински тип климе (Df), карактеристичан по врло хладним зимама и најчешће свјежим љетима.

### **Хидрогеографске карактеристике**

Ријечна мрежа ФБиХ врло је густа, што се посебно односи на црноморски слив који захвата највећи дио територије. Све текућице овог морског слива уједно припадају и ријечним сливовима Дунава и Саве. Ријека Сава тече сјеверном границом државе и прима воде Уне, Врбаса, Босне, Дрине и других краћих ријека које теку на овом простору према сјеверу. Ријека Босна има изузетан значај за читаву државу, будући да је њена долина мјесто настанка и окосница каснијег друштвеног развоја Босне и Херцеговине. Ријека с највећим падом јесте Врбас, а Уна је позната по релативно високом степену еколошке очуваности. Јужни дио ФБиХ припада сливу Јадранског мора. Иако ова подручја примају веће количине падавина, површинска хидрографска мрежа је знатно скромније развијена у односу на црноморски слив. То је последица кршке геолошке грађе, због чијих је пукотинских система развијенија подземна хидрографија. Поред већег броја понорница, једина ријека која с државне територије доспијева површинским путем у Јадранско море је Неретва. На простору ФБиХ егзистира већи број природних и вјештачких језера. У групи природних, квантитативно доминирају планинска језера која су површински прилично мала (нпр. Блидиње и Борачко језеро). Вјештачка језера су већа, а већина је направљена за потребе добијања електричне енергије. Најзначајнија су: Бушко, Јабланичко, Рамско, Модрац и др.

### **Биогеографске карактеристике**

Све претходне наведене географске карактеристике утицале су на формирање специфичних биогеографских карактеристика ФБиХ које се, између осталог, огледају и у великом биодиверзитету. С обзиром на флористичке карактеристике, ФБиХ представља зону додира и прожимања евросибирске и медитеранске флорне области. У мањој мјери примјетни су и флорни елементи иранско-туранске области. Географски фактори су најочигледније дјеловали на распрострањење вегетације. Шуме и шумска земљишта у Федерацији БиХ заузимају простор од око 1.443.323,1 ха или 55,3% укупне површине БиХ. У нижим подручјима су најзаступљеније шуме храста (лужњак, китњак, медунац и др), али су оне значајно проријеђене. У зони изнад 600 метара јављају се знатно очуваније шуме букве, изнад којих су распрострањене четинарске шуме. У ниској Херцеговини је више заступљена макија. Утврђени велики биодиверзитет односи се и на животињски свијет.<sup>3</sup>

### **Демографске карактеристике и кретања**

#### **Становништво и густина насељености**

На основу службених резултата пописа становништва из 2013. године, ФБиХ је имала 2.219.220 становника, а густина становништва је износила

<sup>3</sup> <http://geografija.pmf.unsa.ba/o-odsijeku/o-bosni-i-hercegovini/>

85, ст/км<sup>2</sup>. У посматраном периоду, од 2013. до 2020. године евидентан је константан пад броја становника. Према процјени ФЗС-а, ФБиХ је у 2020. години имала 2.184.680 становника, а густина становништва је износила 83,7 ст/км<sup>2</sup>. Посљедња фаза демографске транзиције наступила је заједно с ратним дешавањима, а посљедних година се биљежи негативан природни прираштај, уз старење становништва. У овом погледу, ситуација у ФБиХ је нешто повољнија него у другом ентитету. Међутим, постоје значајане просторне варијације. Врло густо су насељени Кантон Сарајево, Тузлански кантон и Зеничко-добојски кантон, док су Посавски кантон и Средњобосански кантон супротни примјери. Највећи број становника живи на подручју Тузланског кантона (1/5 становништва).

**Табела 2. Број становника по кантонима<sup>4</sup>**

Кантон	Укупно становника
Тузлански кантон	437.607
Кантон Сарајево	421.555
Зеничко - добојски кантон	357.275
Унско - сански кантон	266.535
Средњобосански кантон	249.062
Херцеговачко - неретвански кантон	216.248
Западнохерцеговачки кантон	93.213
Кантон 10	79.448
Посавски кантон	40.959
Босанско - подрињски кантон	22.778
<b>ФЕДЕРАЦИЈА БиХ</b>	<b>2.184.680</b>

### Процјена структуре становништва

Према полној структури с пописа 2013. године у ФБиХ живјело је 50,98% жена и 49,02% мушкараца. Према процјени Федералног завода за статистику у 2020. години, учешће женског становништва износило је 50.91%, а мушког 49.09%.

**Табела 3. Број становника по годинама и сполној структури<sup>5</sup>**

Година	Број становника ФБиХ		
	Укупно	Мушки	Женски
2016	2.206.231	1.082.238	1.123.993
2017	2.201.193	1.080.156	1.121.037
2018	2.196.233	1.077.981	1.118.252
2019	2.190.098	1.075.017	1.115.081
2020	2.184.680	1.072.549	1.112.131

Процентуално учешће становништва < 15 година износи 16,1%, становништва између 15 и 65 година износи 71%, а становништва > 65

<sup>4</sup> <https://docs.google.com/qview?url=http://fzs.ba/wp-content/uploads/2021/06/F-BiH-u-brojkama-2021.pdf>

<sup>5</sup> <https://docs.google.com/qview?url=http://fzs.ba/wp-content/uploads/2021/06/Demografska-statistika-2020.pdf>

година износи 12,9%. Индекс старости у ФБиХ, који представља однос старог (60 година и више) и младог (0–19 година) становништва износио је 80%. Промјене у старосној структури становништва у 2020. години у односу на 2013. годину огледају се кроз повећање учешћа старог (65 + година) становништва у укупном броју становника Федерације Босне и Херцеговине. Број старије групе становништва повећан је за 3.58%, док је број становника старосне групе од 15 до 64 године мањи за 1,72%. Број младих је такођер смањен за 1.72%. Подаци о природном прираштају становништва показују негативан природни прираштај, уз непрекидно смањење стопа наталитета и повећање стопа морталитета у петогодишњем периоду од 2016. године до 2020. године.

**Табела 4. Демографска статистика<sup>6</sup>**

Година	Стопа наталитета	Стопа морталитета	Стопа природног прираштаја
	Укупно		
2016	8,9	9,6	-0.7
2017	9	9,9	-0.9
2018	8,6	9,8	-1.2
2019	8,2	10,1	-1.9
2020	7,9	11,9	-4

### Осјетљиве категорије становништва

#### Инклузија лица с инвалидитетом (Туризам за свакога)

Влада ФБиХ/министарства имају обавезу да олакшају инклузију лица с инвалидитетом (ЛИ) у туристичку дјелатност. Ова ће се обавеза усмјеравати кроз омогућавање приступа образовању и радним мјестима за ЛИ, како би се она ојачала, олакшала им се независност, а уједно и унаприједио живот пружајући овој популацији одговарајуће вјештине и ресурсе, како би постигли успјех у туристичком сектору. Примјер је могућа сарадња с Фондом за професионалну рехабилитацију и запошљавање лица са инвалидитетом и министарствима образовања, те ФМОиТ-ом. ФМОиТ ће предложити листу радних мјеста у туризму за лица с инвалидитетом и подржати креирање програма и обуке за побољшање приступа радним мјестима за ЛИ.

У том контексту, „Туризам за свакога“ не обухвата само могућност приступа лица с инвалидитетом, него се бави и стварањем универзално креираног окружења које може подржати лица која се носе с привременим инвалидитетом, породице с дјецом, све бројнију старију популацију, као и створити безбједније радно окружење за запослене. На основу УН-ове Стратегије инклузије лица с инвалидитетом, као и приступа на два колосијека (инклузија ЛИ је хоризонтално питање, али изискује и циљано програмирање), инклузија лица с инвалидитетом ће се појављивати кроз цијели ланац вриједности у туризму у ФБиХ, а уводи се кроз:

<sup>6</sup> <https://docs.google.com/qview?url=http://fzs.ba/wp-content/uploads/2021/06/Demografaska-statistika-2020.pdf>

- Пружање подршке инклузији лица с инвалидитетом у радну снагу у туризму кроз посебно наручене курсеве и обуку у туризму за лица с инвалидитетом;
- Заговарање подстицаја за запошљавање ЛИ, у сарадњи с надлежним министарствима и локалном управом;
- Подршку развоју и препознавању Дестинације за доступни туризам кроз увођење Препорука о доступном туризму Свјетске туристичке организације (*e-unwto.org*) кроз цијели ланац вриједности у туризму, те подршку имплементацији пружањем савјетодавне, финансијске и техничке помоћи.
- Подизање свијести, промовисање и омогућавање инвестиција и/или јавно приватних партнерстава (ЈПП) који се односе на инклузију лица с инвалидитетом било путем њиховог запошљавања, било успоставом доступних услуга, односно дестинација, кроз ТЦЦ радне групе.

### **Родна равноправност**

Правила у туристичком сектору требало би да буду родно осетљива и да омогуће женама да имају већи утицај на доношење одлука у владиним и организацијама у приватном сектору које учествују у њиховим формулацијама. Сва обука и едукација радника, послодаваца и организатора тура и водича, на било коју тему, треба да буду родно осетљива.

Сви послодавци у туризму требају имати јасно написана правила против дискриминације, против сексуалног узнемиравања и против мобинга (таква правила постоје у хотелским ланцима који су присутни у БиХ). Према томе, приручници за обуку за туристичке водиче требају обратити пажњу на ова питања. У том контексту, препоручује се влади, министарствима и пословним субјектима да преузму Програм сертификације за ознаку родне једнакости (*Gender Equality Seal Certification Program*), који нуди конкретне алате за јавни и приватни сектор да заједнички помогну остваривању Циљева одрживог развоја на смањењу родног јаза и промовисању како једнакости на радном мјесту, тако и економског оснаживања жена.

У односу на активности на отвореном и авантуристички туризам, препоручује се да се:

- Подржи додатно образовно напредовање постојећих жена водича у техничким вјештинама, али исто тако и у родној освијештености;
- Промовишу успјешне жене водичи за активности на отвореном и авантуристичке активности према широј јавности и повећа њихова присутност у друштвеним медијима;
- Успоставе нови стандарди безбједности за активности на отвореном како би се учиниле родно осјетљивијима и охрабре туре само за жене за авантуристичке и активности у природи;
- Такође, препоручује се да се у активностима мапирања и истраживања адекватно сагледа улога жена као преноситељица нематеријалног културног наслеђа у руралним заједницама и да се примијене одговарајуће активности на оснаживању жена у руралним подручјима, како би могле остварити већу економску корист, укључујући и формалније аранжмане запошљавања.

#### Негативни утицаји:

- Смањење висине сњежног покривача (повећање зимских температура зрака може довести до смањења висине сњежног покривача неопходног за развој скијашког туризма, те притисака на изворе питке воде због производње вјештачког снијега);
- Промјена временских прилика (лоше и непредвидљиво вријеме се негативно одражава на избор дестинација за туристе и излетнике);
- Високе љетне температуре у градовима (повишене температуре у урбаним центрима се неповољно одражавају на развој урбаног туризма);
- Промјене у водостају ријека и језера услед смањења количине падавина и повећања температуре (уништавање водених екосистема, који су дио туристичке понуде, те смањење привлачности ових хидрографских ресурса за развој спортско-рекреативног туризма);
- Промјене екосистема и нестанак ријетких биљних врста услед климатских промјена се негативно одражава на туризам у заштићеним подручјима, те љепоту пејзажа која је чест мотив туристичке посјете.

#### Позитивни утицаји:

- Повећање љетних температура ваздуха на медитеранској обали повољно утиче на развој љетне туристичке понуде у бх. планинским центрима;
- Диверзификација туристичког производа и продужење туристичке сезоне.

### Климатске промјене

Утицај климатских промјена у туристичком сектору може имати и шире импликације на цјелокупну привреду БиХ. Све су чешћи екстремни временски услови који доносе опасности као што су поплаве и суше, касни прољетни мразеви, а такође и мањак сњежних падавина, што може довести до смањења броја туриста у планинским центрима.

Негативан утицај климатских промјена у сектору пољопривреде, енергетике, вода такође има посљедице на туризам. Ипак, могуће је предузети одређене кораке у циљу превазилажења климатских промјена у туристичком сектору Босне и Херцеговине. Неки утицаји климатских промјена, као што је продужавање туристичке сезоне и развој нових туристичких производа могу бити позитивни.

Осим што климатске промјене утичу на туризам и туризам као дјелатност утиче на климатске услове, те је потребно прилагођавање како би се смањио угљенични отисак сектора туризма. У циљу смањења угљеничног отиска, потребно је правилно доносити политике као што је смањивање



сезоналности, односно продужавање туристичке сезоне, те побољшање туристичке инфраструктуре и капацитета, смањење притиска туриста у одређеним временским интервалима и подручјима, те стратешки избори подручја за градњу туристичких капацитета, како би се избјегло крчење крчење шума, односно дефорестација.

Такође, потребно је радити на енергетској ефикасности туристичких, посебно хотелских капацитета, као и увођењу обновљивих извора енергије, посебно у оним капацитетима који се налазе на југу земље, као и изградњи објеката отпорних на климатске промјене.

## **Веза са Стратегијом развоја Федерације Босне и Херцеговине 2021–2027.**

Приликом припреме овог документа, као дио Стратешке платформе, узета је у обзир Стратегија развоја Федерације Босне и Херцеговине за период 2021–2027. године, с обзиром на то да се у њој на више мјеста спомињу елементи везани за развој туризма. Посебно се може издвојити мјера 1.3.4. Подржавати развој предузетништва туристичког сектора, која је и инкорпорисана у ову стратегију.

## **СИТУАЦИОНА АНАЛИЗА – ПРЕТХОДНИ ЕФЕКТИ У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА**

Туризам као дјелатност у свијету се опоравља. Јануар 2022. године билежи пораст долазака у свијету за 130% у односу на јануар 2021. године, што је пораст од 18 милиона долазака. Отприлике, исти је пораст долазака у свијету у процентима за цијелу 2021. годину у односу на 2020. годину која је била лоша због вируса „ковид-19“. Такође је „омикрон“ варијанта вируса спријечила бржи опоравак почетком 2022. године, јер је у односу на 2019. годину то био мањи број долазака за 67%, након што је тај проценат у посљедњем кварталу 2021. године износио 60%. Највећи број долазака у јануару 2022. године у односу на јануар 2021. године забиљежен је у Европи у порасту од 199%. До 24. марта, дванаест дестинација је већ прогласило своје дестинације слободним од вируса COVID-19, при чему нису требала никаква ограничења и то је будило наду у што бржи опоравак туристичког сектора, али је рат у Украјини поновно зауставио значајнији раст броја долазака. Према ИАТА-и глобално путовање ваздушног саобраћаја нарасло је за 82% у јануару 2022. године у односу на јануар 2021. године, али то је још увијек за пола мање у односу на претпандемијску 2019. годину. Број међународних путника повећао се у јануару 2022. године за 166% у односу на исти период 2021. године, а у децембру 2021. био је повећан за 182%, но „омикрон“ варијанта није допустила због ограничења даљњи раст броја долазака почетком 2022. године.

## **Основне информације о ефектима у сектору туризма у Босни Херцеговини**

Током протекле деценије туризам је у Босни и Херцеговини био један од најбрже растућих сектора. БиХ је 2019. године имала 1,64 милиона долазака туриста (повећање од 12% у односу на 2018), који су остварили

2,42 милиона ноћења. Од укупног броја гостију и ноћења остварених 2019. године у Федерацији БиХ, око 80% су били страни гости. Ово је уједно била и најбоља туристичка година у БиХ. До пандемије вируса „ковид-19“ туризам је имао важну улогу у привреди Федерације БиХ, иако се још увијек налази у почетним фазама развоја у поређењу са сусједним земљама. Према Федералном заводу за статистику у укупном БДП-у ФБиХ, БДП у дјелатности пружања смјештаја, те припреме и услуживања хране (хотелијерство и угоститељство) износио је 2,2% (2018). Међутим, у првих десет мјесеци 2020. године, због пандемије вируса COVID-19, забиљежен је пад страних гостију на само 174.209, што представља смањење од 84% у односу на 2019. годину. Ипак, Федерација БиХ ову кризу може сматрати приликом за обнову сектора туризма и прихватање нових туристичких трендова, јер се повратак на обрасце и нивое туризма из 2019. године неће десити без усклађеног дјеловања у наредних неколико година.

Према подацима Агенцијеподацима Агенцији Агенције за статистику Босне и Херцеговине, БиХ је 2019. године забиљежила до сада најбоље ефекте у укупном броју остварених ноћења и просјечном трајању боравка од 2,1 ноћења у 700 смјештајних капацитета. Ако се, међутим, узме у обзир да је доступно 19.154 соба, **свега 50% капацитета је коришћено током цијеле 2019. године, што је знатно испод глобалног просјека од 70%, а ако бисмо додали нерегистровани смјештај, тај проценат нивоа попуњености био би још и нижи.**

**Табела 5. Туристичка статистика БиХ за 2018 – 2020.<sup>7</sup>**

Доласци и ноћења туриста у БиХ, 2018-2020. (у хиљадама)	2018.	2019.	2020.
<b>Доласци укупно</b>	1,465	1,641	501
Домаћи	412	443	304
Страни	1,053	1,198	197
<b>Ноћења укупно</b>	3,040	3,374	1,241
Домаћи	875	954	752
Страни	2,165	2,420	489
<b>Просјечна дужина боравка, домаћи</b>	2,1	2,2	2,5
<b>Просјечна дужина боравка, страни</b>	2,1	2,0	2,5
<b>Расположиви смјештајни капацитети у БиХ, 2017 - 2020.</b>			
<b>Собе</b>	18 687	19 154	14 946
<b>Кревети</b>	39 430	40877	32 027

Број посјета је подијељен на 700 + смјештајних објеката широм земље, од чега на ФБиХ отпада 70%.<sup>8</sup> Подаци о расподјели смјештајних објеката по кантонима у ФБиХ нису доступни.

<sup>7</sup> Izvor [https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Bilteni/2021/NUM\\_00\\_2021\\_TB\\_1\\_BS.pdf](https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Bilteni/2021/NUM_00_2021_TB_1_BS.pdf)

<sup>8</sup> Izvor: Federalni zavod za statistiku (<http://fzs.ba/>)

Према подацима *UNWTO*-а, имајући у виду број становника, једино Србија има мању потрошњу страних туриста унутар државе (*Inbound tourism expenditure*), што је видљиво из наредне табеле.

**Табела 6. Туристичка потрошња унутар БиХ за 2015-2019 (USD мил.)**

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
Албанија	1.613	1.821	2.050	2.306	2.458
Аустрија	20.422	20.965	22.424	25.411	25.288
Босна и Херцеговина	794	875	984	1.147	1.226
Хрватска	8.207	9.213	10.528	11.317	11.987
Чешка Република	6.766	7.041	7.695	8.283	7.965
Србија	1.322	1.461	1.706	1.941	2.000
Црна Гора	947	978	1.110	1.224	1.276
Словенија	2.594	2.717	3.057	3.377	3.240

Извор: *UNWTO*

### Туристичко - ресурсна основа ФБиХ

Федерација Босне и Херцеговине има изузетно богате туристичке ресурсе, а њена туристичка понуда заснована је на богатим културним и историјским добрима и богатству нетакнуте природе и природних ресурса. У ФБиХ се налази један од најљепших националних паркова Босне и Херцеговине, НП „Уна“, који је магнет како за стране, тако и домаће туристе. УНЕСЦО-ова Тентативна листа баштине потврђује богатство ресурса које Федерација БиХ треба што боље искористити, а међу њима су природно - градитељска цјелина Јајца, Сарајево - јединствени симбол универзалне мултикултуралности (трајно отворени град), историјско урбано подручје Почитељ, природно и урбано подручје Благај, природно и историјско подручје Блидиње, природно и историјско подручје Столац, пећина „Вјетреница“, Јеврејско гробље у Сарајеву, слапови у Мартин Броду и сарајевска „Хагада“, која је уписана у УНЕСЦО-ов међународни регистар „Памћење свијета“ (*Memory of the World*). Федерација БиХ има градове задивљујуће архитектуре, богате историјским споменицима, с повољним климатским условима за одвијање туристичких активности, а уједно је и регија кулинарске културе квалитетне хране и пића. Градови Федерације БиХ су музеји на отвореном (нпр. Сарајево, Мостар, Јајце) који захваљујући повећању туристичких капацитета и понуде протеклих неколико година билеже повећан број гостију. Широм Федерације БиХ налазе се религијски локалитети као што су суфијска текија у Благају, једно од највећих свјетских маријанских светишта Међугорје, православни манастир Житомислићи, Подмилачје, Ајватовица, итд. Федерација БиХ се може похвалити и предивним заштићеним подручјима попут Националног парка "Уна", парковима природе „Блидиње“ и „Хутово блато“ итд, олимпијским планинама Требевић, Игман, Бјелашница, који представљају неке од најврједнијих добара ФБиХ. Једнако инспиративни аспекти туристичких добара Федерације БиХ су њени кристално чисти водотоци. Ријеке Неретва, Уна и Дрина не само да су примјери првокласног рафтинга на дивљим водама, већ и магнет за туристе које воле авантуру

и спортско - рекреативне активности. Јужни дијелови Федерације БиХ могу се похвалити чистим ријекама, као што су Крупа, Требижат и Брегава и једини приморски град у ФБиХ, Неум. Језера попут Рамског, Бушког, Прокошког, Борачког и Јабланичког нуде прелијепе аутентичне предјеле и искуства. Ова раскошна подручја су све популарнија и представљају атрактивне дијелове Зелене и Бијеле стазе „Виa Динарика“ у БиХ. Сарајево није само главни град Босне и Херцеговине већ и центар забаве, позоришне умјетности, музике и спорта у БиХ. Ски-центри Бјелашница, Влашић и Купрес настављају биљежити добре резултате и успјехе као најразвијенији ски-центри у Федерацији БиХ. Федерација БиХ има импозантну лепезу садржаја за туристичке активности током цијеле године.

### Основне информације о ефектима у сектору туризма у ФБиХ

Федерација БиХ је у 2019. години примила око 1.226.975 гостију с просјечним трајањем боравка од 1,94<sup>9</sup> дана, што указује на просјечну попуњеност њених регистрованих смјештајних капацитета за цијелу годину од око 46 процената. Ако би се узели у обзир нерегистровани смјештајни капацитети, степен попуњености био би још и нижи. Број гостију у ФБиХ је чинио око 80 процената свих посјета и ноћења странаца остварених у Босни и Херцеговини.

Процент капацитета коришћених током цијеле године 2019. је у ФБиХ износио 46%, што је испод глобалног просјека од 70% и указује на могућност повећања броја и прихвата туриста без потребе за великим улагањима у смјештајне капацитете.

**Табела 7. Туристичка статистика ФБиХ за 2018-2020<sup>10</sup>**

Статистички подаци за сектор туризма у Федерацији БиХ	2018.	2019.	2020.
<b>Доласци туриста – укупно</b>	1,071,097	1,226,975	305,890
<b>Домаћи</b>	228,108	255,606	176,996
<b>Страни</b>	842,989	971,369	128,894
<b>Ноћења туриста – укупно</b>	2,095,517	2,379,701	703,652
<b>Домаћи</b>	413,282	478,496	413,130
<b>Страни</b>	1,682,235	1,901,205	290,522
<b>Просјечно трајање боравка (у броју ноћења)</b>	1,96	1,94	2,3

<sup>9</sup> Izvor: Federalni zavod za statistiku (<http://fzs.ba/>)

<sup>10</sup> <https://fzs.ba/wp-content/uploads/2021/06/F-BiH-u-brojkama-2021.pdf> i <http://fzs.ba/wp-content/uploads/2021/06/4.13.pdf>

Што се тиче изворних тржишта, табела 8, извучена из података Агенције за статистику Босне и Херцеговине и Федералног завода за статистику, даје преглед 20 главних међународних тржишта од 2018, с историјским пресјеком за ФБиХ заснованим на просјечном проценту укупног броја посјета БиХ, завршно с првом половином 2021. године. На Федерацију Босне и Херцеговине отпада око 80% посјета и ноћења странаца од укупног броја посјета и ноћења у Босни и Херцеговини.

**Табела 8. Пресјек главних међународних тржишта**

Држава	2018			2019			2020			2021 (Јануар - Јуни)			Укупно БиХ	Ранк у БиХ	Укупно ФБиХ	Ранк у ФБиХ	Просјек
	Укупно	ФБиХ	%	Укупно	ФБиХ	%	Укупно	ФБиХ	%	Укупно	ФБиХ	%					
1 Аустрија	26,560	19,744	74.34%	28,114	21,465	76%	4,407	3,088	70%	3,554	2,622	74%	62,635	/	46,919	/	74%
2 Кина	58,235	54,543	93.66%	102,758	96,069	93%	4,836	4,304	89%	489	317	65%	166,318	4	155,233	2	85%
3 Хрватска	116,823	89,712	76.79%	138,299	108,528	78%	13,854	32,220	73%	16,888	11,557	68%	315,864	1	242,017	1	74%
4 Француска	20,282	16,367	80.70%	20,234	16,254	80%	1,605	1,232	77%	1,240	994	80%	43,361	/	34,017	/	79%
5 Њемачка	50,402	42,612	84.54%	56,782	49,251	87%	6,058	4,650	77%	4,142	3,202	77%	117,384	6	99,715	6	81%
6 Италија	44,979	38,810	86.28%	47,841	41,360	86%	3,551	2,564	72%	2,204	1,555	71%	98,575	8	84,289	9	79%
7 Кувајт	8,223	7,983	97.08%	8,340	8,262	99%	1,626	1,603	99%	1,376	1,359	99%	19,575	/	19,207	/	98%
8 Црна Гора	16,923	10,063	59.46%	18,532	11,591	63%	6,521	3,930	60%	6,989	4,953	71%	48,965	/	30,537	/	63%
9 Холандија	15,740	13,693	86.99%	17,000	14,802	87%	2,081	1,774	85%	1,016	854	84%	35,837	/	31,123	/	86%
10 С. Македонија	8,891	6,977	78.47%	10,308	8,087	78%	2,221	1,634	74%	1,155	760	66%	22,575	/	17,458	/	74%
11 Јужна Кореја	45,388	42,312	93.22%	41,337	38,680	94%	1,541	1,507	98%	26	11	42%	88,292	10	82,510	10	82%
12 Саудијска Арабија	30,990	30,715	99.11%	65,853	65,597	100%	1,946	1,933	99%	5,599	5,566	99%	104,388	7	103,811	5	99%
13 Србија	88,797	32,913	37.07%	102,316	37,451	37%	54,705	21,013	38%	39,109	15,110	39%	284,927	2	106,487	4	38%
14 Словенија	65,002	43,086	66.28%	67,930	45,125	66%	9,651	4,978	52%	5,308	3,041	57%	147,891	5	96,230	7	60%
15 Шведска	12,550	10,529	83.90%	13,763	11,229	82%	1,833	1,428	78%	786	636	81%	28,932	/	23,822	/	81%
16 Швицарска	10,983	8,203	74.69%	12,560	9,589	76%	2,065	1,540	75%	1,689	1,255	74%	27,297	/	20,587	/	75%
17 Турска	85,416	70,206	82.19%	70,988	58,137	82%	7,773	6,187	80%	4,646	4,369	94%	168,823	3	138,899	3	84%
18 УАЕ	35,255	35,099	99.56%	32,256	32,079	99%	10,482	10,378	99%	16,856	16,777	100%	94,849	9	94,333	8	99%
19 УК	14,202	12,547	88.35%	15,082	13,344	88%	1,707	1,468	86%	787	699	89%	31,778	/	28,058	/	88%
20 САД	28,187	25,716	91.23%	33,960	31,324	92%	4,495	3,694	82%	3,975	3,134	79%	70,617	11	63,868	11	86%
			82%			82%			78%			75%	1,978,873		1,519,950		79%

Страни туристи чинили су 79% долазака у ФБиХ у 2019. години, од тога су туристи из Европе чинили 59% укупног броја долазака и 60,7% туристичких ноћења, туристи из Азије чинили су 34,1% долазака и 31,8% ноћења. На основу података Федералног завода за статистику ФБиХ највише туриста било је из: Хрватске, Кине, Саудијске Арабије, Турске, Њемачке, Словеније, Италије, Јужне Кореје, Србије и других азијских земаља.

**Табела 9. Распољиви капацитети (лежаја) у туризму ФБиХ<sup>11</sup>**

Година	2017.	2018.	2019.	2020.
Максимално расположиви капацитет током године	30.707	32.675	34.433	24.004
Од тога: хотел или сличан смјештај	23.916	24.977	27.352	20.475

Забилежен је константан раст у броју максимално расположивих капацитета до 2020. године, када су због пандемије вируса „ковид-19“ многи смјештајни капацитети затворени. Број смјештајних објеката у ФБиХ је порастао за 56,1% у периоду 2015-2019. године. У БиХ је 2019. године било регистровано укупно 756 смјештајних објеката, од чега се 71% налазило у ФБиХ. Укупан број соба у БиХ 2019. године износио је 18.740, од чега 71,6% у ФБиХ.

Као што то анализа и показује, главних десет тржишта БиХ и ФБиХ се углавном подударају. **Анализа показује и то да постоји потенцијал за привлачење гостију с тржишта Србије и Словеније**, с обзиром на то да је у периоду од 2018. до прве половине 2021. године учешће ФБиХ у укупном броју долазака износило 38, односно 60 процената.

Тржиште САД је, с обзиром на обим, усклађеност с циљним сегментима и расположивост, стратешко тржиште за БиХ и ФБиХ гледано средњерочно и дугорочно. Потребни су директни летови како би се ово тржиште искористило. То се може постићи стратешким планирањем подстицаја на главним аеродромима, као што је Међународни аеродром Сарајево.

Број туриста с оствареним ноћењем с домаћих и страних тржишта на кантоналном нивоу дат је у табели 10, гдје Кантон Сарајево предводи, а слиједи га Херцеговачко - неретвански кантон са скоро 50 процената броја туриста с оствареним ноћењима које је имао Кантон Сарајево. **Преостали кантони чине само мали дио укупног броја посјета, што указује на могућност привлачења туриста из Херцеговачко - неретванског кантона.**

<sup>11</sup> <https://docs.google.com/qview?url=http://fzs.ba/wp-content/uploads/2021/06/F-BiH-u-brojkama-2021.pdf>

Табела 10. Број посјета у периоду 2018-2020. године<sup>12</sup>

Доласци туриста по кантонима (2018-2020. године)									
Година	2018.			2019.			2020.		
Кантон	Укупно	Домаћи	Страни	Укупно	Домаћи и	Страни	Укупно	Домаћи и	Страни
Унско - сански	55,542	22,196	33,346	64,416	23,132	41,284	22,702	17,826	4,876
Посавски	12,025	7,319	4,706	10,975	6,350	4,625	3,156	2,200	956
Зеничко - добојски	31,642	14,794	16,848	38,852	20,598	17,984	22,956	17,986	4,970
Средњобосански	47.142	25,885	21,257	54.028	28,346	25,682	22,990	18,161	4,829
Херцеговачко - неретвански	286,81 4	48,962	237,85 2	317,31 1	50,883	266,42 8	66,637	50,046	16,59 1
Западнохерцеговачк и	6,134	2,508	3,626	9,740	3,400	6,340	3,402	1,719	1,683
Босанско- подрињски	2,523	1,661	862	2,335	1,601	734	881	753	128
Сарајево	570,05 9	74,703	495,35 6	667,75 6	89,918	577,83 8	136,304	50,786	85,51 8
Тузлански	47,077	25,096	21,981	48,883	27,648	21,235	20,877	14,575	6,302
Кантон 10	9,744	3,196	6,548	12,949	3,730	9,219	5,985	2,944	3041

### Основне информације о ефектима аеродрома

У доњој табели приказана је доминација сарајевског аеродрома у погледу броја путника од 2018. године. Тузлански аеродром заузима друго мјесто, док аеродром у Мостару скоро да није ни радио 2020. и 2021, док је 2019, која се сматра најуспјешнијом годином по броју долазака туриста, забиљежио само око 2 процента учешћа.

Табела 11. Број путника 2018-2021 на аеродромима у ФБиХ (\*јануар-септембар)<sup>13</sup>

Аеродром	2018.	Учешће	2019.	Учешће	2020.	Учешће	2021.*	Учешће
Сарајево	1.046.635	62%	1.143.680	59%	249.642	48%	550.482	64%
Тузла	584.610	34%	593.053	31%	228.516	44%	216.909	26%
Мостар	28.673	2%	32.866	2%	1.374	0%	1.260	0%
Укупно	<b>1.659.918</b>		<b>1.769.599</b>		<b>479.532</b>		<b>768.651</b>	

<sup>12</sup> <http://fzs.ba/index.php/2021/06/30/kantoni-u-brojkama/>

<sup>13</sup> <http://www.bhdca.gov.ba/index.php/bs/doc/statistika>



## Међународни аеродром Сарајево

Подаци Дирекције за цивилно ваздухопловство Босне и Херцеговине и Агенције за статистику Босне и Херцеговине за 2019. годину показују да на Међународни аеродром Сарајево отпада 59% укупног броја долазака. У првих девет мјесеци 2021. године тржишно учешће Међународног аеродрома Сарајево повећано је на 68%. Аеродром је у 2021. години имао 550.000 путника, што представља смањење од 40% у односу на исти период 2019. године. Током 2021. године па до данас аеродром је забиљежио повећање промета путника од око 175% у односу на исти период 2020. године, што указује на опоравак и потенцијалну могућност даљњег раста током периода трајања ове стратегије. Број путника током љета 2021. одговара резултатима из 2017. године.

Међународни аеродром Сарајево добро је позициониран да подстакне потражњу за ФБиХ каква до сада није виђена. Добро је повезан с главним транзитним чвориштима попут Истанбула, Франкфурта, Дубаија и Беча који обезбјеђују јединствене услуге летова за велика туристичка тржишта.

Овом повећању допринио је *Wizz Air* као једна од водећих нискобуџетних авиокомпанија у Европи, који је у прољеће 2021. године увео један авион стациониран на Међународном аеродрому Сарајево и има планове да уведе други у децембру 2021, те више њих током периода важења ове стратегије. Осим нових рута које *Wizz Air* нуди, Међународни аеродром Сарајево је у љето 2021. године с 141 седмичним летом био повезан с 30 дестинација. Табела с приказаним распоредом летова током љетњег периода 2021. године дата је као Прилог 3.

Програм подстицаја који је Међународни аеродром Сарајево увео ради ублажавања утицаја пандемије вируса "ковид-19", уз одлуку да се обустави наплата таксе од десет евра по путнику, која је сада укинута, допринијела је задржавању скоро свих рута које су постојале прије пандемије и додавања нових рута у мрежу коју аеродром опслужује, што указује на значај чак и већег пакета подстицаја ради повећања потражње кроз нове руте, већу фреквентност и продуживање сезоне рада.

## Међународни аеродром Тузла

Подаци Дирекције за цивилно ваздухопловство Босне и Херцеговине и Агенције за статистику Босне и Херцеговине за 2019. годину показују да на Међународни аеродром Тузла отпада 31 процената укупног броја долазака. У првих девет мјесеци 2021. године тржишно учешће Међународног аеродрома Тузла смањено је на 26 процената. Као главно упориште *Wizz Air*, аеродром Тузла је у току 2021. године, дакле до данас, имао 217.000 путника, што представља смањење од 55 процената у односу на исти период 2019. године.

*Wizz Air* је у августу 2021. године најавио увођење двије нове авиолиније с Међународног аеродрома Тузла од децембра 2021. године, и то Милан – Малпенса у Италији и Нирмберг у Њемачкој, с два лета седмично за сваки. Обје руте ће се опслуживати авионима који нису стационарни у Тузли. Ова авиокомпанија планира и повећати присуство на аеродрому Тузла током предстојеће зимске сезоне с додатним летовима за Базел, Фридрихсхафен, Гетеборг, Малмо и Беч.

Као чврсто упориште *Wizz Air*, Међународни аеродром Тузла има важну улогу у опоравку туризма и подстицању будуће потражње. Аеродром Тузла никада није имао директних подстицаја, новчаних или било каквих других, за авиокомпаније које користе овај аеродром. Оно што аеродром у Тузли нуди јесу веома ниске накнаде за аеродромске услуге оним авиокомпанијама које се обавезу да аеродрому у Тузли донесу велики број летова и путника. То је оно што овај аеродром чини атрактивним.

## Међународни аеродром Мостар

Аеродром Мостар је најтеже погођен од свих аеродрома у Босни и Херцеговини с 95,82 посто мање путника у 2020. у односу на 2019. годину. Аеродром је у 2020. имао само 1.374 путника, што представља огроман пад у поређењу с 32.866 путника из 2019. године. Сви путници од априла 2020. године стизали су повременим (чартер) летовима, а од избијања пандемије аеродром није имамо никаквих редовних летова. Аеродром је изгубио авиокомпанију *Croatia Airlines* која је два пута седмично имала лет на релацији Мостар - Загреб, као и компанију *FlyBosnia* која је једном седмично летјела на релацији Рим - Мостар. Осим тога, једини редовни лет за Мостар у љето 2021. године који је требао обављати *Eurowings* је отказан.

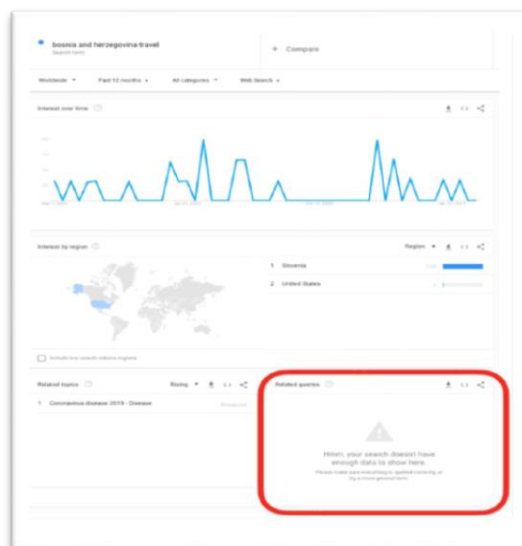
Као чвориште за цијелу херцеговачку регију, а посебно Међугорје, Међународни аеродром Мостар има потенцијал да привуче авиокомпаније с чартер летовима. Осим тога, *Turkish Airlines* је исказао интерес за нову авиолинију с истанбулског аеродрома с три лета седмично, коју би вјероватно одржавала њихова нискобуџетна фирма *AnadoluJet*. Имајући то у виду, кантонална влада и руководство аеродрома требали би размотрити атрактиван програм подстицаја ради привлачења чартер летова с приоритетних тржишта с великим потенцијалом за ходочасничка путовања, као и с тржишта Турске.

## Дигитална заступљеност БиХ

Дигитални извори постали су главни извори инспирације и прављења резервација за путовања, који туристичким организацијама пружају јефтине, циљане и мјерљиве маркетиншке алате. Анализа планова дигиталног маркетинга и кампања на друштвеним медијима коју је УСАИД-ов пројекат Туризам припремио за БиХ у јулу 2021. године указала је на то да се БиХ, у којој 80 процената страних туриста долази у ФБиХ, суочава с јединственим изазовом. Недостатак дестинацијског брэнда, непостојање државне или туристичке заједнице ФБиХ на дестинацији, заједно с малим буџетом за дигиталну промоцију и недовољним људским ресурсима, довели су до великог недостатка видљивости на интернету.

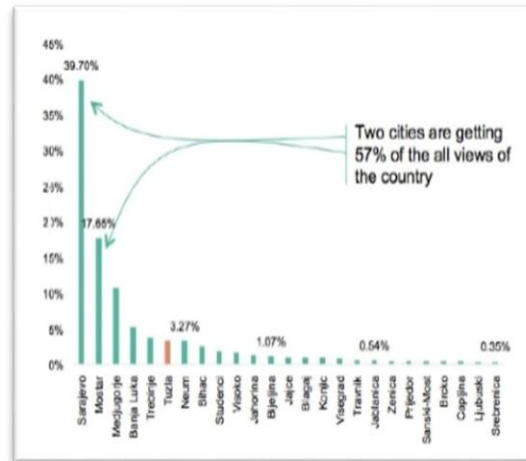
Иако је анализа показала постојање конкретног интереса и претраге за садржајима везаним за дестинације, а нарочито из земаља региона, веома мало тога доведе до посјете интернетским страницама и коначно посјете самој дестинацији.

Када сагледамо овај интерес и да ли је он довео до посјете конкретним интернетским страницама, видимо једну потпуно другачију слику. Недостатак присутности дестинације, брэнда или централног мјеста с информацијама о путовању у БиХ значи да веома мало исказаног интереса доведе до конкретних резултата. Мјерење *онлајн* присутности дестинације у потпуности путем апликација трећих лица ради анализе коришћених појмова специфичних за путовања и туризам није могуће, јер нема довољно података за мјерење, а да се при томе не користи превелики временски оквир. То практично значи да је дестинација невидљива (слика 1). Ово није ограничено само на *онлајн* претраживања. Наиме, *TripAdvisor* је 2019. године забиљежио 4,3 милиона претрага садржаја везаним за туризам и путовања у БиХ, од чега је само 151.600 довело до посјете интернетским страницама на којима су представљени производи.

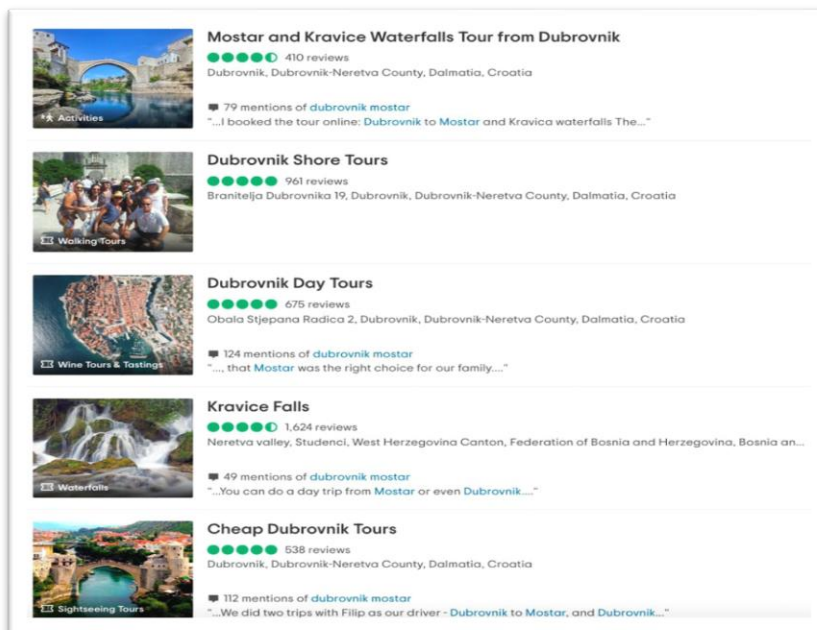


Слика 1. Google Trends, 2021

Подаци *TripAdvisor* за 2019. godinu такође показују да на Сарајево и Мостар отпада 57% свих прегледа земље, док атракције у ФБиХ не привлаче пуно пажње или су практично непознате страним гостима (слика 2). Мостар је засигурно најлакше уочљива дестинација у земљи. Међутим, највеће учешће садржаја који се објављују на интернету су садржаји на друштвеним медијима које објављују гости и туроператери. С обзиром на то да гости који из Хрватске долазе у једнодневну посјету, као и туроператери који их доводе, објављују највише овог садржаја, и то вјероватно раде из својих хотела или канцеларија у Дубровнику, бројне *онлајн* платформе и апликације за мапирање показују Мостар као дио Хрватске (слика 3). Ови изазови нису политичке већ алгоритамске природе.



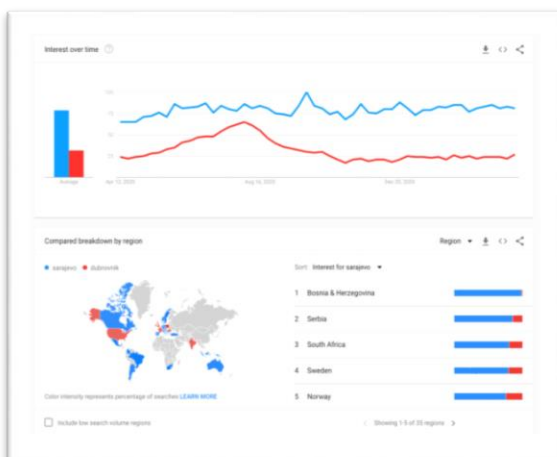
Слика 2. *TripAdvisor*, 2019.



Слика 3: *TripAdvisor*, 2019.

## Кантон Сарајево

Међу три туристичке заједнице које су анализирани као дио анализе коју је урадио УСАИД-ов пројекат Туризам, дакле, Сарајево, Тузла и Херцеговачко – неретванска, Туристичка заједница КС је најистакнутија туристичка заједница када се ради о претрагама везаним за путовања и туризам. Сарајево је добро познато име. Интересантан податак је да сам назив (без појмова везаних за путовања) има већи број претрага од Дубровника, с повезницама на садржаје који досежу уназад до времена Првог свјетског рата (слика 4).



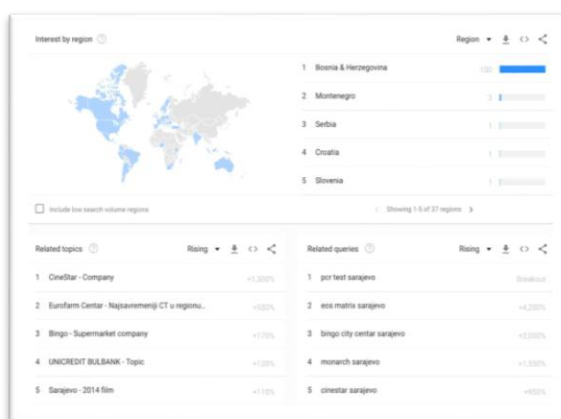
Слика 4. Google Trends, 2021

Велики дио ових претрага, међутим, није везан за путовања и туризам и покривају широк дијапазон тема, као што се може видјети на слици 5.

Док се дестинација бори за свој *онлајн* профил, велики број постојећих претрага упућује се на ТЗ КС (*Visit Sarajevo*), вјероватно због препознатљивости имена у свијету. Много је простора за побољшања, али ако из претраге искључимо појмове везане за туризам и путовања и упишемо и претражујемо само појам „Сарајево“, ТЗ КС се не појављује у првих 10 резултата. Интересантно је да, рецимо, првих 10 резултата претраге за појам „Сарајево“ чине примарно туристичке платформе *TripAdvisor*, *Lonely Planet* и *Booking.com*.

Ово није никакво изненађење с обзиром на профил, повезнице и промет на овим страницама и то је познато као ефекат рекламе на *онлајн* туристичким платформама, **који може бити од користи за дестинацију и оправдава сарадњу с овим платформама.**

Туристичка заједница КС (*Visit Sarajevo*) уложила је средства у нову интернетску страницу која обухвата и директоријум с вањским повезницама обухваћених субјеката. Кад се ова интернетска страница буде више користила и када буде индексирана од стране претраживача, допринијеће бољој видљивости странице приликом претраживања. То ће онда пословним субјектима увршћеним на страницу омогућити ефекте рекламе од интернетске странице ТЗ КС.

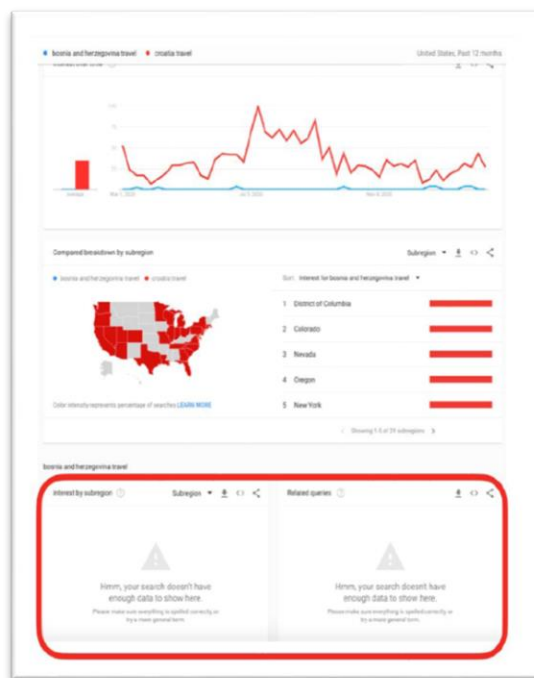


Слика 5. Google Trends, 2021

## Херцеговачко - неретвански кантон

Иако се Мостар и Међугорје, који се сврставају међу најпопуларније дестинације у земљи, налазе у Херцеговини, Туристичка заједница ХНК има изузетно ограничено и неразвијено присуство и видљивост на интернету.

Присутност Туристичке заједнице ХНК на друштвеним медијима ограничена је само на налог на Фејсбуку на којем се дијеле пословне вијести и обавјештења која подстичу мало или нимало ангажмана, као и канал на Јутјубу с два видеозаписа. Хитно је потребно активирати налоге на Инстаграму и Твиттеру, те имати једну у потпуности нову стратегију за друштвене медије ради израде и управљања циљаним, мјерљивим објавама и кампањама на друштвеним медијима које подстичу комуникацију. Иако је Туристичка заједница ХНК присутна на интернету, има веома лош профил за претраживање. Страница се не појављује међу првих десет резултата директне претраге по називу регије или било којим другим појмовима везаним за путовања. Један од разлога томе лежи вјероватно у различитом писању назива, наиме „Herzegovina“ се користи у свијету, док се „Херцеговина“ користи на локалном нивоу, укључујући и званичан назив интернетске странице Туристичке заједнице ХНК. Претраге за Мостар углавном дају повезнице историјске природе, везане за Унеско и Википедију, док међу првих десет резултата нема нити једне туристичке интернетске странице. То је прилично необично за једну од већих туристичких атракција. Приликом утврђивања полазне основе за кампање, уобичајена је пракса да се направи поређење с конкурентним дестинацијама, те се утврди и види гдје се дестинација налази у односу на друге. Међутим, још једном треба истакнути да тренутно нема одговарајућих података за поређење с другим дестинацијама и утврђивање профила тржишта у смислу путовања, као што се то може направити за Хрватску (слика 6).



Слика 6. Google Trends, 2021

## Тузлански кантон

За разлику од Туристичке заједнице КС (*Visit Sarajevo*), Туристичка заједница Тузланског кантона има веома ограничено присуство на интернету, које граничи с невидљивошћу, као што је то случај и с Туристичком заједницом Херцеговачко - неретванског кантона. Присутност на друштвеним медијима ограничена је на страницу на Фејсбуку на којој се објављују пословне вијести које подстичу мало или нимало ангажмана, неактиван налог на Инстаграму и неискоришћен Јутјуб канал.

## РАЗУМИЈЕВАЊЕ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА И ИСКУСТАВА ФБИХ

*Стварање препознатљивих, јединствених производа у облику искустава и доживљаја заснованих на аутентичности и разноврсности*

## ЛАНЦА ВРИЈЕДНОСТИ ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА ФБИХ И ПРИОРИТЕТИ РАЗВОЈА

Федерација Босне и Херцеговине има богату туристичку понуду засновану на природи и спортско - рекреативним активностима, култури и наслеђу, те вјери/религији. Разноликост и број природних дестинација и атракција у ФБиХ пружају карактеристична и узбудљива искуства, која могу допринијети повећању броја туриста и инвестиција. Важан елемент повећавања укупне конкурентности туризма у ФБиХ биће могућност превазилажења важних изазова у развоју туристичких производа. У креирању компаративне предности ФБиХ помоћи ће и усмјереност на конкретне циљне програме рада, осмишљене тако да се у свим аспектима ланца вриједности производа креирају сјајна искуства за госте.

**Карактеристични туристички ресурси ФБиХ су:** Природни - планине, планински ланци, клисуре, кањони, пећине, шпиле, поља у кршу, крашки облици (вртаче, шкрапе...), море, језера, ријеке, подземне ријеке, термалне воде, флора и фауна, планински пејзажи, низински или пејзажи релативно ниског рељефа, приморски пејзажи; Антропогени - сачувани остаци прошлих цивилизација и њихова технолошка достигнућа, споменици, урбанистичке цјелине, умјетничка остварења, материјална и духовна култура народа, установе које организују образовне и образовно - рекреационе активности или манифестације, мање или веће просторне цјелине које је створио човјек својим радом и умијећем, те музеји, галерије, споменици из историјског и културног развоја; достигнућа у архитектури, ликовној, музичкој и позоришној умјетности.

У табели испод дат је преглед ланца вриједности туристичких производа у ФБиХ, те су дефинисани приоритети развоја током периода спровођења ове стратегије. Приоритети су груписани у двије категорије:

- Приоритет 1: Развој у краткорочном и средњорочном периоду 2022-2024.
- Приоритет 2: Развој у средњорочном и дугорочном периоду 2025-2027.



Табела 12. Приоритети за ланац вриједности туристичких производа

ПРОИЗВОД	КАТЕГОРИЈА		ПРИОРИТЕТ
<b>ПРИСТУП И ПРИСТУПАЧНОСТ</b>			
Приступ	Ваздушни	• Аеродроми	1
	Копнени	• Гранични прелази	1
Превоз	Ваздушни	• Авиокомпаније	1
		• Изнајмљивање аутомобила	1
	Копнени	• Туристички аутобуси	1
		• Жељезница	2
		• Такси	1
Услуге гостима	Информације	• Информациони центри	1
		• Натписи и сигнализација	1
		• Доступност интернета	1
	Јавне услуге	• Тоалети	1
		• Мјеста за одмор	2
		• Чистоћа	1
		• Приступачност	1
<b>СМЈЕШТАЈ</b>			
Hotели	• 5 звјездица		1
	• 4 звјездица		1
	• 3 звјездица		1
	• 2 звјездица		2
Мотели			1
Рурални и урбани смјештај			1
Кампови			1
Хостели			2
<b>ПРИРОДНИ И СПОРТСКО - РЕКРЕАТИВНИ РЕСУРСИ</b>			
Авантура	На земљи и у ваздуху	• Зимски спортови	1
		• Пјешачење и планинарење	
		• Бициклизам	1
		• Пењање	1
		• Посматрање природе	
		• Посматрање (посматрање медведа, посматрање птица)	2
		• Спелеологија	2
		• Параглајдинг	
	На/у води	• Рафтинг	1
		• Вожња кајаком	1
		• Вожња кануом	1
		• Мушичарење	1
		• Роњење	1

	Првенства и такмичења	<ul style="list-style-type: none"> <li>• За искуства изнад категорисана као приоритет 1 (нпр. зимски спортови)</li> </ul>	1
<b>Бање и љечилишта</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бање и љечилишта (медицинске установе)</li> <li>• Термални извори</li> </ul>	2 2
<b>КУЛТУРНА ДОБРА И НАСЉЕЂЕ</b>			
	Рурални	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Агротуризам</li> </ul>	1
	Гастро	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Аутентична храна и пића</li> <li>• Угоститељски објекти</li> </ul>	1 1
	Занати	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Произвођачи</li> <li>• Продавнице сувенира (занатских производа)</li> </ul>	1 2
	Историја и археологија	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Локалитети и споменици</li> <li>• Музеји</li> </ul>	1 1
	Фестивали	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Жетва</li> <li>• Фестивали хране</li> <li>• Фестивали пића (вина, сокова, ракија, итд)</li> </ul>	1 1 1
<b>ВЈЕРА И РЕЛИГИЈА</b>			
	Хришћани	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ходочашћа</li> <li>• Манастири/цркве</li> <li>• Самостани</li> <li>• Стара гробља</li> </ul>	1 1 1 1
	Муслимани	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Старе џамије/ходочашћа</li> </ul>	1
	Јевреји	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Старе синагоге</li> <li>• Гробља</li> </ul>	1 1
	Празници	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Божић</li> <li>• Рамазански и Курбан-бајрам</li> <li>• Ускрс/Васкрс</li> <li>• Пасха и Ханука</li> <li>• Остали</li> </ul>	1 1 1 1
<b>УСЛУГЕ ДОДАНЕ ВРИЈЕДНОСТИ</b>			
	Забава	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Музичке манифестације</li> <li>• Параде и приредбе</li> <li>• Кафићи и барови</li> </ul>	1 1

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Клубови и ноћни живот</li> <li>• Водени паркови</li> <li>• Куглане... итд.</li> </ul>	
	Рекреација	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рекреација у природи</li> <li>• Спортско - рекреациони објекти и</li> <li>• Терени</li> </ul>	<p style="text-align: right;">1 1 2 2</p>
	Шопинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Луксузне трговачке марке</li> <li>• Продавнице у централним градским зонама</li> </ul>	<p style="text-align: right;">2 1</p>

Како би се споменути циљеви остварили и како би се ФБиХ могла носити с етаблираним конкурентним дестинацијама, у стратегији развоја производа ФБиХ примјењује се приступ „истрајног рада и убрзавања развоја карактеристичних производа који ће привући пажњу тржишта и који ће локалним привредним субјектима и дестинацијама омогућити профитабилан и одржив раст“, а који се наслања на приоритете у погледу развоја производа.

### ТРОСТРАНИ ПРИСТУП РАЗВОЈУ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА

Рјешавање раније споменутих изазова може отворити могућност да се у ФБиХ привуче већи проценат туриста веће платежне моћи и да се побољша укупна ефикасност сектора туризма. То значи позиционирање дестинације у функцији туристичких вриједности у односу на обим туризма, што зависи од фактора као што су повећање броја различитих производа, побољшање квалитета, више садржаја и дестинацијског маркетинга, између осталог.

Да би био успјешан, развој туристичког производа треба бити заснован на реалности онога што ФБиХ може подржати и надаље мора одражавати оно што је јединствено и по чему се разликује оно што ФБиХ има да понуди. За то је потребно планирање, посебно просторно планирање, које подразумијева координацију организације развоја у оквиру одређеног географског подручја.

Убрзан развој производа ће у исто вријеме омогућити ФБиХ да се усмјери на туристе веће платежне моћи, те да се повећа потрошња унутар дестинације. С диверзификацијом базе производа повећаће се привлачност ФБиХ и убрзати улагања, те се очекује да ће ово подстакнути одржив раст у свим дијеловима привреде ФБиХ. Како би се постигла жељена карактеристичност и посебност, „искуствена“ врста туристичких производа чиниће свеобухватан приступ развоју производа, што ће се остварити пажљивим осмишљавањем искустава и доживљаја.

Како би се све то остварило, у Стратегији се примјењује тространи приступ (модел):

1. Развијати кантоне као кластере за развој туризма
2. Повезивати локације и атракције кроз примарне и секундарне центре (дестинације)
3. Развити и промовисати препознатљива искуства

#### Користи планираних кластера туристичке дестинације

- **Помажу да се створи критична маса** – како би обезбјеђивање различитих врста садржаја и услуга унутар датог подручја било одрживо.
- **Остварују вриједност** стварањем целине која је већа од збира дијелова.
- **Помажу да се унесе разноврсност у понуду производа** тако да се они могу промовисати на различитим тржишним сегментима, те се тако олакшава брендирање производа.
- **Омогућавају симбиозу различитих облика развоја туризма** – одређивање подручја намијењених искључиво авантуристичком туризму или туризму у природи, али и других подручја за интензивнију употребу.
- Пружају могућност стварања окружења којим се осигурава **усклађено и комплементарно коришћење земљишта**.
- Успостављање кластера за развој туризма с **водећим туристичким атракцијама** које ће обогатити туристичку понуду, учврстити позицију ФБиХ и служити као магнет за привлачење туриста.

#### ***Кластери за развој туризма***

Планирање кластера туристичке дестинације омогућава ФБиХ да у кантонима утврди географска подручја или кластере за развој туризма, при чему ће се у оквиру сваког кластера наслањати на постојеће, карактеристичне и особене ресурсе, искуства и понуде за привлачење туриста. Како би се избјегло појављивање некоординисаних „подручја развоја“, будући пројекти би требали бити повезани и интегрисани с остатком дестинације.

***Примарни и секундарни центри (дестинације).*** Модел повезује руте између атракција унутар њих или између различитих кластера, док су примарни центри (већи локалитети или атракције) повезани с најближим секундарним центрима (атракције или секундарне дестинације – мањи градови и села). Они се потом могу објединити у тематске пакет-аранжмане (производе, итинерере), односно планове пута и руте које обухватају не само посјету једном локалитету већ посјету у трајању од пола или цијелог дана, која обухвата више локалитета унутар једног кластера. Стратегија развоја туризма ФБиХ на почетку се може ослонити на постојеће примарне центре (као што су Сарајево и Мостар) и повезати околне локалитете (атракције, мање градове или села), те туристима понудити авантуристичке, руралне, вјерске локалитете, атракције, археолошке локалитете, итд. како би се продужио њихов боравак и повећала потрошња.

**Препознатљива искуства.** У оквиру модела препознатљивих искустава изванредни туристички производи и искуства карактеристична за дату дестинацију обједињавају се у пакет-аранжмане и промовишу с циљем да локална искуства и доживљаји добију на вриједности и да се привуку туристи који остварују већу потрошњу. ФБиХ треба охрабрити предузетнике да развију карактеристична и јединствена искуства и доживљаје, који се могу промовисати локално, на регионалном и међународном нивоу као другачија искуства која обећавају квалитет и посебност.

#### Могуће теме препознатљивих искустава

1. **Величанствена природа** (НП Уна, ПП Блудиње и Хутово блато, ЗП Коњух, СП Прокошко језеро, Тајан, Врело Босне, Скакавац, Бијамбаре, Требевић)
2. **Жива, материјална и нематеријална баштина** (дрворезбарство у Коњицу, „Дани жетве“ на Купресу)
3. **Пустоловине и умјерене авантуре** (вожња кануа по Требижату, рафтинг на Неретви, пењање, планинарење)
4. **Духовна открића** (Благај, Житомислићи, Међугорје, Ајватовица, итд)
5. **Динамични градови** (Сарајево, Мостар, Тузла, Бихаћ, Јајце, Травник)
6. **Храна и вино** (Винска цеста Херцеговине, Чимбуријада у Зеници, Раштикијада у Грудам)

#### Примјена тространог приступа развоју производа

За стратешки развој сваког утврђеног туристичког кластера (кантона) предлаже се приступ „одоздо-нагоре“ који се наслања на карактеристичне и другачије производе и понуде сваког појединачног кластера и повезује утврђени примарни центар датог кластера са секундарним мјестима унутар њега или околних кластера, при чему се подстиче осмишљавање или развој посебних искустава и доживљаја.

#### Одређивање приоритетних туристичких кластера

Одређивање приоритета ће се заснивати на непосредним и краткорочним, као и средњорочним и дугорочним основама, док ће се олакшавање, подстицање и обезбјеђивање развоја производа и подршке маркетингу осигурати приоритетним кластерима у непосредном и краткорочном периоду. Непосредни и краткорочни периоди биће 2022-2024, док ће средњорочни и дугорочни периоди бити 2025-2027. година.

За примјену тространог приступа биће потребно:

1. Одређивање и утврђивање приоритетних кластера према расположивости, спремности, недостацима и привлачности производа туристима с главних циљних тржишта, који су даље разрађени у оквиру Приоритета 2. Дестинацијски маркетинг, као и покретање рада на унапређењу производа, а тако и активностима на њиховом развоју. Особеност постојећих ресурса и тематских искустава и доживљаја биће основа брендирања мјеста и претпоставки вриједности којима ће се кластер кроз маркетинг, промоцију и продају позиционирати потенцијалним туристима.
2. Утврђивање примарног центра (дестинације) у оквиру сваког кластера и околних секундарних центара (дестинација) и осмишљавање планова пута који повезују примарни с различитим секундарним

центрима (дестинацијама), као и секундарне центре (дестинације) једне с другима. Примарни центар (дестинација) утврђује се као најистакнутија атракција датог кластера, без обзира на то да ли се ради о културном или другом насљеђу, спортско - рекреативним капацитетима и природи, или другим ресурсима. Секундарни центри (дестинације) утврђују се на основу близине примарном центру (дестинацији) (на примјер, не ближе од 10 km и не даље од 30 km) постојеће понуде тематских искустава и доживљаја, атракција и активности. Примарни и секундарни центри (дестинације) утврђују се кроз консултације с актерима и локалним заједницама датог кластера.

3. Означавање препознатљивог искуства које задовољава критеријуме:
  - а) да је јединствено и да се не може лако поновити, б) да је усклађено с приоритетним, раније дефинисаним профилима модела Explorer Quotient (EQ), Удружења авантуристичког туризма (АТТА) и модела особа које путују из вјерских разлога, ц) одговара искуственој привлачности приоритетних профила туриста, д) категорисано је према моделу туристичког искуства који нуди компоненту „рада“ и/или „сазнавања“ и, е) одговара једној од приоритетних тема модела „Препознатљивог искуства“ (видјети издвојени правоугаоник на почетку ове секције) које су детаљније разрађене као дио модела „Препознатљивог искуства“ Босне и Херцеговине.<sup>14</sup>

Овај процес може и треба покренути Федерално министарство животне средине и туризма у блиској сарадњи с кантоналним министарствима надлежним за област туризма и, још важније, с главним актерима из сваког кластера. То гарантује постизање равнотеже између приступа „одозго-надоље“, у којем су улоге министарстава и туристичких заједница кључне, и приступа „одоздо-нагоре“, у којем су учешће локалног нивоа и учешће приватног сектора од пресудног значаја.

## **ИЗГЛЕДНА МОГУЋНОСТ: УНОСАН СЕГМЕНТ ПОСЛОВНИХ ПУТОВАЊА**

Географски положај БиХ у срцу Европе, регионално и глобално конкурентне привредне дјелатности као што су извоз дрвета, метала и слично, као и чињеница да се регионална сједишта неких регионалних компанија налазе у БиХ чине је, а ФБиХ посебно, дестинацијом коју вриједи узети у разматрање за уносан сегмент пословних путовања, односно пословно - конгресни туризам. Заједно с туристичком понудом и искуствима која се нуде у ФБиХ, с посебним освртом на алтернативна мјеста одржавања састанака и могућности организације догађаја ради јачања тима, с неопходним позиционирањем, маркетингом и развојем производа, односно искустава, ФБиХ може предузети озбиљне кораке ка томе да постане конкурентна дестинација на регионалном нивоу.

Искуства и доживљаји могу се објединити у пакет-аранжмане које ће промовисати и продавати Туристичка заједница ФБиХ у сарадњи с кантоналним туристичким заједницама, локалним и страним

---

<sup>14</sup>Модел „Препознатљивог искуства Босне и Херцеговине“ припремио је УСАИД-ов Пројекат развоја одрживог туризма у Босни и Херцеговини (Туризам).

туроператерима, смјештајним објектима и пружаоцима услуга преко њихових пословних канала и канала које користе за клијенте. Кластери, примарни и секундарни центри (дестинације) и препознатљива искуства такође пружају могућности за дубља, ангажованија и забавнија искуства за медије, блогере и инфлуенсере заинтересоване за одређене тржишне нише.

## ПРЕДЛОЖЕНИ ТУРИСТИЧКИ КЛАСТЕРИ

Иако списак дат ниже у тексту прати административну структуру ФБиХ и представља десет кантона, треба напоменути да су они посматрани као туристички кластери с обзиром на њихову јединствену туристичку понуду, доминантну тему и спремност за пласман на тржиште. Представљене информације дијелом су преузете из нацрта или финалних верзија кантоналних развојних стратегија, тамо гдје су биле доступне.

### **Унско - сански кантон**

Захваљујући близини Европској унији, непостојању индустрије, богатој културној и историјској баштини, вриједним природним ресурсима (земљишту, шумама, водама, рудама) и Националном парку „Уна“, овај кластер је имао позитиван развој сектора туризма, посебно захваљујући нетакнутој природи и НП „Уна“ који привлаче све већи број посјетилаца. Унско - сански кантон чини 8 јединица локалне самоуправе (Бихаћ, Цазин, Босанска Крупа, Босански Петровац, Бужим, Кључ, Сански Мост и Велика Кладуша) које нуде низ различитих туристичких атракција с огромним потенцијалом за развој туризма.

- *Вриједности које се нуде:* Посебну вриједност за УСК представља Национални парк Уна са својим природним љепотама и заштићеним подручјем, те шуме и водно богатство који представљају природну, еколошку, привредну и туристичку вриједност овог подручја. Јединствена природна добра ријека и биодиверзитета, посебно ријеке Уне и Националног парка „Уна“, као и богато културно и историјско наслеђе, представљају основу за квалитетну заштиту културног наслеђа и одрживо управљање у области туризма.
- *Ресурси:* Подручје УСК богато је ријечним водотоцима Уне, Сане, Санице, Бањице, Корчанице и других ријека, као и изворима минералних, термалних и термоминералних вода, од којих се најпознатији налазе на локалитетима Томина илица код Санског Моста, Ћуковска минерална вода и извор Гата код Бихаћа, извор Светиња у Бужиму. На подручју УСК постоје и споменици природе: Седрено подручје Уне у Мартин Броду, Црни извори на ријеци Унац у Мартин Броду, Извор ријеке Клокот, Миланчев бук на ријеци Уни у Мартин Броду, Средњи бук на ријеци Уни у Мартин Броду, Велики слाप на ријеци Уни у Мартин Броду, Штрбачки бук, Пећина код Мартин Брода, врело Островице, извор ријеке Крушнице, извор ријеке Дабар, водопад Блихе и Дабарска пећина. Поред тога, постоји и строги резерват природе прашума „Пљешевица“ на планини Пљешевици; специјални резерват природе пећина „Хрустовача“ у Врхпољу код Санског Моста; резерват природе „Сувајско међугорје“ код Босанске

Крупне, потом јаподска културна баштина, широко распрострањено пчеларство и сакупљање биља.

- *Искусства и дозивљају:* Манифестације и фестивали, од којих су најпознатији позоришни фестивал Бихаћко љето, филмски фестивал „Авант & Уна“, фестивал традиционалне музике севдаха – Севдах фест, Унска регата, скокови с градског моста у Бихаћу, штрапаријада (коњи), кестенијада, трка Цазин гран при, теферич, траханијада, мушичарење.
- *Активности:* Рафтинг, бициклизам, екстремни спортови, планинарење, мушичарење.
- *Атракције:*
  - *Природне атракције:* Национални парк „Уна“, седрене творевине на Уни и Црни извори на ријеци Унац код Мартин Брода, Миланчев бук, Средњи бук и Велики слат на ријеци Уни код Мартин Брода, Штрбачки бук, Пећина у близини Мартин Брода, планина Грмеч, извори ријека Клокот, Крушница и Дабар, Врело Островице, водопад Блиха и Дабарска пећина, ријека Крушница (рај за мушичарење). На планини Пљешевица налази се шума Пљешевица, пећина Хрустовача код Санског Моста и Сувајско међугорје у Босанској Крупи.
  - *Атракције културне баштине:* 54 национална споменика, 340 споменика препознатих на кантоналном нивоу, бројни градови/тврђаве, од којих су најпознатији Острожац и Соколац.
  - *Гастро:* За више информација погледајте наредни дио (Преглед гастропонуде).
- *Препоруке:*
  1. Повећати промоцију НП „Уна“ и водених ресурса Унско-санског кантона као главне атракције за цио регион;
  2. Даље развијати Зелену стазу „Виа Динарика“ да би се с њом повезале природне атракције у Крајини;
  3. Изградити капацитете за одрживо управљање и коришћење природних ресурса;
  4. Направити нове туристичке атракције и производе;
  5. Побољшати туристичку сигнализацију;
  6. Повећати понуду туристичког смјештаја (посебно у руралним подручјима и камповима);
  7. Развој културног туризма, здравственог, бањског туризма и апитуризам.

### **Посавски кантон**

За разлику од остатка Босне и Херцеговине, Посавина нема брдско - планинског подручја, максимална надморска висина је 200 m, с обзиром на то да се налази у равници између двије ријеке, Саве и Босне. Богата и разноврсна ихтиолошка понуда ових ријека, те многи порибљени ровови настали ископавањем земље и експлоатацијом шљунка указују да је ово подручје изузетно атрактивно са становишта туристичко - риболовне понуде, те привлачи велик број туриста, нарочито у љетној сезони. У погледу туристичке понуде овај локалитет нуди могућности ловног, риболовног, рекреативног и спортског туризма (сплаварење). С обзиром на то да се приступ ове стратегије заснова на одрживом туризму, лов се



као активност не би требао промовисати искључиво као ловни туризам, већ се исти замијенити посматрањем дивљих животиња које се све брже развија и може донијети значајне приходе без негативног утицаја на животну средину. Неке од дивљих животиња које преовладавају на овом подручју су: срнећа дивљач, дивље свиње и дивљи зец, док је од пернатих дивљачи највише заступљен фазан који се редовно уноси у ловиште, а ту су још и дивље патке станарице и дивље гуске.

Културно - историјско наслеђе (археолошка налазишта, национални споменици) представљају базу за развој културног туризма. У том погледу могу се разматрати археолошка налазишта из праисторијског, римског и средњовјековног периода и др. Значајно културно - историјско наслеђе Посавског кантона представљају и национални споменици:

- зграда општине (Беледија или Мала вијећница) у Оџаку;
- историјска грађевина и Жупна црква Узнесења Блажене Дјевице Марије и Фрањевачки самостан у Толиси као градитељска цјелина.

Посавски кантон има дугу развијену, добро познату традицију прављења намјештаја од прућа, такође, за развој туризма важно је нагласити и тамно и цијењено дрво „абонос“ (храстовина извађена из муља ријеке), чији је примјерак први пут пронађен 1988. године на локалитету „Бегова бара“ у Оштрој Луци, а 2004. године почело је његово извлачење из воде. Старост налазишта је 5.890 година. Од тог дрвета израђују се разни предмети, украси, опрема и намјештај за домаћинство.

Најзначајнији пројекти и манифестације које се одржавају на подручју Посавског кантона јесу: „Дани хрватског филма Иво Грегуревић“ у Орашју, „Посавско коло“ у Оџаку, „Домаљевачка тканица“ у Домаљевцу, „Дани Толисе“ у општини Орашје, „Међународни мотосусрети Орашје“ у Орашју, „Мусини дани“ у Оџаку, „Дани св. Ане“ у Врбовцу, „Фишијада“ у Орашју.

- Вриједности које се нуде: Јединствен географски положај између двије велике бх ријеке с три гранична прелаза на сјеверу с Европском унијом, с богатим природним ресурсима рибе, дивљих животиња и птица, као и традицијом плетења врбовог прућа ради производње намјештаја, израда предмета од храстовине абонос;
- Ресурси: ријеке Босна и Сава, католички самостани дуге традиције, остаци старих Римљана, бројни локални фестивали;
- Искуства и доживљаји: риболов, лов, фестивал, плетење врбовог прућа, сплаварење, изворна фолклорна културна баштина;

Препоруке:

1. Додатно развити посматрање птица (не лов) и спортски риболов;
2. Направити курсеве плетења врбовог прућа ради брендирања овог подручја као јединственог равничарског подручја у Босни и Херцеговини;
3. Користити плетење врбовог прућа као магнет за проширивање активности руралног туризма и одсједања у домаћинствима у региону Посавине;

- 4 Интензивирање процеса законске заштите природног наслеђа: сходно Нацрту Просторног плана Посавског кантона 2019-2039. под заштиту ставити сљедећа природна подручја и локалитете:
- а) Ријека Сава (Оџак) - подручје еколошке мреже Натура 2000,
  - б) Тишина (Домањевац - Шамац) – подручје еколошке мреже Натура 2000,
  - ц) Старача Војскова (Оџак) - заштићени пејзаж,
  - д) Вучијак (Оџак) - заштићени пејзаж.

### **Тузлански кантон (ТК)**

Тузлански кантон се налази у сјевероисточном дијелу Босне и Херцеговине и има повољан геотранспортни положај дуж главних путева и жељезнице у свим смјеровима. Природна је раскрсница путева и саобраћаја за шире подручје југоисточне и средње Европе, међутим, потребна су улагања у путну инфраструктуру како би се његов положај боље искористио, повезао се с већим бр. градовима и градовима у региону, те аутопутевима у Србији и Хрватској. Додатну повезаност омогућује Међународни аеродром Тузла. Сједиште кантона је у граду Тузла, који је културни, универзитетски и клинички центар овог региона, којој гравитирају друга урбана мјеста и општине које обухватају 13 јединица локалне самоуправе (5 градова и 8 општина): Бановићи, Челић, Добој-Исток, Грачаница, Градачац, Калесија, Кладањ, Лукавац, Сапна, Сребреник, Теочак, Тузла и Живинице. Ово подручје има туристичке потенцијале, међу којима је, осим планинских и других ријека, и неколико већих и мањих вјештачких језера. Потенцијали обухватају подручје заштићеног пејзажа Коњух.

- *Вриједности које се нуде:* Тузлански кантон мијења свој имиџ из индустријског региона у локалитет богат културном, историјском и индустријском баштином, заједно са задивљујућим природним ресурсима.
- *Ресурси:* Огромна заоставштина коју су на овом подручју оставиле различите цивилизације, од Илира, Келта, Римљана, старих Словена, до Бизантијског и Османског царства и Аустроугарске монархије. Археолошко наслеђе потиче из праисторијског, античког и средњовјековног периода, а ту су и средњовјековни градови, стећци, објекти сакралне архитектуре. Заштићени пејзаж „Коњух“, који се налази на територији општина Бановићи и Кладањ и града Живиница, има огроман потенцијал као туристичка дестинација за планинарење, бициклизам и искуства у природи. Подручје заштићеног пејзажа „Коњух“ дио је планине Коњух и скоро је у потпуности прекривено шумским екосистемима који садрже бројне природне вриједности и појаве, културно и историјско наслеђе и има сјајне претпоставке за развој туризма. Можда је и највећа атракција Тузланског кантона њена индустријска прошлост и садашњост. Стари рудници соли и бројне индустријске гране из периода Југославије створили су регион у којем живи радничка класа која има бројне традиције, индустрије, па чак и индустријске атракције које би могле привући одређену тржишну нишу. Неколико вјештачких језера такође доприноси туристичком развоју Тузланског кантона, од најпознатијег Панонског језера, до

језера Модрац, Бистарац, Рајског језера, језера Хазна, Видара, Сњежница, Мачковац и Вијенац. Минерални и термални извори, од којих се неки користе као бање, Слана бања Тутла, бања Илиџа у Градачцу, Терме Грачаница и Кладањска вода близу Кладња, такође представљају важне туристичке ресурсе.

- *Искусва и доживљаји*: „Тузла филм фестивал“, књижевни сусрети *Cum grano salis* у Тузли, колонија „Сребреник – отворени град умјетности“, „Сајам“ у Пурачићу, сајам „Лист“ у Лукавцу и „Сајам шљиве“ у Градачцу.
- *Активности*: Пливање у језерима, риболов, планинарење, планински бициклизам.
- *Атракције*:
  - *Природне атракције*: Заштићени пејзаж „Коњух“
  - *Атракције културне баштине*: На нивоу Тузланског кантона има 47 проглашених националних споменика. Највећи и најстарији археолошки локалитет је уже подручје града Тузла (насеље Сојеница из неолитског периода). У историјском и друштвеном животу средњовјековне босанске државе постојао је за Босну карактеристичан културни феномен који се проширио и на подручје данашњег Тузланског кантона, а то су стећци, камени град у Сребренику, тврђава „Соко“ у Грачаници и „Кула“ у Градачцу.
  - *Гастро*: За више информација види наредни дио (Преглед гастропонуде).
- *Препоруке*:
  1. Веза с Европом ваздушним путем није на адекватан начин искоришћена како би се Тузлански кантон промовисао као туристичка дестинација и привукли туристи из Европе, већ се више одржава као веза бх. дијаспоре с домовином;
  2. Брендирати Тузлански кантон као јединствен туристички локалитет у БиХ и подржати трансформацију ка здравственом, спортском, руралном туризму и агротуризму с богатом културном и историјском баштином;
  3. Модернизовати постојећи и развити нови садржај туристичке понуде и у исто вријеме радити на јачању квалификованих људских ресурса који посједују модерне вјештине, те тако допринијети одрживости туризма у Тузланском кантону;
  4. Развијати туристичку инфраструктуру и подстицати улагање у туризам;
  5. Истражити могућности представљања Тузле као локалитета индустријског наслеђа, при томе истичући дугу историју експлоатације руда и рударских постројења.

### **Зеничко - добојски кантон (ЗДК)**

ЗДК се налази у средишњем дијелу Босне и Херцеговине и четврти је по величини кантон у ФБиХ. Састоји се од дванаест градских, односно општинских јединица: Бреза, Добој - Југ, Какањ, Маглај, Олово, Тешањ, Усора, Вареш, Високо, Завидовићи, Зеница и Жепче. Зеница је административни центар кантона и у њој се често одржавају бројни важни спортски догађаји, као и репрезентативне утакмице из различитих спортова. Кантон у потпуности лежи у базену ријеке Босне у који се

цијелом дужином тока улијева велики број водотока. У погледу природних ресурса, ЗДК има значајан потенцијал за развој различитих облика туризма с обзиром на то да постоје повољни услови за културни, историјски, бањски, транзитни, ријечни, планински, вјерски, рурални, конгресни, сајамски, спортски туризам, као и за посматрање животиња и друге облике туризма. Препознатљива искуства овог кантона леже у ресурсима културне баштине, укључујући средњовјековне тврђаве, које су саставни дио Босанског краљевства, пирамиде у Високом, као један од највећих магнета за регион, као и туризам заснован на активностима у природи дуж Зелене стазе „Виа Динарика“ на заштићеним подручјима Понијера, Звијезде, Перуна и Тајана. Такође, један од значајних потенцијала за даљњи развој културне баштине у ЗДК лежи на простору Брезе, гдје је 1938. године пронађен епиграфски споменик (стела) Батона Дезидијатског на локалитету средњовјековне некрополе у околини Брезе. Батон Дезидијатски (заједно с Батоном Бреучким који је живио на подручју сјевероисточне Босне и Херцеговине и источне Славоније у Хрватској) био је предводник Великог илирског устанка који је у историји упамћен као један од већих устанака против Римског царства.

- *Вриједности које се нуде:* Бања Олово, долина ријеке Криваје, тврђаве (Врандучка, Бобовац и Краљева Сутјеска, Тешањска, Маглајска, Ластавица покрај Зенице, отворени музеј Мили близу Високог), парк Равне/пирамиде и друге археолошке дестинације; Зелена стаза „Виа Динарика“ која пролази подручјем Звијезде, Перуна, Понијера, Тајана)
- *Ресурси:* Заштићено подручје Тајан, пирамиде у Високом, Олимпијски базен у Брези, бројна вјештачка језера, стари градови (замкови), минерални и термални извори. Ријека Босна није туристички ресурс, али су бројне њене притоке прелијепе и могу се додатно развити за потребе туризма: Ставња, Фојничка ријека, Горуша, Радовљанска ријека, Трстионица, Згошћа, Рибница, Лашва, Бабина ријека, Кочева, Грачаничка ријека, Бистричак, потом Жељезница, Папратница, Љешница, Гостовићка ријека, Криваја и Усора; језера на Мошћаници на подручју града Зенице и језеро Машица на подручју општине Завидовићи, као и вјештачко језеро у општини Вареш, које је направљено комбинацијом природних и вјештачких фактора; у Тичићима, између Зенице и Какња, налазе се огромне количине квалитетних термо - минералних вода.
- *Искуства и доживљаји:* Посматрање звијезда на планини Звијезда у Варешу, посматрање и учествовање у старим ковачким праксама у Очевији, прављење коже у Високом, припрема сухомеснатих производа, медитација у тунелу парка Равне – то су главни производи који се могу претворити у искуства. У ЗДК се одржавају бројне културне манифестације као што су: „Чимбуријада“ и „Прољеће“ у Зеници, „Љето“ у Тешњу, Дани града Тешња и „Прољеће“ у Тешњу, „Студентско љето“ у Маглају; „Вацлаф“ – фестивал класичне музике, „Пекијада“ у селу Очевија близу Вареша, Ликовна колонија „Боровица“, Хатма - дова на Карићима, тзв. експедиција „Жељезна долина“ Вареш, „Базенијада“ у Брези, „Височко љето“ у Високом, „Жепачко љето“ и Мултиетничка смотра фолклора „Жепчу с љубављу“ у Жепчу. Осим тога, на подручју ЗДК организирају се и слjedeћи

фестивали: сајам пољопривредне и органске производње ОПЕН-с у Зеници, Међународни привредни сајам у Тешњу, сајам пољопривредно - прехранбених производа „Јесен у Високом“ и дани трговине, културе и спорта „Височко љето“ у Високом, као и сајам пољопривредно-прехранбених производа „Дани малине и меда“ и „Привредни форум“ у Жепчу.

- **Атракције:**

- *Природне атракције:* Споменик природе „Тајан“ с излетиштем Каменица код Завидовића; Понијери близу Какња; излетиште Храсно код Брезе, пирамиде у Високом; термалне воде у Тичићима;
- *Атракције културне баштине:* На подручју ЗДК налази се 60 националних споменика. Неки од најзначајнијих су: тврђава Врандук, Жупа светог Илије Пророка Зеница, некропола стећака Нажбил, Јасиковац, Какањ, џамија Куршумлија и светиште Св. Леополда Мандића Маглај; Узеирбеговића конак у Маглају, Стари град – тврђава Маглај, светиште Мајке Божје Олово, Стари град Тешањ, Стари град Бобовац, археолошки локалитет Мили у Арнаутовићима у Високом, историјско подручје Стари град Високи у Високом, Касноантичка базилика, те најмања поткуполна џамија у БиХ који се налазе у околини Брезе.

- **Препоруке:**

1. На дестинацијама Сметови, Лисац и Бистричак постоје потенцијали за планински туризам, међутим, потребна су инфраструктурна побољшања како би се привукао већи број туриста, као и уређење планинарских стаза;
2. Друге наведене развојне потребе су унапређење сарадње са сусједним и другим регионима ради развоја заокружених туристичких тематских производа и понуда и подршке иновацијама у области туризма (нпр. гастрономска понуда, етно, културни и здравствени туризам);
3. Подручје Вареша, Брезе, Завидовића и Какња у ЗДК има одличан систем стаза које повезују два заштићена подручја са Зеленом стазом "Виа Динарика" и требају бити препознатљиви производи за овај кантон;
4. Фрањевачки самостан и Црква Св. Ивана Крститеља у Краљевој Сутјесци (општина Какањ), укључујући посјете Дуспер кући, џамији султана ел-Фатиха и старом краљевском насељу Бобовац, представљају јединствени производ Босанског краљевства који треба даље развијати;
5. Очевија у општини Вареш дом је средњовјековне ковачке праксе јединствене у широм региону. То треба искористити на најбољи могући начин;
6. Фестивали попут „Чимбуријаде“ и „Пекијаде“ прилично су јединствени и могу се развити као препознатљиве манифестације Зеничко - добојског кантона;
7. Развијање истраживања живота и дјела Батона Дезидијатског на подручју општине Бреза дугорочно може значајно побољшати туристичку понуду у будућности у што виједи даље инвестирати. Краткорочно је потребно значајније увезати 4 постојећа национална

споменика у једну туристичку руту, те их даље повезати туристичком понудом у сусједним општинама;

8. Археолошки парк Босанска пирамида Сунца (БПС) у Високом постале су међународни магнет за циљану тржишну нишу. Развијен је и може бити и даље развијан као центар мистерије, медитације, духовности, алтернативног туризма, односно као центар холистичког здравственог туризма;
9. Споменик природе „Тајан“ може бити важан центар за посматрање дивљих животиња, викенд-одморе, бициклизам, планинарење, спелеологију;
10. Развојем Стазе босанских краљева могу се интегрирати јединствене понуде сваког града и направити се везе између виталних ресурса културне и природне баштине;
11. Тешањ је занимљив и важан центар, како за туризам, тако и за пословна путовања;
12. Тешањ има изврсну репутацију пословног центра и могао би бити модел и предводник развоја других подручја Зеничко - добојског кантона.

### **Босанско - подрињски кантон Горажде (БПК)**

БПК се налази у југоисточном дијелу Босне и Херцеговине, састоји се од три општине (Фоча и Пале у ФБиХ и Горажде) и по својој је површини други најмањи кантон. Постоје изванредни природни предуслови за развој руралног, али и авантуристичког туризма, за све оне који воле одморе у нетакнутој природи и камповање. Конкретније, постоји значајан потенцијал за развој ријечног, планинарског и планинског туризма. Потенцијали за спортски туризам и мушичарење одлични су на ријеци Дрини и њеним притокама (Прача, Колина и Коловска ријека), као и потенцијали за привлачење већег броја људи који возе кајак, веслача и рафтера. Иако постоји традиција лова у одређеним природним предјелима овог кантона, већа би атракција била када би се те активности претвориле у посматрање дивљих животиња.

- *Вриједности које се нуде:* Рурални туризам заснован на природним ресурсима, авантуристичке активности и спортови, као и близина Сарајева, као главног туристичког центра у Босни и Херцеговини.
- *Ресурси:* Ријека Дрина, врхови Црни Рајски Врх, Клек и Боровац; планински масив Руда Глава. Туристичко насеље Ада (комплекс с рестораном, низом бунгалова, новоизграђеном љетном баштом са 120 мјеста и пјешчаном плажом) налази се у Устиколини на ријечном острву 3 km низводно од Устиколине, гдје се налази и почетна станица рафтинга; Спортско - рекреативни центар "Руда Глава" налази се на обронцима планине Јахорине, на надморској висини од 1450 метара; излетиште „Бијеле воде“ – Крива Драга може бити идеално окружење за посматрање дивљих животиња, као и за туристе који воле нетакнуту природу.
- *Искусства и доживљаји:* Сајам хране у Устиколини којим се промовишу локални произвођачи и сајам „Дани јабуке“ у Горажду.
  - *Активности:* Рафтинг, вожња кајаком, риболов, планинарење, посматрање дивљих животиња

- **Атракције:**
  - *Природне атракције:* Излетиште Ророви у близини Горажда једно је од најпосјећенијих и најважнијих градских излетишта.
  - *Атракције културне баштине:* Насеље на локалитету Јагњило поред Зупчића, Турхан Емин-бегова џамија у Устикolini, Турбе Сијерчић у Оџаку, Семиз Али-пашино турбе с харемом џамије, римски мост у селу Кожетина, старо гробље на Пресјечи или црква у Сопотници, 325 некропола са стећцима на локалитету Горшић поље с УНЕСЦО-овеУНЕСЦО-ове листе у селу Хранчићи, Зебина шума, као и село Косаче, те гробље на Пресјечи с некрополама стећака, неолитско насеље Луг и мост у Кожетини познат као Римски мост у насељу Цвилин недалеко од Устикoline.
- **Препоруке:**
  1. Интензивирати промоцију туристичке понуде засноване на стратешким природним ресурсима, прије свега на спортском риболову и мушичарењу, камповању, планинарењу и рафтингу;
  2. Иако је БПК прилично мали, ипак има интересантну причу. Као једини кантон на истоку БиХ има значајан потенцијал за креативно приповиједање утицаја с Истока и представља врата ка остатку БиХ с истока;
  3. Интензивирати промоцију пројеката развоја туристичке инфраструктуре ради привлачења инвестиција;
  4. Побољшати сарадњу са сусједним регионима ради промоције регионалних туристичких тематских производа и доступних понуда (повезати са Сарајевом, НП „Сутјеска“, Вишеградом).

### **Средњобосански кантон (СБК)**

Средњобосански кантон изузетно је богат природним и културним наслеђем. Његова два највећа града, Јајце и Травник, имали су истакнуту улогу у историји Босне и Херцеговине. Осим тога, овај кантон пружа одличне активности на отвореном, јер садржи мноштво природних пејзажа који укључују планине, брда, ријеке, језера и клисуре. Најдужи планински ланац Влашић његов је главни адут. Карактеристични доживљај Средњобосанског кантона директно је везан за његово вишеслојно културно наслеђе у мјестима као што су Травник, Јајце, Гуча Гора, Фојница и Ајватовица, као и за обиље природних љепота које се огледају у атракцијама попут пливања и вожње кајаком на Пливским језерима, скијања на планини Влашић, шуме у Бугојну, крешевске планине Лопата на „Виа Динарици“, Прокошког језера и планине Вранице због планинске пастирске традиције.

- *Вриједности које се нуде:* Аутентична култура БиХ с боље развијеним авантуристичким туризмом може претворити СБК у најзанимљивију дестинацију у БиХ.
- *Resursi:* Градови Травник и Јајце као музеји на отвореном приказују историју од предримског доба преко Османског царства, Аустроугарске, до индустријског периода Југославије. Фрањевачки самостан Духа Светога с музејом у Фојници фасцинантан је врхунац средњовјековне Босне. Планине Влашић и Враница с богатом флором

и фауном, посебно специфичним биљем и узгојем оваца и пчела, као и производњом сира, скијалиште Бабановац, Плива и Прокошко језеро, шума у Бугојну за посматрање дивљих животиња, познато муслиманско ходочашће на Ајватовици (највећи вјерски и културни исламски догађај у Европи).

- *Искусва*: Скијање на планинама Влашић, Враница, Радушa и Ранча; бицикличка тура старом ускотрачном пругом Травник - Витез - Доњи Вакуф - Бусовача - Јајце, језера у Јајцу; произвођачи дрвеног угља у Фојници и околини; ткаље у Гучој Гори; планинарење „Виa Динариком“ на планини Лопата; посматрање дивљих животиња у шумама у Бугојну; возња кануом или кајаком на Пливским језерима.
- *Атракције*: Тетовирање жена, Јајце – музеј на отвореном и Пливска језера, влашићки пастири и производња сира, поткивање јаја у Кршеву, влашићки пчелари, лов у Бугојну (претварање ове активности у посматрање животиња), Ајватовица – муслиманско ходочашће; Светиште Светог Ивана Крститеља у Подмилачју најстарије је католичко ходочасничко мјесто у БиХ, испирање злата у Лашви, Травник - музеј на отвореном.
- *Препоруке*:
  1. Развити капацитете за боље коришћење природних и културних ресурса како би се планине Влашић, Радушa, Ростово и Ранча користиле за развој авантуристичког туризма;
  2. Креирати нове туристичке атракције и производе (посматрање дивљих животиња у шуми у Бугојну, Титова стаза, сирарство с мјештанима на Влашићу);
  3. Осмислити радионице за производњу сира и меда за туристе, као и радионице тетовирања, за планине Влашић и Враницу;
  4. Користити јединствене карактеристике сваке заједнице у сврху брендирања и маркетинга (нпр. за сир с Влашића, мед из Лопате);
  5. Побољшати туристичку сигнализацију широм СБК;
  6. Повећати понуду туристичког смјештаја, истражити могућност организовања обука за мјештане села у кантону;
  7. Увести посебне радионице приповиједања и обуке за туристичке водиче и агенције, као и друге организације које раде у туризму;
  8. Унаприједити јавни приказ презентације и тумачења богатог градитељског наслеђа из различитих периода.

### ***Херцеговачко - неретвански кантон (ХНК)***

ХНК је регион БиХ који је обдарен многим културним и природним богатствима. Управо та синергија његовог културног и природног наслеђа чини га изузетно атрактивном туристичком дестинацијом. Захваљујући близини ЕУ, изостанку индустрије, богатом културно - историјском наслеђу, вриједним природним добрима као што су шуме, ријеке, оранице, паркови природе, овај кантон је други најпосјећенији у ФБиХ с 25% укупног броја туриста. ХНК је једини кантон с приступом обали у Неуму. Уједно је и центар вјерског туризма (Маријанско светиште Госпе Међугорске, Међугорје, Манастир Житомислићи, Текија у Благају), те једно од главних чворишта Винског пута Херцеговине. Централни дијелови овог региона су Мостар – њен административни и културни центар, Међугорје и Неум. Постоји неколико локалитета УНЕСЦО-ове



баштине, и материјалних и нематеријалних, попут Старог моста у Мостару, некрополе Радимља у Стоцу и дрворезбара у Коњицу.

- *Вриједности које се нуде:* Јединствено природно и културно наслеђе, богата гастрономија и врхунска вина.
- *Ресурси:* Јадрански обални град Неум, ријеке (Неретва, Требижат, Брегава, Ракитница, Мала Неретвица и многе друге), паркови природе „Блидиње“ и „Хутово блато“, Међугорје, Благај, Житомислићи, УНЕСЦО-ова баштина, Аеродром Мостар, Столац, Чапљина, Коњиц, Јабланичко и Борачко језеро, Лукомир.
- *Искусва:* Догађаји и фестивали у Мостару, рафтинг на Неретви, вожња кануом на ријеци Требижат, скокови са Старог моста у Мостару, коњички дрворез.
- *Активности:* Рафтинг, вожња кануом, бициклизам, планинарење, културни излети, спелеологија, брдски бициклизам.
- *Атракције:*
  - *Природне атракције:* Ријеке Неретва, Требижат, Брегава, паркови природе „Блидиње“ и „Хутово блато“, језера (Јабланичко, Рамско, Борачко), планине (Прењ, Вележ, Чврсница, Чабуља, Бјелашница, Височица и др), кањон Ракитнице, Адреналински парк на Вележу, море у Неуму.
  - *Атракције културне баштине:*
    1. Стари мост и Стари град у Мостару
    2. Предјели Чапљина – Могорјело и Почитељ
    3. Благај – тврђава Херцег Стјепана и текија
    4. Паркови природе „Блидиње“ – архитектура, приповиједање
    5. Столац – Радимља, Бољуни, Даорси, Видошки, Стари град, беговске куће, стари млинови
    6. Равно – Завала и Вјетреница
    7. Јабланица – Музеј и срушени мост из Другог свјетског рата
    8. Коњиц – Стари мост и град, дрворезбари, Титов бункер
- *Препоруке:*
  1. Развити капацитете за одрживо управљање и коришћење природних ресурса – више средстава и улагања у паркове природе „Блидиње“ и „Хутово блато“;
  2. Осмислити нове или побољшати постојеће туристичке атракције и производе; срце Вележа, винске цесте, пруга Ћиро, "Вија Динарика", стаза наслеђа у подручју ријеке Требижат, Титова стаза;
  3. Побољшати туристичку сигнализацију;
  4. Побољшати стандарде у угоститељству;
  5. Побољшати категоризацију и стандарде хотела;
  6. Повећати улагања у маркетинг дестинација;
  7. Подстицати производњу висококвалитетног туристичког производа базираног на међународно признатим брендovima: Винска цеста Херцеговине, бициклистичка стаза Ћиро, „Вија Динарика“;
  8. Побољшати прикупљање података и доношење одлука на основу података;
  9. Креирати интерактивни веб-портал Дестинација Херцеговина;
  10. Боље искористити гастрономију и вино у брендирању Херцеговине, маркетингу и развоју производа;

## 11. Развој туризма у приобалном подручју и залеђу.

### **Западнохерцеговачки кантон (ЗХК)**

Стратегија показује интегрисани приступ развоју „одоздо – нагоре“ с фокусом на локалне заједнице као основу за одрживост. Овај кантон је успоставио Вијеће за развој туризма у оквиру Вијећа за развој кантона. Ово тијело управља и координише смјером развоја туризма кантона. ЗХК има 6 међународних граничних прелаза, све према Хрватској, тј. ЕУ. У овом кантону постоји 12 заштићених подручја, а истичу се слив Требижата и градови Широки Бријег, Груде и Љубушки. Има идеалне и разнолике климатске услове с алпском климом на Блидињу и Посушју и медитеранском у осталим подручјима.

- *Вриједности које се нуде:* Задивљујућа природа требижатских слапова, атрактивна авантуристичка искуства, бројни догађаји, вински туризам, стаза баштине у подручју ријеке Требижат која повезује Груде, Љубушки и Широки Бријег.
- *Ресурси:* Природни ресурси - ријеке (Тихаљина - Младе - Требижат, Вриоштица, Студенчица, Лиштица, Угровача, Ричина и Жуковица) језера: (Блидињско, Трибистово, акумулација језера Дриновци и Краница); културни ресурси: Кула Херцега Стјепана Косаче; у склопу фрањевачког самостана Светог Анте Падованског на Хумцу (код Љубушког) налази се најстарији музеј у БиХ с највреднијим експонатом: најстаријим писаним спомеником у БиХ - Хумачком плочом; археолошко налазиште Грачине.
- *Авантуре:* Авантуристички парк „Пећ Млини“, Груде, „Масна Лука“, Блидиње.
- *Искусства:* Дегустација вина и хране, бицикличке руте, кану сафари на ријеци Требижат, кањонинг на Борку, „Раштикијада“ у Грудима, „Стрит фуд фест“ у Широком Бријегу, Пољопривредни сајам у Посушју, „Медитеран филм фестивал“ у Широком Бријегу, планинарење.
- *Атракције:* Природне : Парк природе „Блидиње“; слапови „Кравица“ и „Коћуша“; уцртане и означене пјешачке и бицикличке руте у руралним подручјима.
- *Препоруке:*
  1. Основати центре за посјетиоце;
  2. Проширити каталог авантуристичких и природних производа;
  3. Успоставити авантуре према тематским рутама;
  4. Пружити подршку развоју смјештаја (пансиони, кампови, сеоска домаћинства);
  5. Унаприједити систем маркетинга и слогана дестинације;
  6. Редизајнирати и модернизовати канале промоције;
  7. Спровести међународне безбједносне стандарде.

### **Кантон Сарајево**

Сарајево је главни град БиХ и највећи је урбани, културни, привредни и саобраћајни центар познат по свом богатом културно - историјском наслеђу. Сарајево је европска раскрсница истока и запада. Тренутно прима највише међународних посјетилаца и служи као чвориште за друге бх. градове. Историја Сарајева огледа се у његовој архитектури, причама и експонатима изложеним у бројним културним институцијама. Има напредну и живу културу кафића и широк избор ресторана. Као главни град БиХ и сједиште најважнијих државних институција, Сарајево је, такође, одговорно за представљање природног, културног и историјског наслеђа цијеле земље. Има мноштво признатих међународних фестивала, а „Сарајево филм фестивал“ је један од најпрепознатљивијих на међународном нивоу. У Сарајеву се налазе многи музеји и културне институције. Неки од експоната важни за европску и свјетску историју, укључујући Хагаду, Музеј Сарајево 1878 - 1918, Историјски музеј Босне и Херцеговине и Галерију 11/07/95, које треба детаљније представити и промовисати. Иако привлачи посјетиоце заинтересоване за природу и културу, Сарајево и даље биљежи краће посјете и мора обогатити своју понуду како би се продужио боравак туриста.

- *Вриједности које се нуде:* Главни град земље с фасцинантном културом и историјом која одражава велике утицаје истока и запада, с врхунским и приступачним природним окружењем чији положај пружа богато искуство сеоског туризма и туризма на отвореном. Посебно је значајна близина олимпијских планина и ски - центара, на пола сата вожње од центра града.
- *Ресурси:* Међународни аеродром, центар трговине - Башчаршија, велики број музеја и културних институција, приступ планинама. Још увијек недовољно искоришћене олимпијске планине које представљају узбудљиво искуство на отвореном и доживљај аутентичне руралне културе и живота; бројни објекти архитектурног наслеђа који се могу претворити у излетиште за посјетиоце (стара електрана, Жута табија), материјално наслеђе различитих периода и култура који омогућавају осмишљавање изузетно квалитетних тематских тура, водопад Скакавац, пећине Бијамбаре, Врело Босне, планине Требевић, висоравни на Бјелашници, Трескавици и Височици, планина Игман.
- *Искусва:* Сарајевски фестивали, пјешачке и бицикличке туре по сарајевским планинама уз упознавање аутентичног сеоског живота на Трескавици и Бјелашници, скијање и зимски спортови, тематске туре по граду (гастрономска тура, тунел, обилазак аустроугарске архитектуре, обилазак грађевина познатих архитеката и сл).
- *Атракције:* Неки од најистакнутијих елемената наслеђа у Европи (Хагада, иконе у старој православној Цркви Светих арханђела Михаила и Гаврила, вриједни експонати Земаљског музеја који доприносе бољем разумијевању европске историје, Царева џамија),

Вијећница, Католичка катедрапа Пресветог Срца Исусова, Музеј Јевреја БиХ, Јеврејско гробље, итд.

*Препоруке:*

1. Дигитализовати (ВР и слично) главне атракције везане за европску историју (приче међународних архитеката и других који су радили у Сарајеву и њихово наслеђе, Хагада, Други свјетски рат, период индустријализације);
2. Направити нове и/или уредити постојеће планинарске и бицикличке стазе на Бјелашници;
3. Развој руралног и агротуризма у Кантону Сарајево, у циљу задржавања туриста дуже од два дана.
4. Боље промовисати Бијеле и Зелене стазе "Вија Динарика" у КС;
5. Туристички валоризовати културно - историјско наслеђе (нпр. Јеврејско гробље, Хагаду, ладино језик, легенде, посјете Музеју ратног дјетињства, Тунелу спаса, обичаје, итд) кроз развој тематског сторителинга (*storytelling*);
6. Успоставити систем контроле квалитета водича авантуристичког туризма према међународним стандардима (ова препорука важи за све кантоне);
7. Под вођством туристичке заједнице и у сарадњи с образовним и културним институцијама успоставити центар/модел обука за приповиједање за водиче;
8. Истражити могућности коришћења јавно - приватног партнерства за укључивање атрактивних локација наслеђа у туристичку понуду, у зависности од тога да ли су објекти у одређеном режиму заштите и уз поштовање прописаних мјера заштите (нпр. Жута табија, прва електрана, стара царина, Сврзина и Деспића кућа и др). У неким случајевима неће бити могуће урадити пуно, али су можда могуће вођене туре и посјете, или други видови анимирања посјетилаца;
9. Припремити листу локација наслеђа погодних за јавно - приватно партнерство (уз фокус на сектор туризма);
10. Обогатити догађаје који се одржавају у Сарајеву увођењем различитих формата презентација других бх. региона (исто важи и за све друге кантоне);
11. Увести промоцију туристичке понуде на Аеродрому у Сарајеву;
12. Истражити могућност организовања радионица за посјетиоце у подручју старих башчаршијских заната;
13. Осигурати редовну музику уживо (традиционална музика и севдалинке) и фолклорне игре током сезоне. Агенције требају укључити понуду „*Bosnian Origin Music* - ноћи севдалинке и етно музике“ у оквиру својих аранжмана и договора с власницима ресторана;
14. Обновити инфраструктуру олимпијских планина (скијалишта, скакаоница и боб-стазу);
15. Промовисати олимпијско наслеђе;
16. Основати центре за посјетиоце;
17. Проширити каталог авантуристичких и природних производа по угледу на регионалне и свјетске дестинације;
18. Креирати понуду према тематским рутама;

19. Пружити подршку развоју смјештаја (пансиони, кампови, сеоска домаћинства), угоститељске понуде и искуствених садржаја;
20. Унаприједити дестинацијски маркетинг и дефинисати слоган дестинације;
21. Редизајнирати и модернизовати канале промоције;
22. Увести међународне безбједносне стандарде авантуристичког туризма;
23. Стимулисати развој халал туризма.

### **Кантон 10**

Кантон 10 сматра се или западном Босном или сјеверозападном Херцеговином. Већим је дијелом смјештен у пространим долинама Ливањског, Купрешког, Дувањског и Гламочког поља. Ово подручје је највеће крашко поље на свијету и ускоро ће бити заштићено подручје у Ливањском пољу. Иако је туризам генерално неразвијен у овом региону, постоји огроман потенцијал за развој авантуристичког, руралног и еколошког туризма. Кантон 10 има прегршт аутентичних доживљаја као што су: пекмез од дрењака, ливањски сир, фотосафари дивљих коња и „Купрешки дани жетве“ који се налазе на УНЕСЦО-овом списку баштине. Стратешки документ препознаје вриједност сеоског туризма и домаћих пољопривредних произвођача и наводи да су географски положај, близина Хрватској и ЕУ предност. Стратешки циљ Кантона је подршка малим и средњим предузећима и стварање амбијента за одржив економски развој имајући у виду велика природна и историјска добра, као и подршку развоју јавно - приватног партнерства.

- *Вриједности које се нуде:* Јединствене карактеристике крајолика, могућност развоја цјелогодишњег садржаја, богата културна и историјска добра као атракција унутар центра за посјетиоце јадранске обале.
- *Ресурси:* Фрањевачки музеј и галерија Горица Ливно, Бушко језеро, крашка поља Ливањско, Дувањско и Купрешко, висораван Крузи, Парк природе Блидиње.
- *Искусва:* Купрешка жетва, фотосафари с дивљим коњима, возња кануом, посматрање птица.
- *Атракција:* Пробање ливањског сира, Ски-центар Купрес, посматрање дивљих коња, Бушко језеро, Титово склониште у Дрвару, Парк природе „Блидиње“.
- *Препоруке:*
  1. Утемељити сафари с дивљим коњима у Ливну као центар развоја туризма;
  2. Истражити могућности за научно истраживање: Ливањско поље, дивљи коњи, јединствена крашка топографија;
  3. Интегрисати специјални сир цијелог региона у производе и брендирање;

4. Интегрисати пјешачке и бициклистичке активности „Виа Динарика“ за повезивање различитих дестинација и подстицање оснивања сеоских смјештајних капацитета;
5. Развити Бушко језеро за туристичке активности: кампирање, возња кануом и кајаком, пливање;
6. Успоставити повољно окружење за раст малих и средњих предузећа;
7. Подржати нова предузећа;
8. Пружити подршку управљању културним, природним и историјским добрима;
9. Побољшати јавно -приватно партнерство како би се подстакнуле инвестиције и економски раст.

## ПРЕГЛЕД ГАСТРОНОМСКЕ ПОНУДЕ И МАНИФЕСТАЦИЈА

Много је занимљивих манифестација које приказују гастрономску понуду и рукотворине у ФБиХ које се лако могу уградити у туристичка искуства и тако привући домаће и стране туристе. Неке од ових манифестација приказане су у табели у наставку и важно је да туристичка дјелатност развија чвршће везе с овим манифестацијама, како би их могла понудити туристима који траже аутентична локална искуства.

**Табела 13. Преглед манифестација**

<b>1. Унско - сански кантон</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Босанскокрупска чорбаријада“, почетком јула, традиционално дружење замишљено као такмичење забавног карактера у припремању најбољих чорби у кантону;</li> <li>• Сајам домаће и органске производње у Босанској Крупи, у јулу, окупља бројне излагаче из БиХ који нуде широку палету органских производа и рукотворина;</li> <li>• Сајам меда као традиционални сајам који се организује у Босанској Крупи крајем августа и окупља преко 100 пчелара с циљем промоције домаћих производа од меда;</li> <li>• Сајам сеоског туризма и предузетништва, средином августа, такође у Босанској Крупи, организује се у циљу очувања и промоције културних и традиционалних вриједности домаћих производа и старих рукотворина (мед и производи од меда, биљни производи, традиционална јела као што су тарана и џем, те рукотворине);</li> <li>• „Кестенијада“, традиционална октобарска манифестација, која се одржава у цазинском насељу Пећиград, окупља бројне посјетиоце с подручја Крајине и региона у циљу промоције природног богатства и кестена као брэнда овог краја. Треба истакнути да је подручје Крајине подручје с највећом кестеновом шумом у БиХ и Удружење пчелара „Кестен“ из Цазина има заштићену ознаку поријекла у БиХ коју је издао Институт за интелектуално власништво Босне и Херцеговине;</li> <li>• У Бихаћу се низ година средином септембра одржава Међународни сајам екологије и екотуризма ЕКОБИС.</li> </ul>
<b>2. Посавски кантон</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Манифестација „Фишијада“ из Орашја веома је популаран локални фестивал гастрономије који се у октобру организује као један од садржаја поводом Дана општине Орашје;</li> </ul>

- „Дани хрватског филма Иво Грегуревић“ у Орашју - обично се одржава почетком септембра, након "Пулског филмског фестивала" због чега се назива и „Малом Пулом", а творац и идејни зачетник је хрватски глумац Иво Грегуревић (1952-2019), који је рођен у Доњој Махали, а од 2019. године, њему у част, фестивал носи назив „Дани хрватског филма Иво Грегуревић“;
- „Посавско коло“ у Оџаку - манифестација која промовише изворну фолклорну културну баштину Посавског кантона;
- „Домаљевачка тканица“ у Домаљевцу - традиционална смотра народног изворног стваралаштва која се обиљежава као централни догађај приликом прославе Дана општине Домаљевац-Шамац;
- „Дани Толисе“ у општини Орашје - манифестација богата спортским, литерарним, културним и фолклорним садржајем;
- „Међународни мотосусрети Орашје“ у Орашју - сваке године у мјесецу мају мотоклуб „Посавац“ организује интернационалне сусрете моториста;
- „Мусини дани“ у Оџаку - културна манифестација која се организује у част истакнутог босанскохерцеговачког пјесника Мусе Ћазима Ћатића;
- „Дани Св. Ане“ у Врбовцу - вјерско-културна манифестација.

### **3. Тузлански кантон**

- Сајам туризма и екологије „Лист“ у општини Лукавац, средином септембра, промовише туристичке потенцијале, природне ресурсе, културну баштину и различите туристичке дестинације;
- Вашар у селу Пурачић код Лукавца, средином октобра, једна је од најстаријих манифестација те врсте у Европи. Очекује се да традиционално јело „Пурачка ћаска“ буде уврштено на UNESCO-ову листу свјетске баштине као гастрономски специјалитет и туристичка атракција, аутохтона храна у циљу очувања традиције;
- Међународни сајам пољопривреде и прехрамбене индустрије „Дани шљиве“, крајем августа, у Градачцу доноси пољопривреду и прехрамбену индустрију и промовише и боље повезује предузетништво региона.

Треба истакнути да је у овом кантону манифестација позната као „Дани јагода“ у Челићу покренута 1980. године и до данас је организовано више од 20 манифестација, али се у посљедњих неколико година манифестација не одржава.

Такође, вриједи напоменути да Удружење жена „Грачаничко керање“ из Грачанице има заштићену ознаку поријекла у БиХ коју је издао Институт за интелектуално власништво БиХ за занатски производ „Грачаничка кера“.

### **4. Зеничко - добојски кантон**

- Традиционална прослава/доручак на отвореном - „Чимбуријада“ сваког марта у Зеници на којој се окупљају хиљаде Зеничана и других како би прославили први дан прољећа;
- Сајам и фестивал „Височко љето“ који се организује у Високом привредна је и културна манифестација која се одржава у близини височких пирамида. Треба напоменути да је височко сухо месо међу првим бх. прехрамбеним производима с географском ознаком поријекла;
- Сајам „Дани малине и меда“ који се одржава у јулу у Зеници пољопривредна је манифестација која окупља излагаче из цијеле БиХ како би представили своје производе и успоставили контакте;
- У селу Очевија код Вареша почетком августа сваке године одржава се такмичење у припремању јела испод сача „Пекијада“;



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сајам меда, пекмеза, воћних делиција, еколошког биља и етнокреација, који се одржава у септембру у Тешњу, доводи око 70 излагача из БиХ;</li> <li>• Сајам „Дани органске производње“ у Зеници повезује органску производњу с купцима, али и с представницима локалне власти који промовишу органску производњу и њену улогу у развоју руралних подручја.</li> </ul>
<p><b>5. Босанско - подрињски кантон Горажде</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сајам здраве хране одржава се у септембру у Устикolini и изложбено - продајног је карактера; на њему домаћи пољопривредни произвођачи излажу све производе произведене на овом подручју;</li> <li>• Сајам „Дани јабуке“ који се традиционално организује у октобру у Горажду нуди изложбу производа из области примарне пољопривредне производње и прехранбене индустрије с намјером да се пружи подршка области воћарства и руралном развоју.</li> </ul>
<p><b>6. Средњобосански кантон</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Међународни сајам органске производње и екотуризма „Дани малине“, који се одржава у јулу у Новом Травнику, има за циљ промоцију водећих бх. извозних производа и стварање могућности за јачање економије руралних подручја;</li> <li>• Изложба овце праменке и травничког влашићког сира сваког се августа одржава у Гостиљу код Травника, те окупља узгајиваче овце праменке и произвођаче влашићко - травничког сира;</li> <li>• Дан органске производње одржава се у септембру у Бугојну, те промовише и представља органску пољопривредну производњу;</li> <li>• Сајам органске производње одржава се у септембру у Травнику и омогућава посјетиоцима да од произвођача из Травника и околине купе мед, те љековито биље, воће, поврће и сокове, сирупе и представља произвођаче сувенира и других традиционалних и домаћих производа.</li> </ul>
<p><b>7. Херцеговачко - неретвански кантон</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• На Фестивалу хране у Коњицу који се одржава почетком октобра нуде се воће, поврће, прерађевине, млијеко и млијечни производи, сухомеснати производи и производи од меда, као и разне врсте зачинског биља;</li> <li>• Међународни фестивал фолклора у Јабланици у августу окупља удружења из цијеле БиХ и других земаља која се баве очувањем културе, традиције и њеним представљањем те пружа богату гастрономску понуду;</li> <li>• У септембру се организују „Окуси Јабланице“ као подршка пољопривреди и допринос развоју туризма у општини Јабланица. Ова манифестација промовише гастрономску понуду овог краја и чува традиционална јела спајајући их с модерним јелима;</li> <li>• Сајам „Дани шљиве“, који се одржава у Прозору у септембру, пружа прилику за нове контакте, нова знања, прави поглед на властите потенцијале и развојне планове у области прехране, пољопривреде и туризма;</li> <li>• „БЛАЖ фестивал“ у Међугорју и манифестација „Дани бербе грожђа“ у Читлуку у септембру су веома значајни догађаји за цијели херцеговачки регион. Они доносе причу о аутохтоним винима Жилавка и Блатина, промовишу њихову оригиналност и потврђују достигнућа у производњи вина у Херцеговини;</li> <li>• Сајам „Херцеговачки плодови Медитерана“ у Стоцу у октобру промовише главне домаће производе као што су шипак, смокве и маслине и њихови производи;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Треба истакнути да херцеговачки мед има заштићену ознаку поријекла коју је издао Институт за интелектуално власништво БиХ, а постоји и неколико мањих локалних манифестација у Мостару и другим градовима који промовишу изложбу и продају кључних прехранбених производа с подручја Херцеговине.</li> </ul>
<p><b>8. Западнохерцеговачки кантон</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Стрит фуд фест“ у Широком Бријегу средином јула пружа три дана угодне атмосфере уз врхунска имена регионалне сцене „уличне хране“ (<i>енгл. street food</i>);</li> <li>• Општина Груде у новембру организује „Раштикијаду“, јединствену гастрономску манифестацију у Херцеговини, која представља спој такмичења у припреми јела од раштике и презентацију културе живота у Херцеговини. Циљ је вратити раштику на меније ресторана и породичне столове.</li> </ul> <p>Треба истаћи да је рани кромпир из Љубушког важан производ који има заштићену ознаку поријекла у БиХ издату од стране Завода за заштиту права интелектуалног власништва БиХ и, осим на домаће тржиште, највећим дијелом се извози у Хрватску.</p>
<p><b>9. Кантон Сарајево</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• У Сарајеву и ширем региону организују се бројни сајмови хране, гастроизложбе и промотивни догађаји као што су сајмови и фестивали пчела и чаја, „Гастро-еко фест“, „Веган фест“, сајмови хране и халал производа. Осим тога, организују се и догађаји као што је <i>Lucky Market</i>, фестивал домаћих производа и рукотворина, чија су циљна група туристи и грађани;</li> <li>• Многи сарајевски занати у старом граду имају заштићену ознаку поријекла у БиХ коју издаје Институт за интелектуално власништво Босне и Херцеговине и брендирани су печатом квалитета „Оригинални сарајевски квалитет“.</li> </ul>
<p><b>10. Кантон 10</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сајам агротуризма <i>Livno Cheese Adventure</i>, који се одржава у мају, омогућава посјетиоцима да уживају у разним делицијама. Поред произвођача ливањског сира, своје производе представљају и промовишу породична пољопривредна газдинства и различити произвођачи хране, слаткиша и рукотворина, укључујући и предузетнике који се баве туризмом.</li> </ul> <p>Ливањски сир има заштићену ознаку поријекла у БиХ као и ГЕО ознаку коју је издала Агенција за сигурност хране БиХ, а овај сир је познат не само у БиХ већ и у цијелом региону.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Осим ливањског сира, џем од дрењака из Дрвара (мућени пекмез од дрењине) има заштићену ознаку поријекла коју издаје Агенција за сигурност хране БиХ. Дрењак је познат на овим просторима и на основу тога се већ 20 година традиционално организује привредно - туристичка манифестација „Дани дрењина“ с циљем промоције и продаје домаћих производа од овог воћа (мућени џем, сокови, ликери, ракије);</li> <li>• Треба напоменути да су „Дани косидбе“ на Купресу значајна традиционална манифестација у Купресу. То је одавно значајан и препознатљив друштвено - културни догађај на Купресу, јер баштини вјековни континуитет, а од 16. децембра 2020. године ова је манифестација дио УНЕСЦО-ове нематеријалне културне баштине.</li> </ul>

## ГЛОБАЛНИ ТРЕНДОВИ НА КОЈИМА СЕ ЗАСНИВА СТРАТЕШКИ ПРИСТУП

Босна и Херцеговина има све компоненте да постане једна од најпожељнијих дестинација у Европи и у свијету, и ФБиХ би са својим туристичким капацитетима могла посебно искористити овај потенцијал и имати користи од тога. Кључни туристички капацитети земље (природа, култура, културно наслеђе и историја) заступљени су на подручју цијеле земље, па тако и у градовима и селима ФБиХ. Она већ може понудити многа од искустава и активности који се највише траже у свијету, а нарочито оне које произилазе из раније спомињаних постпандемијских трендова.

### Мапирање прилика

Пандемија вируса ЦОВИД-19 пред глобалну индустрију туризма поставила је изазове који су без преседана. У 2020. години обустављена су готово сва емитивна путовања у спортско - рекреативне сврхе и, ако се изузму ријетки који су свој модел пословања прилагодили домаћем тржишту, сви туроператери и путничке агенције прекинули су с радом, значајно је смањено претраживање кључних ријечи које се односе на туризам по интернету, а туристичке заједнице су обуставиле активности међународног маркетинга.

Иако су све дестинације погођене пандемијом, оне с ефикасном управом наставиле су предузимати проактивне мјере на одржавању потражње кроз улагања у дестинацијски маркетинг и давања подстицаја авиокомпанијама.

1. *Конкурентске дестинације су погођене, али су одржале контакт с тржиштем.* Од почетка до средине 2021. године, многе дестинације су се из стања потпуног прекида активности вратиле на тржиште, неке с већим успјехом од других, јер су на вријеме спровеле планове опоравка и одредиле стратегију постпандемијског раста.
2. *Повољне промјене понашања клијената:* Баш као што је пандемија донијела изазове без преседана, и лагани раст (прелазак на постпандемијске услове), за који подаци кажу да је почео прије неколико мјесеци, представља златну прилику за ФБиХ да оствари боље учинке и чврсто се позиционира за даљњи раст. Велика промјена потражње и трендова понашања у односу на врсту искустава која се очекују од путовања готово се потпуно подударају с капацитетима дестинације и, заједно с предвиђеним даљњим порастом потражње за БиХ, требали би водити природном надовезивању на предпандемијске нивое.
3. *Нова снага уз мало улагања:* У 2019. години БиХ је забиљежила најбоље учинке до сада, али је попуњеност њених смјештајних капацитета досегла највише 36%, што показује да су они довољни да се носе с више посјета без потребе за огромним улагањима у изградњу

нових хотела. Области које изискују улагања су маркетинг и унапређење квалитета доступних производа.

4. *Предвиђена будућа потражња*: Око 1,2 милиона ноћења у 2019, што чини пораст од 13% у односу на 2018. годину, представљају наставак петогодишњег тренда који указује на повећање интереса за БиХ као дестинацију.

С 12% више посјета у 2019. него у 2018. години, БиХ је једна од дестинација у свијету која биљежи највећи раст, а то је само наставак тренда који траје од 2015. године.

## Нови профили клијената одговарају туристичким капацитетима БиХ и ФБиХ

Извјештај *Euronews* о трендовима, усредсређен на тзв. **свјесног путника**, указује на промјену понашања клијената узроковану пандемијом вируса „ковид-19“ и истиче трендове који ће утицати на сектор туризма наредних мјесеци и година. Студија говори о шест нових **трендова у понашању** у оквиру постојећих тематских области у туризму и путовањима.

1. *Природно (бијег у рај)*: Након више мјесеци изолације, људи из цијелог свијета жуде за отвореним просторима. Сви национални паркови биљеже огроман пораст броја посјетилаца након укидања полицијског сата, а предвиђања кажу да ће се тај тренд наставити и током 2021. године и након ње, јер се на вријеме проведено у природи гледа као на противтежу модерном животу у градовима.
2. *Еколошко (култивација)*: Пандемија је навела људе да воде више рачуна о томе на који начин тачно путују и да траже хотеле и друге пословне субјекте који чине све у њиховој моћи да утицај на планету сведу на најмању могућу мјеру.

### ШЕСТ НОВИХ ТРЕНДОВА У ПОНАШАЊУ

1. Природно - бијег у рај
2. Еколошко - култивација
3. Номадско - путовање луксузним камп-приколицама
4. Усмјерено на благостање - центри за дуговјечност
5. Аутентично - утапање у заједницу
6. Свјесно - радни одмор

3. *Номадско (путовање луксузним камп-приколицама)*: Врста одмора која подразумијева кретање од тачке А до тачке Б, при чему туристи до конкретне локације иду и кући се враћају авионом, имаће конкуренцију у виду новог тренда путовања између више домаћих локација, која су знатно спорија и у којима туристи уживају једнако колико и у крајној дестинацији. Уз то се везује и све чешћа појава тзв. дигиталних номада, који могу радити било гдје, не зависе од годишњих одмора и, према томе, могу непрекидно путовати. „Живјети живот у покрету“ у будућности ће бити знатно уобичајеније, без обзира на то ради ли се о слободним припадницима тзв. Генерације „З“, миленијалцима професионалцима који за живот зарађују радећи на лаптопу, или пензионерима без обавеза.

4. *Усмјерено на благостање (центри за дуговјечност, енгл. wellness):* На путовања се вијековима гледа као на начин за самоунапређење, од приступа љековитим својствима вода у европским бањским градовима до одлазака у одмаралишта и вјежбања јоге у Индији. У доба пандемије, жеља за побољшањем здравља и имунитета увелико ће мотивисати туризам у свијету и људи ће тражити мјеста на којима могу унаприједити своје здравље. У 2021. години можемо очекивати да ће ранији љубитељи плажа сунчање и коктеле замијенити хладовином и водом с укусом кокоса. Чак и када не путују конкретно због детоксикације или вјежбе, гости ће прије повратка кући резервисати екскурзије од којих се боље осјећају, а свакако ће бити и оних који ће посегнути за радикалним физичким промјенама.
5. *Аутентично (утапање у заједницу):* У доба „Инстаграма“, аутентичност је постала идеал којем треба тежити, поготово с обзиром на то да се толико аспеката живота западњачког свијета аранжира и на интернету представља савршеним. Када је ријеч о путовањима, туристи неће хтјети ићи у стерилна одмаралишта одвојена од реалности без дашка оригиналног, већ ће се окренути утапању у дестинације и жељу да искусе нешто „стварно“. Интеракција с локалним заједницама, сигурно и с уважавањем, постат ће битан аспект путовања и туристи ће хтјети учити и формирати односе с другим људима. У контексту аутентичног туризма, путници ће жељети и оставити позитиван траг, да на неки начин узврате услугу заједници која их је прихватила, без обзира на то да ли кроз директно плаћање или у виду волонтерског рада.
6. *Свјесно (радни одмор):* Свјесни туризам карактерише успостављање дубље повезаности с мјестима која се посјећују и људима који тамо живе и генерално путовање са ставом „више је мање“, уз избјегавање планова пута који су пуни „главних атракција“. Прецртавање ствари које треба видјети с листе дуго је била ствар друштвеног престижа, али конзумеристичка путовања престају бити популарна и свјесни путник ће све више тежити скромнијим одласцима на мање гламурозне дестинације. Са застаријевањем идеје о „одмору“, просто борављење у иностранству представљаће одговорну алтернативу. Ово ће се манифестовати у виду пораста радних одмора, при којима гости комбинују рад и одмор, постајући дијелом неког мјеста на дуже периоде.

### **Трендови у потражњи одређују Стратегију туристичког маркетинга ФБиХ**

Када се ради о **потражњи клијената**, УСАИД Туризам израдио је извјештај „Анализа стања: Утицај глобалног и развоја туризма на сектор туризма у Босни и Херцеговини“, у којем су препознати сљедећи дугорочни трендови који утичу на потражњу љубитеља путовања:

1. *Повећана дигитализација путовања:* Нека рана истраживања постпандемијске потражње клијената сугеришу да је забринутост у вези с ограничењима прекограничног путовања и здравственом заштитом релативно пуно туриста поново са самосталних аранжмана вратила на коришћење услуга професионалних туристичких агенција, али ће потреба за здравственом сигурношћу повећати потражњу за дигиталним прављењем резервација и смањењем директне интеракције с путничким агенцијама. Поред људских контаката, и летке, штампане водиче и друге промотивне материјале такође ће замијенити преференца за интернетским рјешењима.
2. *Смањена потрошња туриста:* Још увијек није могуће прогнозировать дугорочне финансијске ефекте пандемије, али ће смањење прихода свакако утицати на промјене потражње, баш као што ни током финансијске кризе из 2008. године смањење потрошње туриста није једнако утицало на цијели сектор туризма. Категорије с ниским примањима показале су највеће смањење потрошње, док је тај пад код категорија са средњим, а нарочито оних с високим нивоом примања, био доста мањи и они су радије штедјели на другим ставкама како би наставили путовати. У функцији уштеда, многи потрошачи су се од кориштења авиопревоза и одласка на далеке дестинације окренули коришћењу возила и локалном туризму на једном мјесту, док су други просто скратили укупно трајање одмора или дужи годишњи одмор замијенили с неколико краћих путовања на оближње локације.
3. *Промјене производа и начина путовања:* Пандемија вируса ЦОВИД-19 узроковала је неколико промјена код спортско - рекреативног туризма који ће бити популаран када људи поново почну путовати. Медицински ризик вишеструких контаката с другим људима сигурно ће значити да ће претрпане туристичке дестинације и атракције бити мање привлачне. Умјесто градских атракција, клијенти ће бирати тише, руралне крајеве и хтјеће скратити трајање путовања између већих туристичких локација. Веће путничке агенције већ раде на томе да ограничавају величине група и смањују број локација које ће бити посјећене (као и прекограничних прелазака) код копнених путовања.

Наведене промјене понашања и потрошње наводе многе дестинације да мијењају своје маркетиншке стратегије и прилагоде своје производе и услуге, уклапајући их у нове или измијењене концепте путовања.

## ТРЕНУТНИ МОДЕЛ РАДА ЗА ДЕСТИНАЦИЈСКИ МАРКЕТИНГ У ФБИХ

За разлику од Републике Српске, не постоји туристичка заједница која предводи дестинацијски маркетинг и промотивне активности на нивоу Федерације. Умјесто тога, сваки кантон може имати туристичку заједницу на кантоналном нивоу, као што је Туристичка заједница КС (*Visit Sarajevo*), и туристичка заједница на градском, односно општинском нивоу, као што је случај с Тузлом. Неки кантони, као што је рецимо Кантон 10, немају званичну туристичку заједницу. Осим тога, и модели финансирања туристичких заједница разликују се међу кантонима. На примјер, финансијска средства за *Visit Sarajevo* долазе из извора као што је боравишна такса и такса коју плаћају привредни субјекти, а које су прописане законом. Друге се финансирају само од боравишне таксе. Поређења ради, буџет туристичке заједнице КС (*Visit Sarajevo*) намијењен маркетингу одговара буџету свих осталих туристичких заједница у осталих девет кантона. Да би ФБиХ могла успјешно искористити раније споменуте могућности које јој се нуде, нужно је постојећи модел туристичких заједница замијенити снажнијим, којим се у обзир узимају добре међународне праксе, сарадња на нивоу државе и специфичности датих дестинација.

Кантон	Туристичка заједница	Врста	Извор финансирања	Укупан буџет (КМ)	Буџет за туризам
Унско - сански	Туристичка заједница града Бихаћа – <i>Visit Bihac</i>	Јавна институција	<b>Туристичка заједница града Бихаћа:</b> боравишна такса; из градског и кантоналног буџета; приходи од обављања привредне дјелатности; грантови и донације	Н/А	Н/А
Посавски	Туристичка заједница Посавског кантона – ТЗПКОџак	Јавна институција	Н/А	Н/А	Н/А
Тузлански	1) Туристичка заједница Тузланског кантона 2) Туристичка заједница града Тузле	Јавне институције	<b>Туристичка заједница Тузланског кантона:</b> чланарине, приходи од обављања привредне дјелатности, имовине у сопственом власништву, грантови, итд.	Н/А	Н/А
Зеничко - добојски	Туристичка заједница Зеничко - добојског кантона – Туристичка канцеларија Зеница	Јавна институција	Н/А	Н/А	Н/А
Босанско - подрињски	Туристичка заједница Босанско - подрињског кантона – Горажде	Јавна институција	Н/А	Н/А	Н/А
Средњобосански	Туристичка заједница Средњобосанског кантона – Травник	Јавна институција	Чланарине, боравишна такса, приходи од обављања привредне дјелатности; грантови и донације	Н/А	Н/А
Херцеговачко - неретвански	Туристичка заједница Херцеговачко - неретванског кантона - Мостар	Јавна институција	Чланарине, боравишна такса, приходи од обављања привредне дјелатности; грантови и донације	Н/А	Н/А
Западнохерцеговачки	Успостављање ТЗ планирано за наредну годину	Н/А	Н/А	Н/А	Н/А
Сарајево	Туристичка заједница Кантона Сарајево - <i>Visit Sarajevo</i>	Јавна институција	Боравишна такса; чланарине, приходи од Кантона, буџета јединица локалне самоуправе, по основу посебних програма; приходи од обављања привредне дјелатности; приход од добровољних доприноса и поклона; приход од	Н/А	Н/А



## ПРЕГЛЕД ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА

Сектору туризма Федерације Босне и Херцеговине (ФБиХ) могло би помоћи да, кроз циљане студије и усмјереније јавне кампање, прецизније одреди које категорије туриста жели привући и зашто. Нови приступ који ће се примјењивати у периоду обухваћеном Стратегијом подразумијева да се туристички производ убудуће развија и промовише засновано на томе кога ФБиХ жели привући да је посјети.

Пандемија вируса ЦОВИД-19 пружила је јединствену прилику да се стратешки промисли о томе на који начин послује туристичка индустрија у ФБиХ. Свјетски трендови се све више окрећу активностима у природи и још конкретније јединственим искуствима у природи, што ФБиХ даје очиту компаративну предност и сада је кључ усмјерити се на оне који траже нешто што ФБиХ реално може понудити.

Уз опоравак од губитака узрокованих пандемијом, међународни туристички брендови и пословни субјекти ревидирају своје понуде како би одговорили на промјене понашања и навика своје клијентеле. Стручњаци који раде на дестинацијском маркетингу усклађују своје стратегије и тактике према новој реалности, што је од кључне важности и за туристички сектор ФБиХ како би био успјешан на тржишту које се континуирано развија.

За потребе овог документа, приступ туристичком маркетингу заснива се на награђиваном моделу *Explorer Quotient* (скр. *EQ*), који је осмислила Комисија за туризам Канаде, и на моделу сегментације *Adventure Puls* (скр. *AP*) Удружења за авантуристички туризам (енгл. *Adventure Travel Association – АТТА*) и Универзитета „Џорџ Вашингтон“. Табела у наставку текста даје подробнија објашњења тих модела. Сматрали смо да те категорије туриста и циљаних тржишта најбоље представљају оно што ФБиХ и БиХ имају понудити. Када знате шта вам је тржиште и коју врсту туриста желите привући, онда можете развити и прилагодити туристички доживљај и тиме не само одговорити на потребе гостију, већ и креирати нова радна мјеста, донијети више прихода и унаприједити благостање наших заједница. На тај начин се и постојећим и новим пословним субјектима показује у којем правцу требају развијати своје производе и услуге прилагођене циљаној категорији туриста.

Претварање интереса туриста циљаног профила у резервације такође ће изискивати иновативне приступе како би се остварио што већи број посјета уз што мање трошкове. Проширење понуде производа на глобалним платформама за продају као што су *TripAdvisor* и *Booking.com*, сарадња с рецептивним туроператерима из РС како би своје госте упутили да посјете и дестинације у ФБиХ, заједничке маркетиншке активности локалних и туристичких заједница из Федерације БиХ, попут ТОРС-а, тек су неке од доста јефтиних тактика које ФБиХ може користити да повећа број резервација. Стратешка усмјереност на одређена изворна тржишта заснована на ранијим индикаторима учинка за ФБиХ и за РС, развој капацитета за авиотранспорт и препознавање будућих трендова на основу одговарајућих студија и анализа представља кључ за остварење стратешких циљева.

## СЕГМЕНТАЦИЈСКИ МОДЕЛИ *EXPLORER QUOTIENT – EQ* И *ADVENTURE PULSE – AP*

**Модел *Explorer Quotient – EQ*** подразумева логичан вид сегментације тржишта на основу одређивања могућих тржишта и клијената у контексту демографских и психолошких фактора (ставова, увјерења и вриједности). То омогућава да се туризму и развоју туристичког производа приступи на начин који је усмјерен на одређивање клијената за које постоји највећи степен вјероватноће да ће их привући конкретна туристичка понуда. Утврђивање *EQ* профила врши се на основу фактора који су дати у наредном пољу.

Помоћу *EQ* модела, тржишта и клијенти се разврставају у више психолошких профила познатих као „врсте истраживача“, а сваког од њих карактеришу одређене друштвене и вриједности у вези с начином путовања, разлозима за путовања и понашањем током њих.

Основне *EQ* категорије које по свом профилу одговарају понуди ФБиХ су:

- **истраживачи културе** (отворени, прихватају различитости, нетрадиционални, ентузијастични, креативни);
- **особе које траже аутентична искуства** (постојани, дискретни, одговорни, љубопитљиви, рационални);
- **особе заинтересоване за своје поријекло** (прилагодљиви, традиционални, амбициозни, анксиозни, друштвени, породични)
- **особе жељне авантура** (истраживачи, воле ризике, специјалистичке вјештине и физичко исцрпљивање)

**Истраживачи културе** (који у правилу стално путују и уживају у свакој прилици да открију и бар накратко се утопе у нову културу, међу нове људе и у посебну атмосферу мјеста која посјећују) чине 12% глобалног туристичког тржишта, углавном су средовјечни, натпросјечно образовани и исподпросјечних примања. Карактерише их љубав према спонтаном, пробавању нових култура и потреба за новим, бијегом и изазовима.

**Особе које траже аутентична искуства** (које обично теже дубљој, аутентичној, опипљивој интеракцији с дестинацијама на које желе ићи, а нарочито их занима историја мјеста које посјећују) чине 9% свјетског тржишта и најчешће су старије натпросјечно образоване, у правилу пензионисане особе. Одређује их жеља за контролом, спонтаност, пробавање нових култура, етика, брига за животну средину и аверзија на огласе.

**Особе заинтересоване за своје поријекло** (које на путовања прије свега мотивише интерес за своје поријекло и претке) као путнике највише одређује њихова жеља да се повежу са својим културним коријенима и да притом путују луксузно, са стилем и сигурно. На ову категорију отпада 9% глобалног тржишта и желе посјетити све главне атракције, али не морају се превише удубљивати у њих. Привлаче их групе с којима се могу дружити и дијелити искуства. Одмор је за њих вријеме за опуштеност и уживање, па ће хтјети да оду у бању, да добро поједу и искористе све друге могућности да се мало размазе.

**Модел *Adventure Pulse – AP*** резултат је свеобухватне студије становника САД који путују због авантуристичког туризма, коју су спровели удружење АТТА и Универзитет „Џорџ Вашингтон“ приступајући сегментацији са становишта понашања. Студија је открила више категорија таквих путника. За три сегмента или профила процјењује се да највише одговарају тренутној и будућој понуди ФБиХ и БиХ у смислу авантуристичких доживљаја, тачније:

- **гранични авантуристи** (воде се листом ствари које желе направити за живота, ријетко ће поновити нешто што су већ искусили, али све ствари опробавају на почетном нивоу, притом тражећи максимално узбуђење);
- **авантуристи** (активно настоје стећи нове и унаприједити вјештине које већ посједују, понављају омиљене и с њима повезане активности и иду на више путовања с тим циљем, посједују средњи ниво вјештина и умјерено траже узбуђења);
- **ентузијастични авантуристи** (баве се активностима које изискују напредне вјештине, посвећени су само једној активности, спремни су прихватити већи ризик за веће узбуђење и траже нове и јединствене дестинације на којима ће опробати своју омиљену активност).

**Гранични авантуристи:** Овдје је ријеч о почетницима, односно о особама које први пут учествују у одређеним авантуристичким активностима, желе пробати нова искуства, али само уз умјерени степен ризика, и потом наставити радити остале ствари са своје листе. На путовања иду најприје да би провели вријеме с породицом и пријатељима и истражили нова мјеста.

### Фактори на основу којих се одређују *EQ* профили

старосна група, ниво прихода и степен стручне спреме категорија тренутних и потенцијалних, идеалних гостију; врсте активности у којима највише уживају; начин путовања и интеракције гостију у транзиту; како гости описују своја искуства на друштвеним мрежама, односно које кључне ријечи најчешће користе

**Авантуристи:** Путници који посједују просјечне вјештине када је ријеч о авантуристичким активностима. Жељни су узбуђења и више пута понављају своју омиљену авантуристичку активност. Прихватају умјерену стопу ризика и углавном путују због одмора, да би провели вријеме с породицом или истражили нова мјеста.

**Ентузијастични авантуристи:** Усмјерени су на омиљену авантуристичку активност и посједују напредне вјештине за бављење њоме. Спремни су прихватити висок степен ризика. Путују понајвише да би истражили нова мјеста, пробали узбудљиве нове активности и опустили се.

**У суштини, људи путују и бирају туристичка искуства у зависности од личних и друштвених увјерења и маркетинг се може прилагођавати и усмјеравати на основу тих сазнања.**

Према Глобусовом истраживању особа из Сједињених Америчких Држава које путују из вјерских разлога, 60% њих тражи и другачија искуства, осим оних која су у складу с њиховом хришћанском вјером. То значи да други ресурси ФБиХ, производи и искуства, авантура, култура и историја могу привући знатно већи број особа које путују из вјерских разлога.

## **Општи изазови у вези с развојем дестинацијског маркетинга**

ФБиХ се мора и даље снажно залагати за промовисање ентитета као дестинације на постпандемијском тржишту. Кључни изазови с којима ће се притом суочити, а који су утврђени кроз консултације са значајним актерима и на које је усмјерена ова стратегија, укључују:

1. Недовољно брендирање локалних дестинација, као и ФБиХ и БиХ којим би се представиле њихове специфичности и предности;
2. Спровођење изузетно ограниченог броја интерних и екстерних студија на којима би се базирале маркетиншке одлуке;
3. Заостајање у ефикасном коришћењу дигиталног маркетинга и инструмената, канала и платформи за продају;
4. Непостојаност туристичке заједнице на нивоу ФБиХ и неповезаност туристичких заједница по цијелој ФБиХ;
5. Слаба сарадња субјеката из приватног и јавног сектора;
6. Мањак специјализованих туроператера;
7. Ограничена и неувезана средства за маркетинг и промоцију;
8. Ограничен авиосообраћај у ФБиХ и Босну и Херцеговину и из њих који не може подржати број посјета који би омогућио рапидан раст.

Да би показао боље резултате у односу на кључне индикаторе учинка (доласци, трајање посјете, потрошња) у периоду обухваћеном Стратегијом, туристички сектор ФБиХ мора ускладити, преусмјерити и изнова конципирати своје промотивне и активности дестинацијског маркетинга.

## **СТРАТЕГИЈА ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА ФБИХ**

Пандемија је дестинацијама широм свијета донијела изазове без преседана. Штавише, она изазива огроман преокрет у томе како се дестинације позиционирају, промовишу и продају. Поред тога, довела је и до огромних и трајних промјена тога како туристи користе путовања, шта она представљају за њих и шта их инспирише да иду баш на путовања на која желе ићи у наредних неколико година. Те ће промјене ускоро постати нова реалност и дестинације се морају припремити за њу. Упаривање трендова у понашању и потражњи, с једне, и потенцијала или капацитета дестинације, с друге стране, представља окосницу стратегије маркетинга и продаје за ФБиХ.

### **Стратешко усмјерење - усклађивање трендова с потенцијалом дестинације**

Стратешко усмјерење дестинацијског маркетинга у периоду 2022-2027. године подразумијева максимално искоришћавање постојећих капацитета и стално усклађивање понуде с тренутним и будућим трендовима раста кроз поједностављену, изузетно прецизну сегментацију засновану на истраживањима и приоритизовање *take-to-market* активности којима се оптимизује коришћење финансијских средстава, људског капитала и сарадња у склопу сектора. На тај начин, сектор туризма у ФБиХ ће постати

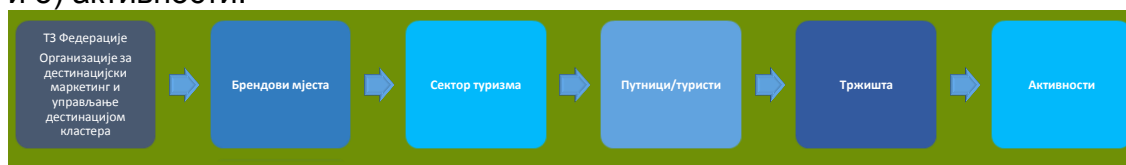
динамичнији, усклађенији с потребама и отпорнији на све прекиде и сметње.

### **Основни принципи Маркетиншке стратегије ФБиХ**

1. *Једноставна и практична:* Стратегија се надовезује на раније активности и успјехе, у исто вријеме реално сагледавајући постојеће изазове и доступне ресурсе. У складу с тим, фазни или постепени приступ кретању у правцу новог модела промовисања дестинације подразумијева једноставна и практична рјешења која ће изискивати реалне и достижне напоре различитих актера.
2. *Заснована на потражњи, усмјерена на клијенте и на искуства:* Маркетиншке активности ће се осмишљавати на основу потражње и одговарати на све већи број глобалних путника који траже производе засноване на искуству који су аутентични за дестинацију. Држећи се будућег бренда, све приче у ФБиХ требале би доприносити само конкретним искуствима. Такво је усмјерење у складу с опћим приступом дестинације да циља оне туристе који траже одређена искуства заснована на њиховом интересу.
3. *Одржива:* Заштита животне средине, културе и извора зараде људи чине окосницу Стратегије развоја туризма ФБиХ. Имајући то у виду, Стратегија је усмјерена на квалитет, а не квантитет, на тај начин остварујући одрживији приступ развоју туризма на дестинацији.
4. *Иновативна:* Маркетиншка стратегија изискује усвајање нових и унапријеђених метода ефикасног дестинацијског маркетинга, уз паралелно фокусирање на дигитални и маркетинг путем друштвених мрежа. Да би се то постигло, и пословни субјекти у сектору туризма морат ће улагати у дигитализацију како би могли у потпуности искористити све прилике које нуде дигитални медији и друштвене мреже.
5. *Заснована на сарадњи:* Иако активности на промовисању дестинација у правилу воде туристичке заједнице на нивоу дестинација и градова, ова стратегија изискује ефикаснију сарадњу између туристичких заједница и приватног сектора да би дошли до више корисника и тим корисницима омогућили прелазак на промотивне материјале и странице пословних субјеката. Крећући се у истом маркетиншком правцу кроз приоритизацију туриста, сегмената тржишта и изворних тржишта, Стратегија изискује и сарадњу на нивоу цијеле земље како би се, на примјер, могла искористити историјски велика потражња за Сарајевом и Мостаром.
6. *Фазна:* С обзиром на то да је дестинација до сада промовисана и продавана на традиционалан начин, прелазак на нову и динамичку маркетиншку стратегију захтијеваће приоритизацију програма активности за краткорочни, односно средњорочни и дугорочни период.

## Петострани приступ дестинацијском маркетингу

Стратегија дестинацијског маркетинга ФБиХ израђена је за потребе остварења шест стратешких приоритета у периоду 2022-2027. године. Њихово ће остваривање не само помоћи провођење стратегије развоја дестинације у цјелини већ и остваривање општих и специфичних циљева маркетиншке стратегије кроз промовисање привлачности дестинације на међународном тржишту, уз истовремено упаривање њених конкурентних капацитета, производа и искустава с *одговарајућим* и туристима који доносе велике приходе. Петострани приступ дестинацијском маркетингу заснован је на постојању туристичке заједнице на ентитетском нивоу и чине га: 1) бренд мјеста, 2) сектор туризма, 3) путници/туристи, 4) тржишта и 5) активности.



## Повећање потражње и потрошње

Када је у питању повећање потражње и потрошње, истраживање примарног тржишта, које је спровео *Environics Research*<sup>15</sup> развило је стратегију сегментације циљног тржишта путника – модел сегментације *Explore Quotient (EQ)* – који надилази демографске и географске профиле потенцијалних путника како би се погледала циљана тржишта филтрирана кроз психографске сегменте. Ови психографски профили проматрају укупне вриједности путника како би одредили њихову склоност разматрању путовања на одредишта и врсте искустава у којима уживају када посјете дестинацију. Поред сегментације путника у спортско-рекреативне сврхе, Стратегија је, такође, идентификовала могућности сегмента ниша за ФБиХ, а то су авантуристички путници и вјерски путници који су даље дефинисани у наставку.

Како се нова стратегија уводи и активирају кампање, потребно је предузети прилагођавање ових сегмената засновано на подацима да би се развиле специфичне персоне тржишта и производа. То посебно вриједи за дигитални маркетинг, гдје се кориснички подаци и тактичко тестирање садржаја могу користити за стално ажурирање тих персона путем праћених и мјерених података о ангажману и конверзијама. Демографија сваког

Уз фокусирано циљно дјеловање, модели *EQ*, *AP* и *RT* пружају методологије дизајна и развоја искуства како би се мотивације путника, привлачност искуства и интереси на најбољи начин ускладили с маркетингом и комуникацијама.

<sup>15</sup>*Environics Research* ([www.environicanalytics.com](http://www.environicanalytics.com)) је организација за истраживање тржишта са сједиштем у Канади и специјализована за истраживање засновано на вриједностима за различите индустрије, укључујући путовања и туризам. Сви профили и карактеристике препоручене циљне публике (*Spirited Traveler* и *Cultural Traveler*) изведени су из приватних примарних истраживања на 12 међународних извора тржишта. Екотуристи, миленијалци, соло путници и породична путовања су подсегменти који су већ укључени као дио ове сегментације који се могу циљати на тактичким нивоима.

сегмента, животна фаза и други идентификатори биће основа за циљање кампања.

**АКТИВНОСТИ КОЈЕ НАЈВИШЕ ПРИВЛАЧЕ ИСТРАЖИВАЧЕ КУЛТУРЕ У ФБИХ**

- Посматрање подводног свијета
- Посматрање животињског свијета у дивљини, дакле посматрање копнених животиња и птица
- Ручање у ресторанима који нуде локалне састојке/храну
- Посјеђивање националних паркова у сврху посматрања животињског свијета и околне природе и/или да се учествује у авантуристичким искуствима
- Посјеђивање познатих свјетских чуда
- Посјеђивање мањих градова и села
- Посјеђивање националних и регионалних паркова у сврху посјете информативним центрима/музејима
- Посјеђивање познатих историјских локација и грађевина
- Интеракција с домаћим становништвом
- Посјеђивање свјетске културне баштине

**АКТИВНОСТИ КОЈЕ НАЈВИШЕ ПРИВЛАЧЕ ОСОБЕ КОЈЕ ТРАЖЕ АУТЕНТИЧНА ИСКУСТВА У ФБИХ**

- Посматрање подводног свијета
- Посматрање животињског свијета у дивљини, дакле посматрање копнених животиња и птица
- Ручање у ресторанима који нуде локалне састојке
- Посјеђивање познатих историјских локација и грађевина
- Посјеђивање националних паркова у сврху посматрања животињског свијета и околне природе и/или да се учествује у авантуристичким искуствима
- Посјеђивање мањих градова и села
- Посјеђивање заштићених подручја у сврху посјете информативним центрима/музејима

**АКТИВНОСТИ КОЈЕ НАЈВИШЕ ПРИВЛАЧЕ ОСОБЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНЕ ЗА СВОЈЕ ПОРИЈЕКЛО**

- Посматрање подводног свијета
- Посматрање животињског свијета у дивљини, дакле посматрање копнених животиња и птица
- Посјеђивање националних и регионалних паркова у сврху посјете информативним центрима/музејима
- Ручање у ресторанима који нуде локалне састојке
- Посјеђивање националних паркова у сврху посматрања животињског свијета и околне природе и/или да се учествује у авантуристичким искуствима
- Одласци на зелене пијаце
- Уживање у јесењем лишћу

**АКТИВНОСТИ КОЈЕ НАЈВИШЕ ПРИВЛАЧЕ СЕГМЕНТЕ ВЈЕРСКИХ ТУРИСТА И ПРИВЛАЧНОСТ ФБИХ**

- Присуство на вјерским скуповима и конференцијама
- Учешће на тематским вјерским путовањима
- Учешће на тематским вјерским турама
- Добровољни рад
- Посјета и боравак у манастирима и осталим сакралним мјестима свих конфесија
- Учешће на камповима посвећеним вјери
- Посјета вјерским туристичким атракцијама
- Посјеђивање мјеста која нису само важна света вјерска мјеста, већ су и од културног и историјског значаја



АКТИВНОСТИ КОЈЕ НАЈВИШЕ ПРИВЛАЧЕ СЕГМЕНТЕ АВАНТУРИСТИЧКИХ ТУРИСТА			
бр.	Гранични авантуристи	Авантуристи	Ентузијастични авантуристи
1.	Пјешачење/рекреативно планинарење	Пјешачење/рекреативно планинарење	Пјешачење/рекреативно планинарење
2.	Кампирање	Кампирање	Кампирање
3.	Пецање	Пецање	Роњење
4.	Посматрање птица	Захтјевно планинарење	Пецање
5.	Роњење	Роњење	Посматрање птица
6.	Јахање	Посматрање птица	Једриличарство
7.	Захтјевно планинарење	Скијање/снoвбординг	Скијање/снoвбординг

### Равномјеран туристички развој и смањење сезоналности

Цијела БиХ, а конкретно и ФБиХ, морају се борити са сезонским карактером туризма и неједнаком дисперзијом гостију. Како би се суочила с тим изазовима, ФБиХ би требала додатно искористити своје диверзификоване ресурсе и, служећи се микрофокусираним дигиталним и маркетиншким и продајним кампањама на нивоу појединих пословних субјеката, те иновативним рјешењима за пласирање производа на тржиште, извршити дисперзију туриста широм дестинације. На тај начин ће се уједно најбоље искористити и годишња доба (зима и љето), како би се најтраженије љетне, односно зимске дестинације (примарне дестинације) повезале с околним секундарним дестинацијама.

Под иновативним рјешењима на проширивању дисперзије и елиминисању сезонског карактера туризма подразумијева се увођење: примарних и секундарних центара, препознатљивих искустава и најљепших села.

Стратегија изискује веома прецизну сегментацију туриста на основу разлога зашто путују, њихових својстава и искустава која их привлаче, приоритет дајући приходима, а не броју посјетилаца, циљајући туристе који доносе велике приходе и који се дуже задржавају на дестинацији. Да би то остварила, ФБиХ мора знати како продавати своје производе тим сегментима путника с пуном сигурношћу да ће бити у стању њихову заинтересованост претворити у резервације. Сегменти тржишта и категорије и поткатогије туриста на које се треба усмјерити укључују:

- сегменти тржишта – спортско-рекреативни туристи, авантуристички туристи;
- категорије туриста – туристи који често путују и туристичке групе;
- поткатогије туриста – особе које бјеже из града преко викенда, гости који више дана бораве искључиво у ФБиХ, гости који долазе у вишедневне посјете ФБиХ и гости који долазе у једнодневне посјете.

То изискује приоритизацију изворних тржишта засновану на:



1. Потенцијалу – проценту приоритизованих категорија туриста и сегмената тржишта у тим земљама (мали, средњи, велики);
2. Ефектима – земље означене као земље добрих/значајних ефеката јесу земље чији су становници солидно упознати с дестинацијом и на које се треба више фокусирати;
3. Приступу – на који начин ће изабране категорије и сегменти посјетилаца моћи путовати до дестинације. Овдје можемо разликовати оне који путују аутомобилима/аутобусима, оне који долазе кратким летовима, оне који долазе летовима средње дужине и оне који долазе дужим летовима. Код разматрања путовања авионом, посебно треба водити рачуна о томе да ли најпознатије и нискобуџетне авиокомпаније нуде летове на датој релацији.

Према подацима о ранијим учинцима, о ранијим и тренутним летовима и налазима секундарних студија тржишта вођених побројаним критеријумима, у периоду обухваћеном Стратегијом даваће се приоритет доље наведеним изворним тржиштима, у исто вријеме пратећи друге прилике. Коришћена анализа тржишта дата је уз Стратегију као Прилог 6.

Поред тога, а нарочито с обзиром на потребу да све маркетиншке активности донесу смислене резултате и омогуће брзо и одрживо убризгавање прихода у туризам, битно је да се те активности равнају према клијентима и ослањају на преласке на странице партнера. То значи да се морају конципирати око јасног модела лијевка који је приказан на сљедећој слици.

Он дефинише кључне фазе сваке потребне активације и радње, те омогућава да се појединим ставкама додјељују средства и посвећује пажња пропорционална њиховом положају у оквиру лијевка. Активацијама ДМО-ова се у правилу даје већа тежина, па се стављају при врху како би подстицале путовања на дестинацију, а онда, како је клијент све ближе томе да купи производ, тежиште се с медија полако преноси на туроператере.

За те потребе, ФБиХ може промијенити традиционални лијевак познат под називом „Пут до куповине“. Све активације треба осмислити у партнерству с релевантним туристичким организацијама/одборима и удружењима и ускладити с моделом Пут до куповине.



Регион	Изворно тржиште	Приоритет	Образложење
Домаће	Домаће тржиште	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Домаће тржиште ће тешко пореметити ванредне ситуације.</li> </ul>
Регионално	Хрватска	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Регионална тржишта ће тешко пореметити ванредне ситуације, висок степен информисаности о дестинацији, постојећи потенцијал.</li> </ul>
	Србија		
	Словенија		
	Црна Гора		
Ближа страна тржишта	Албанија	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подаци о добрим претходним резултатима, потрошња, усклађеност тржишног сегмента, авиовезе.</li> <li>Подаци о добрим претходним резултатима, потрошња, усклађеност тржишног сегмента, авиовезе.</li> <li>Подаци о одличним претходним резултатима, потенцијал за раст, авиовезе.</li> <li>Подаци о добрим претходним резултатима, усклађеност тржишног сегмента, потенцијал за раст, авиовезе.</li> <li>Подаци о одличним претходним резултатима, потенцијал за раст, авиовезе.</li> </ul>
	Сјеверна Македонија	1	
	Њемачка	1	
	Италија	1	
	Саудијска Арабија	1	
Средње далека страна тржишта	Турска	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подаци о одличним претходним резултатима, потенцијал за раст, авиовезе.</li> <li>Подаци о одличним претходним резултатима, потенцијал за раст, авиовезе, потрошња.</li> <li>Подаци о одличним претходним резултатима, потенцијал за раст, авиовезе, потрошња.</li> </ul>
	УАЕ	1	
Далека страна тржишта	Кина	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подаци о добрим претходним резултатима, потенцијал за раст, усклађеност тржишног сегмента.</li> </ul>
	Јужна Кореја	1	
Далека страна тржишта	САД	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подаци о добрим претходним резултатима, потенцијал за раст, усклађеност тржишног сегмента.</li> </ul>

## ПРЕГЛЕД ПОТРЕБА РАЗВОЈА ЉУДСКИХ РЕСУРСА У ФБИХ

Уз изузетак посљедње двије године када је погођена пандемијом вируса ЦОВИД-19, индустрија туризма ФБиХ убрзано се развија. Стално је потребно наглашавати разноликост искуства посјетилаца кроз нове производе и увођење нових активности усмјерених на радознале путнике. То подразумијева нова искуства која тренутно не постоје, која захтијевају нове скупове вјештина код запосленика у сектору, укључујући авантуристичке активности и производе, засноване на изражавању културе ФБиХ. Нова туристичка тржишта и тржишни сегменти наставиће помагати код дефинисања начина на који ће ФБиХ у будућности обиљежавати планету. Само врхунском услугом ФБиХ може пружити нова искуства и испунити обећање препознатљивости и аутентичности.

Људске ресурсе у туризму у ФБиХ карактерише неколико кључних карактеристика: а) туристичка радна снага углавном је концентрисана у истакнутијим туристичким регионима у околини Сарајева, Мостара, Неума, Међугорја, Тузле и Травника, б) условљен је снажном сезоналношћу (нпр. велика потражња за људским ресурсима на планинама током зимске скијашке сезоне или на мору љети), и ц) миграције радне снаге с тенденцијом одласка у иностранство (према западној Европи) и недовољно интерног мигрирања да би се задовољиле потребе за људским ресурсима у ФБиХ.

У оквиру припреме Стратегије туризма Федерације Босне и Херцеговине (ФБиХ), у оквиру УСАИД-овог пројекта Туризам припремљена је *Процјена и прогнозирање потреба за људским ресурсима у туризму за период од 2021. до 2027. године*. Ова процјена је укључивала анализу потреба запошљавања и обука у оквиру индустрије туризма (потражња) и анализу образовања и оспособљавања за туризам (понуда). На основу обимних консултација у индустрији и испитивања најбоље међународне праксе, израђене су препоруке за развој људских ресурса који описују радно окружење у којем ће људски ресурси дјеловати и на основу чега се детаљно утврђују активности које треба размотрити у наредних седам година..

Рјешавање проблема недостатка људских ресурса и вјештина вјероватно је најхитније питање с којим се данас суочава туристичка индустрија ФБиХ. Привлачење нових запосленика у туристичку индустрију у развоју захтијеваће заједничке напоре индустријских сектора и подсектора да промијене своје понуде послова и развоја каријере у окружењу које може постати компетитивно за квалификоване запослене. Као што је наглашено у неколико фокусних група, с развојем туристичке индустрије ФБиХ, развој људских ресурса брзо ће постати кључно питање у смислу проналазак доступних радника у туристичкој индустрији. *Процјена и прогноза потреба људских ресурса у туризму за период од 2022. до 2027. године* показале су да ће одржавање конкурентности захтијевати активности у смислу усвајања радних процеса који су у складу с најбољим праксама те реорганизације рада ради повећања продуктивности и подизања нивоа услуга за госте.

## **СТРУКТУРА ТУРИСТИЧКЕ ИНДУСТРИЈЕ И БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ АНГАЖОВАНИХ У ТУРИЗМУ**

Постоји 6 главних сектора и 23 подсектора у туризму, у оквиру којих у ФБиХ послују 2.154 предузећа. Туристички смјештај и услуге припреме и послуживања хране и пића главни су сектори заједно с туристичким превозом.

Туризам у ФБиХ директно запошљава 20.138 особа и отвара приближно 37.290 индиректних и индукованих радних мјеста, укључујући запошљавање у угоститељству, путовањима и транспортним системима. Према подацима Федералног завода за статистику (Тржиште рада: запосленост, плате и трошкови рада), дистрибуција запослених у туризму по кантонима може се груписати у 4 категорије: 1) предводници по броју запослених у туризму су Кантон Сарајево (34%) и Херцеговачко - неретвански кантон (16%) који заједно запошљавају пола свих радника у туризму у ФБиХ; друге двије групе чине 2) Зеничко - добојски и Тузлански кантон с 12-13% појединачно и 3) Средњобосански и Унско - сански кантон с учешћем од 8-9% запослених у туризму; 4) На зачелју су кантони с 1-3%

удјела у броју запослених у туризму: Кантон 10, Западнохерцеговачки, Босанско - подрињски и Посавски кантон.

Подсектори смјештаја и услуга припреме и послуживања хране и пића заједно запошљавају 84% радне снаге. Жене чине 42% радне снаге индустрије туризма и запослене су у различитим подсекторима индустрије. Највише запослених жена у ФБиХ ради управо у услугама, а туризам је један од кључних сектора запошљавања и представља потенцијал за активирање неактивне радне снаге, жена и мушкараца.

## ПОНУДА И ПОТРАЖЊА ЗА ЉУДСКИМ РЕСУРСИМА – АНАЛИЗА НЕДОСТАКА

Година 2019. коришћена је као основа за утврђивање понуде људских ресурса прије него што је пандемија вируса „ковид-19“ затворила туристичку индустрију. Предвиђа се да ће се потражња очитовати кроз двије фазе:

**У првој фази, до краја 2023. године**, предвиђа се да ће се сектори туризма и угоститељства вратити на ниво запослености у 2019. години, односно **20.138** запослених. Укупна непропорционалност у потражњи мора узети у обзир чињеницу да се отприлике **4.026** (20%) основних радника неће вратити у индустрију туризма. Многи ће тражити нове каријере или занимања изван туризма или ће се одлучити за могућност запошљавања у сусједним земљама.

**У другој фази, од 2024. до 2027. године**, очекује се да ће се број запослених у туризму повећати за **8.184**, јер ће хотели повећати попуњеност соба, а предузећа у сектору туризма ће проширити и побољшати услуге и производе. Укупна потражња за људским ресурсима у првој и другој фази износиће **12.210** (4.026 + 8.184) позиција.

Постоји 51 институција која пружа образовање и обуку у области туризма и угоститељства. Од тог броја, осам су универзитети, 32 су средње техничке и стручне школе, а једанаест су центри/пружаоци услуга за образовање одраслих. У наредних 7 година, укупно **10.144** ученика и одраслих ће се придружити програмима образовања и оспособљавања у подручју туризма, али неће сви наставити каријеру у индустрији туризма. Предвиђена понуда је **6.000** запосленика. Предвиђања непропорционалности између понуде и потражње за људским ресурсима за период од 2021. до 2027. године процјењује се на **6.490** додатних радника који ће бити потребни за задовољавање потражње за опоравком и растом у наредних 7 година.

## ПРЕМОШТАВАЊЕ ЈАЗА У ЉУДСКИМ РЕСУРСИМА

Предложени план за премоштавање јазу у области људских ресурса од **6.490** нових запосленика који ће бити потребни у периоду трајања Стратегије предвиђа да ће образовне институције и центри за образовање одраслих морати повећати број својих полазника запослених

у сектору за **2.490** у року од седам година. Од овог укупног броја, средње стручне и техничке школе требаће повећати број полазника који ће се придружити туристичком сектору на **1.200**. Универзитети и факултети морат ће повећати тај број за **600** у наредних седам година, а центри за образовање одраслих за **690** путем кратких обука, итд. Предложено повећање броја може доћи и кроз побољшање стопе задржавања дипломаца у индустрији, јер је то тренутно један од главних проблема идентификованих у сектору (с обзиром на то да се у просјеку тек свака друга особа која заврши средњу школу или факултет у туризму или угоститељству успјешно запосли у својој струци у ФБиХ).

Предузећа у туристичкој индустрији мораће се удружити у рјешавању овог проблема запошљавањем и обуком на радном мјесту укупно **4.000** нових запосленика. Предузећа у оквиру ове индустрије мораће упослити и обучити **3.250** приправника. Због будућег недостатка средњег руководећег особља, индустрија ће морати привући и обучити **750** нових упосленика на руководећим позицијама.

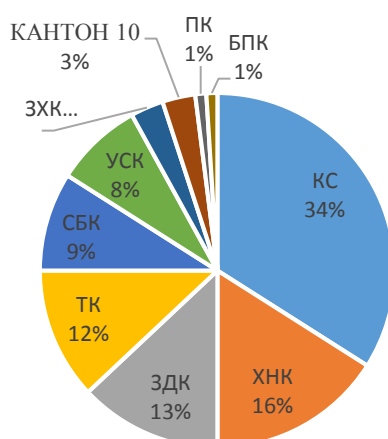
## **РЈЕШАВАЊЕ ПРОБЛЕМА НЕДОСТАТКА ВЈЕШТИНА И ЗНАЊА**

Ниво формалног образовања прије запошљавања релативно је низак у индустрији туризма – само 18% запослених има формално образовање. Сектор с највећим бројем формално образованих упосленика је сектор туристичких атракција и сектор туристичких услуга, а према спроведеној анализи УСАИД-овог пројекта Туризам, 50% упосленика овог сектора има формално образовање. Ниво формалног образовања код туристичких водича (специјализовани туристички водичи за авантуре, туре у природи и сл) био је низак и износио је 10%. Сектори с најнижим постотком формално образованих запосленика били су сектори апартхотела, кафића и ресторана. Сектори у оквиру туризма углавном се ослањају на неформалне обуке (на радном мјесту), а 58% људских ресурса прошло је кроз такве обуке. Процјена је показала да 23% запослених није имало никакав облик обуке. Што се тиче посвећености обуци (обуци на радном мјесту), само 16% је имало формални план обуке, а 8% је издвојило буџет за обуку.

## **ОСВРТ НА СТАЊЕ ЉУДСКИХ РЕСУРСА У ФБИХ, ПО КАНТОНИМА**

Када је у питању бројчано стање запослених у дјелатности пружања смјештаја, те припреме и услуживања хране (хотелијерство и угоститељство), по кантонима се стање из 2019. године може најбоље приказати помоћу сљедећег графикана:

% укупног броја запослених



ФМОиТ подаци за 2019. годину на бази ФЗС

Из наведеног се види да на запослене у Кантону Сарајево и Херцеговачко - неретванском кантону отпада тачно 50% укупне радне снаге. Понуда образовних програма и обука концентрисана је у кантонима с највећом потражњом за радном снагом у туризму и угоститељству. Збирно се то може приказати помоћу сљедеће табеле:

**Табела 14. Преглед образовних институција које нуде програме релевантне за туризам и угоститељство**

Административна јединица	Средње стручне школе	Универзитети	Центри за образовање одраслих	Укупно образовних установа
УСК	5	1		6
ПК				0
ТК	4	1	2	7
ЗДК	3		1	4
БПК				0
СБК	6	1		7
ХНК	6	4	4	14
ЗХК	3		2	5
КС	3	1	2	6
Кантон 10	2			2
Укупно ФБиХ	32	8	11	51

Извор: Анализа УСАИД-овог пројекта Туризам. Детаљан преглед обухваћених институција приказан је у Прилогу.

Највећи број образовних институција евидентиран је у Херцеговачко - неретванском кантону у којем дјелује 6 средњих школа, 5 високошколских институција и 4 установе за образовање одраслих. Значајно мањи број



образовних установа постоји у свим другим кантонима, од којих најчешће на подручју једног кантона дјелује 4-7 институција за образовање и обука. Таква је ситуација у Унско - санском, Тузланском, Средњобосанском, Западнохерцеговачком, Зеничко - добојском кантону и Кантону Сарајево. Најслабија понуда образовних установа забиљежена је у кантонима са слабијом потражњом за радном снагом у туризму (Кантон 10), док у појединим административним јединицама (Посавски и Босанско – подрињски кантон) не постоје образовне институције које нуде програме за туризам и угоститељство.

Поред броја установа, квалитет образовне понуде потребно је анализирати с аспекта броја и квалитета образовних програма, као и броја заинтересованих и уписаних полазника те, још битније, броја особа које су нашле запослење након похађања програма образовања/обуке. Тако на примјер у Кантону Сарајеву ЈУ „Угоститељско - туристичка школа“ непрекидно привлачи велики број ученика за упис на 5 програма/занимања у понуди (у 2019/20. 500 ученика је похађало свих 5 програма) и на тај начин значајно помаже у развоју радне снаге у туризму и угоститељству.

Групно посматрано, на подручју ФБиХ у понуди је 80 програма за средње техничко и стручно образовање кроз програме у различитим школама - специјализованим и мјешовитим, како је приказано у табели испод:

**Табела 15. Понуда средњошколских стручних и техничких програма за туризам у ФБиХ**

Трогодишњи програми			Четверогодишњи програми					УКУПНО
Конобар	Кувар	Посластичар	Туристички техничар	Угоститељски техничар	Кулинарски техничар	Хотелско - туристички техничар	Агротуристички техничар	
22	29	3	7	7	1	10	1	80

Извор: Анализа УСАИД-овог пројекта Туризам. Детаљан преглед обухваћених институција приказан је у Прилогу

Тренутно већина школа нуди програме за куваре и конобаре. Постоје програми које захтијева индустрија као што су Домаћинство/Смјештајни послови/Рецепционар које такође треба додати у портфеље програма.

## ОСНОВНИ ИЗАЗОВИ ЗА РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА У ТУРИЗМУ

На основу налаза дијагностичке процјене, реализованих састанака фокусних група у ФБиХ у јулу 2021. године и онлајн упитника које су објавили Федерално министарство животне средине и туризма и Привредна/Господарска комора ФБиХ, основни изазови су сљедећи:

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ограничена улагања у развој људских ресурса;</li> <li>▪ Непостојање управљања развојем људских ресурса;</li> <li>▪ Низак приоритет се даје формалним квалификацијама;</li> <li>▪ Непостојање системског приступа обуци;</li> <li>▪ Ниски стандарди вјештина деградирају туристичке услуге;</li> <li>▪ Запошљавање;</li> <li>▪ Неатрактивност туризма као каријере;</li> <li>▪ Недовољна и/или неадекватна практична настава.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Велика флукуација људских ресурса;</li> <li>▪ Ниски нивои стручности људских ресурса;</li> <li>▪ Ученици/полазници/студенти/дипломци нису спремни за реалност на радном мјесту, јер само 1 од 2 студента нађу запослење у туризму и угоститељству;</li> <li>▪ Наставни програм техничког и стручног образовања и оспособљавања не одговара потребама индустрије;</li> <li>▪ Недовољан број уписаних ученика и студената на програме у подручју туризма;</li> <li>▪ Неадекватне наставне методе и ресурси.</li> </ul>
--	---

Након утврђивања ових изазова, израђене су бројне посебне препоруке које су представљене у наставку:

- Ојачати мултисекторску сарадњу на нивоу ФБиХ како би се дао стратешки приоритет туризму и мобилизовали сви сектори у циљу усклађеног развоја људских ресурса у туризму;
- Подизати свијест о туризму и промовисати каријере у туризму;
- Привући талентоване ученике за упис у средње туристичке и угоститељске школе;
- Повећати број радника у туризму, укључујући и старије особе;
- Побољшати квалитет образовних програма у подручју туризма у формалном средњем образовању, уз подршку развоју дуалног образовања;
- Унаприједити вјештине и стручност постојећих и нових радника у индустрији и супервизора на радним мјестима;
- Унаприједити програме управљања људским ресурсима у свим предузећима која се баве туризмом;
- Унаприједити универзитетске програме у оквиру туризма за стручна радна мјеста;
- Промовисати родну равноправност, забрану сексуалног узнемиравања, али и забрану дискриминације по било којој основи код запошљавања, рада, плата и напредовања у туризму, посебно у приватном сектору.

На основу ових препорука дефинисани су стратешки приоритети и мјере за људске ресурсе. Поред наведеног, анализиране су постојеће стратегије развоја на нивоу кантона, те су у том процесу препознате поједине мјере које се директно тичу питања развоја људских ресурса. Те мјере су приказане у табели 16 и узете су у обзир код дефинисања предложених мјера за ниво ФБиХ. Дате су и референце у наведеним мјерама на мјере појединих кантона.



**Табела 16. Мјере за развој људских ресурса**

<p><b>Унско - сански кантон</b>  <b>Извор:</b> Стратегија развоја УСК 2021-2027.  <b>Релевантне мјере:</b>  Мјера 1.2.1. Подршка развоју предузетништва  Мјера 1.2.3. Унапређење техничких и кадровских ресурса пружалаца пословних услуга  Мјера 1.2.4. Побољшање квалитета људских ресурса и успостављање динамичног тржишта рада усклађеног с потребама привреде  Мјера 2.1.1. Модернизација програма образовних институција у складу с модерним праксама ЕУ</p>
<p><b>Посавски кантон</b>  <b>Извор:</b> Стратегија развоја Посавског кантона 2021. – 2027. (нацрт из новембра 2020. године)  <b>Релевантне мјере:</b>  Нису пронађене мјере које се односе директно на развој људских ресурса у туризму.</p>
<p><b>Тузлански кантон</b>  <b>Извори:</b> Стратегија развоја Тузланског кантона 2021–2027.  Прилог 3 – Детаљан преглед Мјера  <b>Релевантне мјере:</b>  Мјера 1.3.4. Развој људских потенцијала и дестинацијског менаџмента кроз Туристичкузаједницу ТК  Мјера 2.1.2. Побољшање квалитета основног, средњег и високог образовања  Мјера 2.1.7. Унапређење система образовања одраслих и цијеложивотног учења</p>
<p><b>Зеничко - добојски кантон</b>  <b>Извор:</b> Нацрт Стратегије развоја ЗДК за период 2021–2027.  <b>Релевантне мјере:</b>  Мјера 1.2.3. Интензивирање модернизације пољопривредне производње и јачања капацитета уз научно-стручне услуге и едукацију  Мјера 1.4.3. Подршка запошљавању и samozапосљавању  Мјера 2.1.1. Унапређење усклађености образовног система с потребама тржишта рада  Мјера 2.1.2. Повећање нивоа запослености, с посебним фокусом на повећање могућности запошљавања рањивих група на тржишту рада ЗДК  Мјера 2.1.3. Модернизација образовног система за квалитетно и флексибилно одржавање наставе у редовним и кризним ситуацијама</p>
<p><b>Босанско - подрињски кантон</b>  <b>Извор:</b> Нацрт Стратегије развоја БПК Горажде 2021–2027.  <b>Релевантне мјере:</b>  Мјера 1.1.4 Подршка унапређењу понуде тржишта рада и програмима запошљавања  Мјера 2.1.1. Курикуларна реформа и развој система цијеложивотног учења</p>
<p><b>Средњобосански кантон</b>  <b>Извор:</b> Стратегија развоја СБК/КСБ 2021–2027. година  <b>Релевантне мјере:</b>  Нису пронађене мјере које се односе директно на развој људских ресурса у туризму</p>
<p><b>Херцеговачко - неретвански кантон</b>  <b>Извор:</b> Нацрт Стратегије развоја ХНК 2021–2027.  <b>Релевантне мјере:</b>  Мјера 1.3.3. Повезивање туризма и пољопривреде  Мјера 1.3.4. Развој људских потенцијала у туризму</p>

<p>Мјера 2.1.2. Побољшање квалитета основног, средњег и високог образовања</p> <p>Мјера 2.1.3. Јачање капацитета научноистраживачких и високообразовних институција у складу с нормама ЕУ</p> <p>Мјера 2.1.5. Развој цјеложивотног учења</p>
<p><b>Западнохерцеговачки кантон</b></p> <p><b>Извор:</b> Радна верзија Стратегије развоја Западнохерцеговачког кантона 2021. – 2027.</p> <p><b>Релевантне мјере:</b></p> <p>Мјера 2.2.1. Улагање у образовну инфраструктуру и модернизацију образовног система</p> <p>Мјера 2.2.3. Усклађивање образовања и потреба тржишта рада</p> <p>Мјера 2.2.4. Развој система праћења потреба тржишта рада</p>
<p><b>Кантон Сарајево</b></p> <p><b>Извор:</b> Стратегија развоја Кантона Сарајево 2021–2027. (нацрт)</p> <p><b>Релевантне мјере:</b></p> <p>Мјера 1.4.1. Јачање функције посредовања и унапређење репутацијског капитала Службе за запошљавање КС</p> <p>Мјера 1.4.2. Активирање дугорочно незапослених особа и повећање „ефективне“ понуде радне снаге</p> <p>Мјера 1.4.3. Повећање ефикасности активних Мјера запошљавања</p> <p>Мјера 1.6.2. Унапређење амбијента за развој предузетништва и развој људских капацитета у туризму</p>
<p><b>Кантон 10</b></p> <p><b>Извор:</b> Стратегија развоја Кантона 10 за период 2021. – 2027.</p> <p><b>Релевантне мјере:</b></p> <p>Мјера 1.1.5. Спровођење активне политике запошљавања и самозапошљавања</p> <p>Мјера 1.2.2. Подршка руралном развоју</p> <p>Мјера 2.1.3. Развој цјеложивотног учења</p>

## ПРЕГЛЕД ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА

Како би индустрија туризма Федерације Босне и Херцеговине расла и остваривала успјех на конкурентнијем међународном тржишту туризма, кључно је осигурати повољно окружење које ће подстицати локално предузетништво, резултовати привлачењем домаћих и страних улагања и гарантовати заштиту природе и културних добара. Комуницирање о важности туризма, начину побољшања прописа, потреби побољшања услуга, привлачењу инвестиција, улагању у инфраструктуру и осигуравању добробити заједница у средишту је планирања одрживог туризма. Политика Владе ФБиХ за постизање друштвено - економског напретка кључна је за одређивање величине, облика и природе улагања. Начин заштите посјетилаца, становника, инвеститора, те културних и природних добра спада у домен снажног правног и регулаторног оквира. Сви ови аспекти заједно представљају међусекторски стуб подстицајног окружења за одрживи раст.

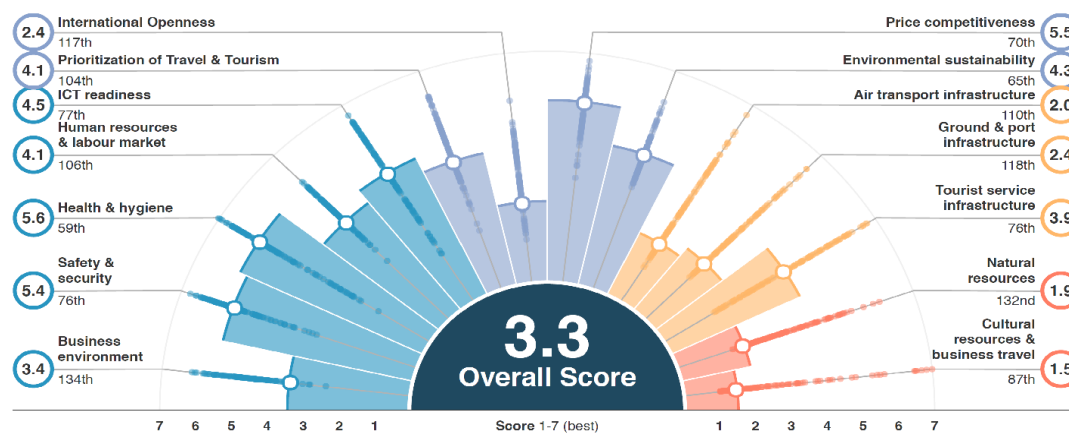
Подстицајно пословно окружење у Босни и Херцеговини ограничено је многим факторима, који отежавају продуктивност и одрживост предузећа која се баве туризмом.

Свјетски економски форум утврдио је да је Босна и Херцеговина најмање конкурентна путничка и туристичка привреда у региону Балкана, која заузима 105. мјесто у свијету. Пословно окружење у БиХ је најниже рангирано у региону (134. мјесто), као и укупна инфраструктура (97. мјесто).



Слика 1. Индекс конкурентности туризма БиХ, WEF 2019.

Осим тога, БиХ се такође налази ниско на скали природних ресурса. Од 140 оцијењених земаља, неколико индикатора је посебно проблематично за туризам у БиХ, и то<sup>16</sup>:



Слика 2. Индекс конкурентности туризма БиХ, ЊЕФ 2019.

Изабрани индикатори	од 140
– Природни ресурси	<b>132.</b>
– Међународна отвореност	<b>117.</b>
– Ваздушни саобраћај	<b>110.</b>
– Људски ресурси и тржиште рада	<b>106.</b>
○ Степен оријентисаности на купца (-10)	110.
○ Лакоћа проналаска квалификованих запосленика (-4)	130.
○ Степен обучености особља (-2)	133.

<sup>16</sup>Извор: World Economic Forum, The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019, <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>.

- **Приоритизација путовања и туризма**  
104.
  - o *Ефикасност маркетинга и брендирања за привлачење туриста (-4)*  
118.
- **Културни ресурси и пословна путовања**  
87.
  - o *Број састанака међународних удружења (-2)*  
80.
  - o *Број израза усмене и нематеријалне културне баштине (+19)* 52.

Координисани приступ побољшању Владиног надзора над индустријом туризма и омогућавање повољнијег окружења за партнере из приватног сектора покренули би снажну индустрију туризма која би могла бити катализатор дугорочног, одрживог развоја ФБиХ. Будући да је туризам повезана дјелатност, неопходна је снажна сарадња свих субјеката у индустрији туризма, јавног, приватног и цивилног сектора. Туризам захтијева уску сарадњу између различитих нивоа власти, јавних и приватних субјеката и, што је једнако важно, пословне односе између министарстава и снажну сарадњу између њих и приватног сектора.

#### **Потреба за повећањем конкурентности индустрије**

Различити закони и прописи унутар ФБиХ (односно прописи који се разликују од једног до другог кантона) чине пословно окружење прилично неповољним, што показује и положај БиХ у индексу конкурентности, гдје БиХ заузима 134. мјесто од 140 земаља у смислу индикатора ефикасности правног оквира и 137. мјесто у смислу индекса ефикасности правног оквира у индексу измјена прописа 2019. године. Остали индикатори укључују трошкове грађевинских дозвола (135. мјесто), вријеме потребно за отварање предузећа (136. мјесто), ефекте опорезивања на подстицаје за рад (133. мјесто), као и ефекат опорезивања на подстицаје за улагања (130. мјесто).

Недостатак отвореног и учесталог дијалога између јавног и приватног сектора, те домино-ефекат политичких одлука без узимања у обзир интереса туризма, може довести до испрекиданог развоја и нарушити конкурентност.

Законодавство које се односи на сектор туризма у ФБиХ обухвата посебне еколошке захтјеве, међутим, недостаје хоризонтална координација релевантних субјеката. Расправе у фокусним групама и резултати истраживања јасно су показали потребу за додатним напорима свих субјеката у циљу одрживог развоја туризма (ефикасно коришћење водених и енергетских ресурса, рециклираних производа у смјештајним објектима, увођење еколошки прихватљивих ознака, итд).

Стратегија развоја туризма ФБиХ за 2008-2018. годину је израђена, али никада није усвојена. Један такав документ неопходан је за стратешко планирање, издвајање јавних средстава за развој туризма, боље коришћење расположивих међународних средстава и улагање у туризам. Иако су неки кантони и општине израдили своје стратегије туризма, важно је постићи усклађеност на свим нивоима Федерације како би се постигла боља конкурентност и ефикасност.

Просторни план ФБиХ (2008–2028) још увијек није усвојен у Дому народа Парламента ФБиХ (усвојен је у Представничком дому).<sup>17</sup>

Стратегија развоја Федерације Босне и Херцеговине 2021–2027. садржи Мјеру 1.3.4. **Подржавати развој предузетништва туристичког сектора** у оквиру Стратешког циља **Убрзани економски развој**. Поред наведене мјере која је интегрисана и у ову стратегију и друге мјере активности су везане за област туризма.

**Стратегија развоја ФБиХ 2021–2027.  
Активности везане за туризам које координишу  
друга министарства**

- **Мјера 1.3.3.** Подржавати развој предузетништва креативног сектора (Федерално министарство развоја, предузетништва и занатства)
- **Мјера 3.5.1.** Развијати руралну инфраструктуру и доступност услуга у руралним подручјима
- **Мјера 3.5.2.** Успоставити функционалне капацитете за пољопривреду и рурални развој
- **Мјера 3.5.3.** Унаприједити квалитет и конкурентност пољопривредно-прехранбене производње и отпорност пољопривредних произвођача (Федерално министарство пољопривреде, водопривреде и шумарства)
- **Мјера 2.2.3.** Унапређење дјеловања у кризним јавноздравственим ситуацијама (Федерално министарство здравља)

<sup>17</sup> Microsoft Word – PPFBIH\_SKRACENA VERZIJA - 02\_08\_2012 (kim.ba).

## ГЛАВНИ ИЗАЗОВИ ЗА ПОДСТИЦАЈНО ОКРУЖЕЊЕ ЗА ОДРЖИВИ РАСТ ТУРИЗМА КОЈЕ СУ УОЧИЛИ ГЛАВНИ АКТЕРИ У ТУРИЗМУ

Током консултација за израду Стратегије, главни актери из јавног и приватног сектора примијетили су да није довољно дат значај индустрији туризма, те је стога потребно учинити више како би се разумијевање вриједности туризма за локални развој подигло на виши ниво. Зато је свијест о промовисању вриједности и користи туризма итекако потребна. Консултације с актерима заинтересованим за ову стратегију указале су на неколико области које ће се узети у обзир као стратешки приоритети у оквиру стуба подстицајног окружења, чији је сажетак дат у наставку.

### Изазови у оквиру подстицајног окружења које су утврдили главни актери у сектору туризма

- Различити прописи на различитим нивоима власти – државни, федерални, кантонални и општински
- Непостојање туристичке заједнице на федералном нивоу
- Непостојање стратегије развоја туризма на федералном и државном нивоу
- Неадекватна радна снага и родна сегрегација која онемогућава ефикасно коришћење доступних људских ресурса
- Велики неформални сектор (сива економија)
- Недостатак значајних улагања у туризам (посебно у инфраструктуру)
- Отежан приступ финансијама туристичких предузећа
- Нејасан и слаб регулаторни и институционални систем за реализацију јавно - приватних партнерстава
- Нису сви кантони формулисали своје конкретне стратегије развоја туризма
- Потреба за усклађивањем кантоналних и федералне стратегије развоја туризма
- Потреба за усклађеношћу правног оквира међу кантонима, како би се избјегло довођење туристичких предузећа у неповољан положај
- Велики број парафискалних намета на свим нивоима
- Неразвијен рурални туризам
- Мали проценат заштићених подручја у односу на укупно земљиште
- Неадекватни захтјеви у вези са заштитом животне средине у постојећем законодавству
- Недовољни финансијски механизми и слабо управљање туризмом на заштићеним подручјима
- Немогућност е-регистрације и уопштено недовољно развијено е-пословање
- Компликован и дуг процес оснивања предузећа
- Лоше авионске везе и недовољан број авиолинија
- Слаба сарадња и координација између јавно - приватног и јавно - јавног сектора и слаба координација између предузећа у туризму
- Незадовољавајући и неадекватан рад инспекције
- Ограничено прикупљање и анализа статистичких података за стратешко планирање и маркетинг, те неразврставање података по полу упркос законској обавези
- Слаба повезаност и приступачност транспортне инфраструктуре
- Потреба за побољшањем визних процедура и уласка преко граничних прелаза
- Слабо уређен спортско - рекреативни и авантуристички туризам, посебно у области безбједности, што омета његов развој као једне од најатрактивнијих понуда у региону

## Очување природних подручја Федерације Босне и Херцеговине и њихов значај за развој туризма

ФБиХ има 12 заштићених подручја, с укупно 86.573,07 ha. Заштићена подручја могу допринијети привреди дестинације и развоју одрживог коришћења њених природних ресурса и услуга екосистема. Одговарајућа заштита, добро испланиране туристичке активности и инфраструктура од виталног су значаја за адекватно управљање сваким заштићеним подручјем уз равнотежу између очувања и коришћења. Стога је потребно пажљиво планирање и јача сарадња између повезаних сектора туризма, животне средине, транспорта, истраживања, планирања и развоја, почевши од координације на нивоу стратешког планирања и политике.

Бр.	Назив заштићеног подручја	ИУЦН категорија	Површина у хектарима
1	Национални парк „Уна“	II	36629.08
2	Парк природе „Блидиње“	III	35800
3	Парк природе „Хутово блато“	III	7824.07
	Споменик природе водопад		1430.7
4	„Скакавац“	III	
5	Споменик природе „Прокошко језеро“	III	2225
6	Споменик природе „Врело Босне“	III	603
7	Споменик природе „Тајан“	III	4948.35
8	Заштићени пејзаж „Бијамбаре“	V	497
9	Заштићени пејзаж „Коњух“	V	8645.34
10	Заштићени пејзаж „Требевић“	V	400.2
11	Заштићени пејзаж „Бентбаша“	V	160.9
	Заштићени пејзаж „Вјетреница –		4712.19
12	Попово поље“	V	
		<b>УКУПНО</b>	<b>103875.83</b>

Постојећим заштићеним подручјима у ФБиХ су и даље потребна унапређења како би се задовољили бројни параметри заштите, праћења и одрживог коришћења у туристичке сврхе. Основни разлози овог недостатка обухватају недостатак буџетских издвајања, недовољне организационе и људске капацитете, недостатак планова управљања и непостојање институције одговорне за управљање заштићеним подручјима. У земљи нема субјеката који управљају овим подручјима, као ни финансијских средстава нити планова управљања овим изузетно важним подручјима од међународног значаја, која имају велики потенцијал за туризам и развој нових одрживих туристичких производа, као што је посматрање птица.



Бр.	Назив подручја	Р (ха)
	Планирана заштићена подручја	
1	Игман – Бјелашница – Височица – Трескавица – кањон Ракитнице	95.032,40
2.	Прењ – Чврсница – Чабуља – Вран	10.1744,30
3	Враница	25.078,10
4	Грмеч	78.939,80
5	Радуша – Стожер – Црни врх	42.415,50
6	Планина Шатор	29.736,30
7	Планина Динара	26.314,90
8	Планина Пљешевица	5.094,70
9	Ливањско поље	19.833,80
10	Планина Влашић	12.382,90
11	Попово поље – Вјетреница	3.572,50
12	Кањон ријеке Неретве, Дољанке, Рибнице и Дрежанке	7.357,30
13	Пливска језера	633,90
14	Ријечни слив Уне	34.685,80
<b>укупно</b>		<b>447.502,50</b>
<b>Укупно у %</b>		<b>18,5%</b>

ФБиХ зато мора **ојачати управљање заштићеним подручјима, повећати приходе остварене** из ових подручја пажљивим планирањем и одрживом употребом кроз интеграцију локалних заједница и приватног сектора у очување и пружање посјетиоцима одговорног и одрживог искуства повезаног са заштићеним подручјима.

Просторни план ФБиХ (2008-2028) још увијек није усвојен, јер га Дом народа Парламента ФБиХ још увијек није разматрао, али је усвојен у Представничком дому Парламента ФБиХ. Овај кровни стратешки документ може послужити као основа за дефинисање коришћења простора, као и за планове развоја који ће се на њега наслањати у области природних добара, коришћења земљишта и заштите. Просторни план ФБиХ (2008-2028) предвиђа успостављање 14 нових заштићених подручја укупне површине од око 4.488 km<sup>2</sup>, што чини 18,5% територије ФБиХ. Заједно с Просторним планом ФБиХ потребно је усвојити и кантоналне и општинске просторне планове, који морају бити усклађени с планом на нивоу ФБиХ.



### **Могући негативни утицаји на заштићена подручја**

Слабо управљање и претјеран развој туризма и пратећих активности може у великој мјери угрозити природну и културну баштину, како физички, тако и у смислу измјене њеног аутентичног идентитета и дугорочних карактеристика. Еколошки идентитет, култура и начин живота локалних заједница у сталној су опасности од пропадања као посљедице сталног повећања броја туриста. Главне пријетње које развој туризма доноси у погледу природне и културне баштине су:

1. Супротности између развоја туризма и пројеката заштите природе, културе, односно баштине обично доводе до израде лоших планова и штетног утицаја на природну и културну баштину, као и на начин живота локалних заједница.
2. Развој туризма може имати негативан утицај на цијела подручја, ако се у обзир не узму естетска, друштвена и културна димензија датог подручја које окружује природну и културну баштину, карактеристике биолошке разноликости, као и његов шири визуелни контекст.
3. Очување, тумачење и програми развоја туризма, који су засновани на неадекватном разумијевању сложених и веома често супротних карактеристика одређеног подручја, могу довести до губитка његове аутентичности и препознатљивости.
4. Недостатак адекватног и одговарајућег представљања и информисања о значају баштине, како гостима, тако и локалним заједницама, односно домаћинима, може довести до погрешног схватања и лошег односа према култури и баштини датог подручја у ширем смислу.
5. Лоше испланирани, лоше осмишљени и неадекватно изграђени туристички садржаји и објекти смјештени на лошим локацијама могу имати немјерљив утицај на еколошке карактеристике одређеног подручја, посебно ако се одредбе прописане одговарајућим заштитним режимом не поштују.
6. Недостатак механизма управљања дестинацијом, односно туризмом, и непрофесионално обављање ових задатака од стране субјеката задужених за управљање доводе до ниског степена искоришћености потенцијала за развој туризма и угоститељства, неадекватне валоризације вриједности и атракција, неадекватног управљања гостима, стварања лошег имиџа и мање посјећености, односно изостанка туриста.
7. Заједно с неадекватним туристичким капацитетима, недостатак управљања дестинацијом или њено лоше управљање узрокују пропадање природних ресурса, емисије штетних гасова, буку, производњу чврстог отпада и смећа, отпадне воде, испуштање уља и хемијских супстанци, па чак и визуелно, односно архитектонско загађење.

## SWOT АНАЛИЗА И СТРАТЕШКО ФОКУСИРАЊЕ

С (Снаге)	W (Слабости)
Природна богатства, крајолици, културно - историјско наслеђе	Непостојање бренда земље
Висок степен геодиверзитета и биодиверзитета	Мало или нимало вјештина маркетинга у туризму
Гостопримство локалног становништва	Лоша саобраћајна повезаност унутар Федерације
Близина главних туристичких емитивних подручја	Лоша саобраћајна инфраструктура
Велики број културних манифестација	Непостојање регионалне сарадње за туризам
Раст III сектора и туризма на годишњем нивоу	Мало учешће заштићених природних подручја
Квалитет услуга и туристичког садржаја	Транзитни туризам
Гастрономска понуда	Аерозагађење
Олимпијско наслеђе, нетакнута и богата природа	„Сива“ економија
Добар маркетинг од „уста до уста“	Недостатак јединствене промоције у ФБиХ
Привлачност „неоткривеног“	Недостатак квалификованог кадра
Присутност на трансрегионалној планинарској стази	Одређене негативне перцепције старијих туриста које потичу из ратног периода
Доказано мјесто на тржишту ходочашћа	Готово потпуно ослањање на сајмове код маркетинга
Цјеновна конкурентност за сличне дестинације и производе	Лоше управљање туристичким ресурсима
Разнолик низ атракција и искустава у оквиру јединственог итинера	Мањак стручног кадра за развој и управљање туристичким дестинацијама
Квалитетни смјештајни капацитети (у великим градовима)	Мали број ноћења међународних туриста
Близина атракција за дневне излете из популарних дестинација	Ниска потрошња међународних туриста
Квалитетни авантуристички производи и искуства	Одлагање отпада (недовољне казне, селективно спровођење)
Разнолика културна искуства	Неприступачност појединих заштићених подручја
Раст популарности нових емитивних тржишта Блиски исток и Кина	

О (Прилике)	Т (Пријетње)
Ширење постојеће мреже заштићених подручја	Лоше управљање авантуристичким активностима би могло довести до незгода и угрозити репутацију дестинације
Инвестирање у туризам	Угрожена природна и културна баштина
Нискобуџетне авиокомпаније	Неуспјех у заштити природних ресурса би могло уништити привлачност дестинације
Развој домаћег туризма	Загађење би могло поништити било какво брендирање или маркетинг екотуризма
Развој туризма у оквиру региона југоисточне Европе	Ограничена радна снага
Екстензивни маркетинг с фокусом на нова емитивна тржишта	Недостатак стратешког и одрживог туристичког планирања
Огроман потенцијал за развој руралног туризма	Политичка и економска нестабилност
Доступне дестинације и производи за израду пакета путовања на више дестинација унутар региона	Тренутне цијене су прениске да би биле одрживе и не омогућавају улагања у одржавање производа и његов развој
Потенцијална партнерства за тематске или регионалне итинераре	Ризик од настајања перцепције БиХ као јефтине дестинације
Потенцијал за улазак у ЕУ	Конкуренција сличних региона
Све веће могућности финансирања туристичких пројеката кроз ЕУ и међународне фондове	Немогућност такмичења с конкуренцијом с бољим ресурсима може преусмјерити тржишно учешће
Нове технологије	
Формирање ДМОа (дестинацијске менаџмент организације)	
Изградња посјетитељских центара	

### Стратешки фокуси

СТРАТЕШКИ ФОКУСИ	
1.	Развој туристичких дестинација и туристичких производа
2.	Развој дестинацијског маркетинга
3.	Развој квалитетних људских ресурса
4.	Побољшање подстицајног окружења за одрживи раст туризма

## **Очекивани резултати Стратегије развоја туризма Федерације БиХ**

Да би био успјешан, туристички сектор Федерације БиХ треба направити разноврснију туристичку понуду, радити на развоју вјештина и бољој повезаности актера из сектора ради координисаног дјеловања. Користи координисане стратегије туризма обухватају:

- Остваривање прихода по основу девизног прилива и веће домаће економске активности;
- Отварање радних мјеста;
- Проширивање основице порезних прихода;
- Ширење економских активности и подстицање малих и средњих предузећа и предузетништва у свим регионима Федерације БиХ;
- Унапређење укупне инфраструктуре, јавне и приватне, за боље привлачење малих и средњих предузећа и подстицање ширег економског предузетништва;
- Повезивање ланца вриједности туризма с другим секторима привреде, на тај начин стварајући већу економску корист за кантоне и локалне заједнице, као и доприносећи унапређењу квалитета живота.

Обухваћеним иницијативама подржаће се развој и раст индустрије туризма у Федерацији БиХ с циљем да буде еколошки, економски, културно и друштвено одржива. Стратегије обухваћене овим документом помоћи ће да се побољша и осигура јасан план опоравка и дугорочног раста туризма.

## **СТРАТЕШКИ ОКВИР: ВИЗИЈА, МИСИЈА, СТРАТЕШКИ ЦИЉЕВИ И ИНТЕРЕСИ**

### ***Стратешка визија***

Федерација Босне и Херцеговине привући ће туристе понудом аутентичних туристичких производа базираних на природној и културној баштини, која ће подстакнути економски развој и донијети друштвене користи.

**Како остварити стратешку мисију сектора туризма Федерације  
„Служити као главни одрживи покретач економског раста и развоја!“**

- **Унијети разноликост** и унаприједити искуства посјетилаца кроз диференциран развој производа помно усклађен с визијом;
- **Позиционирати** и промовисати туристичку понуду на циљним домаћим и страним тржиштима како би се током цијеле године остваривали доласци туриста који остварују већу потрошњу;
- **Повећати** запошљавање квалитетних кадрова у туризму;
- **Повећати** укупну конкурентност индустрије туризма како би се привукле нове и локалне инвестиције;
- **Смањити сезонски карактер туризма** понудом различитих производа доступних током цијеле године;
- **Повећати распрострањеност** на све географске регионе;
- **Заштитити** природу и културна добра усвајањем принципа одрживости у сваком дијелу туристичког путовања.

Стратегија је заснована на једном стратешком циљу и четири приоритета који ће обликовати развој туризма током периода 2022-2027. године, од којих је сваки детаљно разрађен у мјере и активности и резултате. Стратегија ће локалним и страним актерима (укључујући туристичке привредне субјекте и донаторе) служити као водич за планирање туризма, управљање и улагање у овај сектор. У наредном поглављу детаљније су представљени циљ, приоритети, мјере и активности за имплементацију Стратегије.

**Убрзан раст и развој сектора туризма је стратешки циљ ове стратегије.** Овако дефинисан циљ подразумијева свеобухватан развој сектора кроз фокусирање на развој туристичких производа, аутентична локална искуства, стварање препознатљивих брендова мјеста, у завршници на повећање обима доступних туристичких производа и услуга и разноврсност овог асортимана кроз иновативне иницијативе. Желимо да осигурамо промоцију ФБиХ као жељене дестинације на циљним регионалним и свјетским тржиштима, уз приоритизацију клијената који доносе велику зараду током цијеле године. Све ово није могуће без развоја људских ресурса који су кључ за подизање конкурентности сектора, побољшања услуга и квалитетних производа. На крају, али изузетно важно је и оснаживање система доношења ефикаснијих политика и правног оквира којима се подржавају и унапређују пословни резултати, привлаче инвестиције, штити природа и који доводе до отварања радних мјеста и фирми, као и одрживог развоја туризма.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (2020.)	Циљна вриједност
Бруто додата вриједност <sup>18</sup> Дјелатности пружања смјештаја, те припреме и услуживања хране (хотелијерство и угоститељство) Сталне цијене	ФЗС	376 мил.	770 мил.
Нето пословни вишак/Мјешовити доходак	ФЗС	69.6 мил.	145 мил.

### III. ПРИОРИТЕТИ И МЈЕРЕ

За реализацију свеобухватног циља стратегије идентификована су слjedeћа четири приоритета, који ће заједно с Мјерама и активностима помоћи и служити као смјернице федералним, кантоналним и локалним властима и заинтересираним актерима из ФБиХ, за ефикасније остваривање визије сектора туризма.

#### ПРИОРИТЕТ 1 – РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА

- 1.1. Проширење понуде смјештајних капацитета
- 1.2. Искоришћавање главних туристичких ресурса ФБиХ
- 1.3. Трансформисање и промовисање музеја и других институција културе као истакнуте доживљаје културе
- 1.4. Развијање и диверсификација авантуристичких производа и искустава
- 1.5. Развијање и диверсификација понуде бањског и љечилишног туризма
- 1.6. Развијање разноврсних производа и осмишљање искустава у оквиру руралног туризма
- 1.7. Побољшање понуде засноване на вјерским искуствима и доживљајима
- 1.8. Побољшање привлачности дестинације кроз интеграцију аутентичне гастрономске, винске и занатлијске понуде у туристички ланац вриједности
- 1.9. Искоришћавање понуде догађаја и манифестација

#### ПРИОРИТЕТ 2 – РАЗВОЈ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА

- 2.1. Повећање привлачности дестинације
- 2.2. Повећање потражње и потрошње
- 2.3. Равномјеран туристички развој и смањење сезоналности
- 2.4. Дигитализација сектора туризма

#### ПРИОРИТЕТ 3 – РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА

- 3.1. Повећање броја квалификованих кадрова кроз обуку и образовање

<sup>18</sup>Рачун производње по областима 2020, коначни подаци, Федерација БиХ, Федерални завод за статистику

- 3.2. Усавршавање постојећих кадрова путем формалног и неформалног образовања и обуке на радном мјесту

#### **ПРИОРИТЕТ 4 – УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА ОДРЖИВОГ**

- 4.1 Побољшање приступачности, могућности превоза и услуге посјетиоцима, те развијање модерне туристичке инфраструктуре
- 4.2 Унапређење правног и регулаторног оквира како би се омогућила конкурентност индустрије туризма и одрживи раст и креирала политика заснована на квалитетним подацима (статистика, истраживање и анализа података)
- 4.3 Успостављање примјене еколошких принципа одрживости у туризму
- 4.4 Повећање обима инвестиција и унапређење приступа финансијама
- 4.5 Подизање свијести о важности туризма

#### **IV. ПРИОРИТЕТ 1: РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА**

##### **ВОДЕЋИ ПРИНЦИПИ ЗА РАЗВОЈ ПРОИЗВОДА**

Сљедећи принципи ће предводити приступ планирању и имплементацији развоја производа:

- Ангажман актера из свих дијелова ФБиХ и из свих 10 кантона од пресудног је значаја;
- Фокусирати се на аутентичне карактеристике дестинације;
- У фокусу стратегије биће подршка, ангажман и користи за локалну заједницу;
- Диференцирани производи који одговарају тржишној потражњи и преференцијама;
- Адекватан обим да би се постигла економска корист;
- Одрживост, с нагласком на очување природе и заштиту ресурса;
- Реалистичност, постављање приоритета и наслањање на предности, уз истовремено тражење рјешења за недостатке.

##### **ЦИЉЕВИ РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА ФБИХ**

Имајући у виду све горе наведено, између 2022. и 2027. године план је да се у погледу развоја производа остваре сљедећи циљеви:

- Понуду соба повећати за најмање 20%;
- Реализовати 20 нових туристичких инфраструктурних пројеката заснованих на потребама тржишта;

- Све хотеле категоризовати према Правилнику о разврставању, минималним условима и категоризацији угоститељских објеката и програму категоризације надлежних институција;
- Успоставити систем категоризације бања и љечилишта према критеријумима усклађеним с признатим међународним стандардима за бањски и *wellnes* туризам (попут ИСО 17679 и ИСО 21426);
- Омасовити регистрацију руралних смјештајних јединица (сеоских домаћинстава) на нивоу ФБиХ с циљем минималног обухвата од 75% свих смјештајних јединица које оглашавају своју понуду онлајн;
- Осмислити и промовисати 50 нових искустава за туристе у локалним заједницама широм ФБиХ;
- Унаприједити и промовисати минимално 15 локалних пољопривредних/кулинарских/гастро/руралних туристичких догађаја;
- Унаприједити постојеће туристичке кластере Уна - Сана кластер, Туристички кластер Херцеговина, *Visit Blidinje*, те успоставити нове туристичке кластере који укључују минимално три додатна заштићена подручја (Заштићена природна подручја Кантона Сарајево, Заштићени пејзаж „Коњух“ и Споменик природе „Тајан“) са сврхом управљања, мониторинга и промоције најмање 25 нових екотуристичких производа;
- Изградити најмање 10 тематских стаза, изградити центре за посјетиоце или сличне услуге у туризму у најмање 5 локалитета насљеђа, успостављено или унапријеђено најмање 5 фестивала;
- Извршити сталну категоризацију угоститељских објеката који врше услугу смјештаја у домаћинству и руралном туризму.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (2019.)	Циљна вриједност (2027.)
Број ноћења	FZS	2.380.000	3.094.000

Како би се ови циљеви остварили, ФБиХ је утврдила сљедеће мјере у погледу развоја туристичких производа који ће се реализовати путем намјенских Мјера и активности.



<b>Мјере за развој туристичких производа</b>	<b>Мјера 1.1. Проширење понуде смјештајних капацитета</b>
	<b>Мјера 1.2. Искоришћавање главних туристичких ресурса ФБиХ</b>
	<b>Мјера 1.3. Трансформисање и промовисање музеја и других институција културе као истакнуте доживљаје културе</b>
	<b>Мјера 1.4. Развијање и диверзификовање авантуристичких производа и искустава</b>
	<b>Мјера 1.5. Развијање и диверзификовање понуде бањског и љечилишног туризма</b>
	<b>Мјера 1.6. Развијање разноврсних производа и осмишљавање искустава у оквиру руралног туризма</b>
	<b>Мјера 1.7. Побољшање понуде засноване на вјерским искуствима и доживљајима</b>
	<b>Мјера 1.8. Побољшање привлачности дестинације кроз интеграцију аутентичне гастрономске, винске и занатлијске понуде у туристички ланац вриједности</b>
	<b>Мјера 1.9. Искоришћавање понуде догађаја и манифестација</b>

## **МЈЕРЕ ЗА РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА**

Концепт фокусирања на аутентична локална искуства играће важну улогу у стварању препознатљивих брендова мјеста у овом ентитету и то се у стварности мора реализовати на терену кроз пружање незаборавног искуства посјетиоцима. Кроз напоре у оквиру Стратешког приоритета I наставиће се с радом започетим током посљедњег стратешког периода, а који је усмјерен на повећање обима доступних туристичких производа и услуга као и на разноврсност овог асортимана кроз иновативне иницијативе.

Сљедеће мјере покренуће развој нових и побољшаних туристичких производа, те изазвати више интереса за инвестирање у сектор туризма.

### **ТРОСТРАНИ ПРИСТУП РАЗВОЈУ ПРОИЗВОДА**

Модел туристичког кластера обухвата 10 кантона као административних регија, али је више усмјерен на њихов потенцијал за развој туризма и атракција (туристички кластери). У оквиру активности спровођења стратегије које се утврђују сваке године потребно је додатно прецизирати, утврдити недостатке у производима и одредити приоритете.

## **МЈЕРА 1.1. ПРОШИРЕЊЕ ПОНУДЕ СМЈЕШТАЈНИХ КАПАЦИТЕТА**

Квалитет и широк спектар квалитетног смјештаја предуслов је да ФБиХ оствари раст као занимљива туристичка дестинација. Од пресудног је значаја да понуда и квалитет расположивог смјештаја задовоље захтјеве страних тржишта и циљних сегмената туристичког тржишта. Тржиште посјетилаца који траже аутентична искуства и праксе одговорног туризма је у порасту, а многи се одлучују за смјештај изван хотела. Постоји, дакле, све већа потражња за алтернативним и одговорним туристичким смјештајем, што очигледно има користи за локално становништво и што нуди и бољу вриједност за потрошени новац, као и другачије искуство.

#### УСКЛАЂИВАЊЕ БРЕНДОВА МЈЕСТА С УЛАГАЊЕМ У СМЈЕШТАЈ

Улагања у смјештај морају пратити бренд мјеста у оквиру кластера, позиционирање и кључне атрибуте кластера како би се посјетиоцима осигурало холистички задовољавајуће искуство. На примјер:

Кантон Сарајево и ХНК: хотелски смјештај с 4-5 звјездица, луксузно кампирање  
ТК, СБК, УСК: хотелски смјештај с 3-4 звјездице  
ЗХК, Кантон 10, ЗДК: хотелски смјештај с 3-4 звјездице, сеоски смјештај, луксузно кампирање  
БПК, ПК: пансион, сеоски смјештај, кампови  
Руралне средине широм ФБиХ: Истражити опције за „глампинг“, робинзонски туризам.

Смјештајни капацитети у ФБиХ претежно се налазе у урбаним срединама, а посебно у Сарајеву, Мостару, Неуму и Међугорју. Примјетан је недостатак смјештаја с 4 и 5 звјездица у односу на 3 звјездице, као и смјештаја који нуде јединствена и аутентична искуства, што потенцијално ограничава могућност привлачења посјетилаца који остварују већу потрошњу, ако се не понуде алтернативне опције. Како би се задовољили посјетиоци свих социо - демографских категорија и различите склоности потрошача, потребно је понудити широк спектар квалитетног смјештаја, узимајући у обзир значајну предност туристичке понуде кластера.

Потребно је:

- Направити програме за изградњу стратешки лоцираних смјештајних јединица виших категорија, уз побољшану услугу;
- Означити стратешка мјеста на којима су потребни смјештајни капацитети виших категорија с обзиром на брендове мјеста и позиционирање у оквиру кластера;
- Направити пакете и подстицаје за инвеститоре, засноване на поузданим информацијама и истраживању, ради промоције улагања у нове смјештајне капацитете;
- Направити референтни модел и смјернице за дизајн, аутентичност, положај, садржаје и услуге који ће усмјеравати такву врсту развоја;
- Унаприједити постојеће правилнике за категоризацију смјештаја у складу с најбољим свјетским праксама за хотеле и сродне објекте, као и бање;
- Подржати увођење и промовисати еколошке стандарде и енергетски самоодрживе „зелене хотеле“;
- Подржати развој кампова, преноћишта и руралних смјештајних јединица које задовољавају високе стандарде;

- Подржати изградњу објеката који се по потреби уклапају у бренд мјеста или позиционирање у оквиру кластера, као и у изглед и дојам локалних мјеста и који пружају различите врсте смјештаја, у којима се нуде аутентични доживљаји и којим се задовољава тржишна потражња за свим категоријама и искуствима;
- Креирати модел мјерила и смјернице за дизајн, аутентичност, локацију, садржаје и услуге за усмјеравање таквог развоја.

Осигуравање квалитета и класификација у сектору туризма морају укључивати најбоље свјетске праксе за одрживи развој туризма у свим подсекторима: смјештај, ресторани, кампови, подсектор преноћишта, пружаоци услуга авантуристичког туризма, водичи, итд. Туристи у својим захтјевима све више постављају нове стандарде за туристичке производе, па и ФБиХ и БиХ морају осигурати да се обећање квалитетног туристичког искуства испуњава, па чак и да се премашују очекивања посјетилаца. Циљ мора бити испуњавање обећања у свим елементима туристичког путовања. У складу с тим, циљ је постићи стандард изврсноности у туристичким

Постојећи систем осигурања квалитета у ФБиХ првенствено је усмјерен на смјештај у туризму. Потребно је развити додатне стандарде којима ће се обухватити и друге туристичке дјелатности, укључујући атракције и активности (посебно авантуристички туризам), гдје је то прикладно. Осим тога, потребна су унапређења програма класификације у сектору угоститељства како би се ускладили с европским стандардима.

услугама и објектима на свим дестинацијама. Квалитет и профил преноћишта и кампова треба унаприједити на више начина. Стандарди ће, како у погледу објеката тако и услуга, унаприједити квалитет кућа за одмор и кампова, а тиме ће се повећати и укупан квалитет искуства гостију. Заузврат, туристи ће више промовисати дестинације на друштвеним мрежама и враћаће се локалним домаћинима. У комбинацији с јаснијим и стручнијим позиционирањем према туризму, то би се требало преточити у остваривање већих прихода за све заинтересоване стране, а посебно куће за одмор. Кроз рад с приватним и невладиним сектором (првенствено спортским удружењима) треба подстицати увођење локално и глобално признатих система сертификације у различите аспекте спортско - рекреативног туризма (за одређене активности и услуге) како би се увео низ међународних сертификата који би олакшали унапређење квалитета пружених услуга и позиционирали Федерацију БиХ и БиХ као нову дестинацију у успону на међународним тржиштима и одговарајућим форумима.

У том контексту, потребно је побољшати квалитет услуге у туристичко - угоститељском сектору. То подразумијева едукацију кадрова (кроз практичне обуке, примјеном најбољих пракси, студијске посјете, итд). У циљу побољшања квалитета услуге унутар смјештајних објеката, разматраће се и усклађивање с признатим међународним стандардима, као што су *HotelStars* за хотеле, ИСО стандарди за бање, итд.

Ради што адекватнијег развоја малог и средњег, али и великог туристичког предузетништва (нпр. путем претварања соба/апартмана у домаћинствима у мале породичне хотеле, ревитализације

традиционалних кућа у напуштеним селима/засеоцима неразвијених подручја, изградње смјештајних објеката намијењених тржиштима посебних интереса, изградње тематских садржаја туристичке понуде, убрзавања раста планинских и других туристички неразвијених подручја), нужно је успоставити систем подршке путем повољних кредита Развојне банке ФБиХ, осигурати едукацију и подржати удруживање предузетника да би се постигла уређенија, тематизованија и садржајнија понуда на нивоу дестинација, ланаца вриједности и кластера, с посебним акцентом на подршке предузетништву у руралним срединама.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (година)	Циљна вриједност
Број смјештајних јединица с 4 и 5 звјездица	ФМОиТ	10 500 (2021)	14 000
Уведени стандарди квалитета за рурални смјештај	ФМОиТ	Не	Да
Број регистрованих руралних смјештајних јединица	ФМОиТ	50>	300

## **МЈЕРА 1.2. ИСКОРИШЋАВАЊЕ ГЛАВНИХ ТУРИСТИЧКИХ РЕСУРСА У ФБИХ**

### **Ресурси за туризам**

Постоје велике могућности за развој аутентичних туристичких производа и услуга који туристима нуде јединствене доживљаје за сва чула и који су укоријењени у локалној традицији. Ова трансформација захтијева иницијативе одрживог туризма које укључују ресурсе приватног сектора и учешће локалних заједница и невладиних организација. Приступ ФБиХ развоју туризма је двострук: а) побољшати очување ресурса и омогућити одрживи развој туризма за понуду врхунске класе; и б) развити разноврсну понуду као значајно искуство посјетилаца. ФБиХ треба боље представити своју природну и културну баштину као што су заштићена подручја, ријеке, антиквитети, архитектура и нематеријално фолклорно наслеђе.

С обзиром на ограничене финансијске и техничке капацитете органа јавног сектора у смислу инвестирања и управљања ресурсима, како би се задовољили захтјеви тржишта који се брзо мијењају, ФБиХ ће ангажовати приватни сектор за управљање туристичким услугама у оквиру оних туристичких ресурса који су у јавном власништву. Улога предвиђена за приватни сектор подразумијева развој, промоцију и управљање туристичким услугама на локалитетима баштине или природним локалитетима у складу са смјерницама одрживог коришћења које је поставила Влада, ради заштите археолошких и природних добара.

Један од принципа којим ће се руководити у приступу имплементацији ове мјере јесте обезбједити одрживост и добробит ресурса, увођењем свеобухватних и јасних смјерница за коришћење, управљање и очување локалитета. Тај ће процес подразумијевати сљедеће активности:

- Утврдити критеријуме за одређивање приоритета у вези с развојем и очувањем различитих туристичких ресурса и производа;
- Израдити смјернице најбоље међународне праксе за очување и управљање локацијама културног и природног наслеђа, као и атракцијама у ФБиХ, укључујући препоруке за локације које нису у надлежности државних институција;
- Израдити планове за очување и управљање историјским локалитетима за приоритетне локалитете (као што је Бијела табија у Сарајеву) и утврдити потребна физичка побољшања и припремљеност локалитета за организовање догађаја и примање посјетилаца;
- Успоставити сарадњу с приватним сектором у циљу побољшања презентације, управљања и тумачења/предавања о културном и природном наслеђу;
- Побољшати путну сигнализацију и презентацију природног и културног наслеђа, те унаприједити везе с околним локалним заједницама;
- Пренијети знање и изградити капацитете релевантним актерима у државним и јавним институцијама, како би се осигурало усвајање смјерница и праћење спроведених мјера.

Стратегија позива на усмјеравање на конкретнији приступ сегментацији како би се утврдио прави тип посјетилаца који је најбоље усклађен с препознатљивом и разноврсном туристичком понудом у земљи, као и на нивоу Федерације.

У припреми за имплементацију мјера биће потребно уз упутства кантона направити и детаљнији преглед постојећих туристичких производа и искустава. Тај ће процес подразумевати сљедеће кораке:

- Успоставити систем који узима у обзир и категорише сва доступна туристичка искуства у вези с туристичким добрима Федерације путем надлежних министарстава и удружења на нивоу кластера;
- Користити овај систем као алат за утврђивање недостатака у производима и искуствима за улагања у могућности успостављања јавно - приватног партнерства.

Индикатори	Извор	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Вриједност индикатора „Инфраструктура за сервисирање посјетилаца“ у склопу <i>Travel and Tourism Competitiveness Indexa</i> (WEF индикатор <sup>1</sup> )	WEF	3,9 (2019)	4,5

### **МЈЕРА 1.3. ТРАНСФОРМИСАЊЕ И ПРОМОВИСАЊЕ МУЗЕЈА И ДРУГИХ ИНСТИТУЦИЈА КУЛТУРЕ КАО ИСТАКНУТЕ ДОЖИВЉАЈЕ КУЛТУРЕ**

За развој туристичке понуде нужна су улагања, заштита и одржавање културно - историјске баштине и њено уклапање у развојне токове на локалном и регионалном нивоу. Потребно је анимирати све нивое власти

како би се предузеле активности на јачем и дугорочнијем рјешавању питања истраживања и заштите културног и историјског материјалног и нематеријалног наслеђа, као и јасном дефинисању имаоца права ресурса, права и обавеза имаоца права ресурса с циљем одрживог управљања културним наслеђем. Неопходно је координисати рад свих надлежних институција на рјешавању питања управљања културним ресурсима. Посебан напор ће се уложити у надоградњу и унапређење представљања и интерпретације у музејима у јавном власништву и институцијама културе. ФБиХ се може похвалити бројним приватним и специјализованим музејима и галеријама, који ће бити промовисани као атракције за богатије искуство посјетилаца.

Што се тиче ове мјере, треба напоменути да БиХ има богату историју, која је добро представљена у музејима дилем ФБиХ. Историјско наслеђе везано је за Римско царство (мостови, термални извори), Босанско краљевство (дворови, бедеми, историјски документи), Османско царство (архитектура, сачувана гастрономска традиција), Аустроугарско царство (музеји, скупштине, вијећнице), социјалистичко друштво (БиХ у склопу Југославије – рударство, тешка индустрија), те посљедњи период (фокус на услужне дјелатности, глобализација, регионалне туристичке руте). Посебна пажња треба бити посвећена валоризовању Босанског краљевства у туристичке сврхе, тамо гдје постоје услови за то. Поред наведених активности, потребно је урадити и слjedeће:

- У развоју и управљању музејима примијенити нове моделе управљања, који обухватају партнерства с приватним сектором;
- Промовисати и понудити производ на локалном и/или регионалном нивоу, под називом „Стазама музеја и галерија“ ФБиХ;
- Истражити могућност коришћења технологије за унапређење интерпретације у музејима и повећати врсту и број штампаних интерпретацијских материјала који се користе и дијеле.

Индикатори	Извор	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Број музеја с унапријеђеним моделима интерпретације	Музеји	0	5
Број посјетилаца (годишњи)	Музеји	Н/Д	Н/Д
Остварен приход од улазница	Музеји	Н/Д	Н/Д

#### **МЈЕРА 1.4. РАЗВИЈАЊЕ И ДИВЕРСИФИКАЦИЈА АВАНТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА И ИСКУСТАВА**

За ФБиХ, авантуристички туризам је кључни производ који треба развијати у будућности, јер је снажно повезан с природним добрима која се тренутно не користе у потпуности. Четири утврђене приоритетне авантуристичке активности укључују планинарење, рафтинг, бициклизам и скијање. Активности предложене у оквиру ове мјере резултоваће бољим темпом развоја авантуристичког туризма кроз усвајање релевантних стандарда индустрије и боље усмјерену међународну промоцију. Потребно је:

- Редизајнирати постојећа авантуристичка искуства;
- Развијати нове тржишно оријентисане производе и искуства повезујући се с регионалним трансверзалама, те комбиновати искуства с културном и гастрономском понудом;
- Развити водеће производе и вансезонске производе у циљу привлачења посјетилаца;
- Усвојити и спровести међународне стандарде за авантуристичка искуства у циљу омогућавања квалитетније и професионалније понуде.
- Додати вриједност основним авантурама кроз проширење производа и промјену намјене (комбиновати с културом, образовањем и кулинарством);
- Омогућити безбједност посјетилаца кроз побољшану професионалност (укључујући усвајање одговарајућих међународних стандарда), едукације и осигурање од одговорности;
- Направити пјешачке, планинарске и/или бицикличке стазе и трансверзале у ФБиХ (које обухватају неколико градова и села), као и локалне стазе (унутар одређеног локалитета), које ће обогатити понуду ФБиХ и продубити интеракцију посјетилаца с локалним заједницама (данас главни критеријум избора локације за одмор);
- Увести обиљежавање свих стаза, дигитално обиљежавање, класификовати и сертификовати руте;
- Израдити водиче, карте и мапе стаза, те успоставити систем за праћење стаза;
- Подржати специјализацију ланца снабдијевања (мапирање постојећег ланца снабдијевања и идентификовање подручја за побољшање, успостављање координационог центра *EuroVelo*, промовирање стандарда смјештаја погодног за планинаре и бициклисте, специјализовани оператери за рафтинг, обучавање водича за авантуристички туризам и шеме сертификовања).

Индикатори	Извор	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Директно подржан развој или увођење нових авантуристичких искустава	ФМОиТ	0	50
Подржано усвајање међународних стандарда за авантуристичка искуства (рафтинг, планинарење) на нивоу организација	ФМОиТ	0	5
Подржан развој нових или унапређење постојећих стаза релевантних за авантуристички туризам	ФМОиТ	0	10

## МЈЕРА 1.5. РАЗВИЈАЊЕ И ДИВЕРСИФИКОВАЊЕ ПОНУДЕ ЗДРАВСТВЕНОГ И ПОСЕБНО БАЊСКОГ ТУРИЗМА



С циљем модернизације и унапређења постојећих објеката за медицинске и рехабилитационе третмане и њихове трансформације у препознате дестинације здравственог туризма, неопходно је донијети план развоја здравственог туризма у области рехабилитације, стоматологије и естетске хирургије у ФБиХ с примјеном и јачањем међународних стандарда квалитета медицинских услуга.<sup>19</sup>

- Донијети план развоја здравственог туризма;
- Побољшати стандарде квалитета и систем класификације бања;
- Повезати бање с атракцијама и понудом спортско - рекреативних активности;
- Увести модернију понуду бањског и љечилишног туризма која ће бити привлачнија туристима. То се може обухватити кроз организацију радних одмора и дружења, молитву, јогу и медитацију и сличне активности којима ће се обогатити понуда.

Индикатори	Извор	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Попуњеност капацитета бања и љечилишта, на годишњем нивоу (%)	ФМОиТ и примарни извори	75% за 2019	85%
Категоризација бања на бази релевантних међународних стандарда	ФМОиТ	Не	Да

## **МЈЕРА 1.6. РАЗВИЈАЊЕ РАЗНОВРСНИХ ПРОИЗВОДА И ОСМИШЉАЊЕ ИСКУСТАВА У ОКВИРУ РУРАЛНОГ ТУРИЗМА**

Кроз примјену приступа „Учење кроз рад“, културни, фолклорни и занатски производи, као и сеоски туристички производи, могу се трансформирати у занимљиву, узбудљиву и изузетно привлачну понуду доживљаја и искустава. Препоручени концепт је „Најљепша села“ у цијелој ФБиХ и пратити општине које учествују у овој иницијативи уз препоруке како да побољшају или развију нове производе и искуства како би се повећала привлачност за туристе и њихова посјећеност. У том смислу, потребно је обезбиједити сљедеће:

- Повећати привлачност културних (етно) села, кроз ангажовање локалних фолклорних друштава и других организација и предузетника, из заједница које се баве занатима, културом, умјетношћу и рукотворинама ради занимљивијих и свеобухватнијих искустава и доживљаја посјетилаца;
- Подржати развој аутентичних локалних доживљаја као што су берба гљива, сакупљање биља, годишње манифестације бербе, показивање

<sup>19</sup>Стратегија развоја ФБиХ 2021-2027.



и укључивање туриста у израду рукотворина, као и других одговарајућих садржаја како би се подстакла посјећеност, продужио боравак и потрошња посјетилаца;

- Подршка имплементацији концепта „Паметна села“ која ће бити усмјерена на дигитализацију, одрживост и иновације и који ће се креирати у сарадњи са сектором животне средине и пољопривреде;
- Примјењујући концепт паметних села у сарадњи с јединицама локалне самоуправе креираће се план активности које ће примјеном модерних технологија допринијети унапређењу живота локалног становништва, развоју одрживе пољопривреде, повећању туристичке конкурентности, те препознатљивости дестинације.

Индикатори	Извор	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Број створених нових руралних производа и искустава	ФМОиТ, кантонална министарства надлежна за област туризма и туристичке заједнице кантона	н/д	30
Број села проглашених за „Најљепша села БиХ“	ФМОиТ, кантонална министарства надлежна за област туризма и туристичке заједнице кантона	н/д	20

## **МЈЕРА 1.7. ПОБОЉШАЊЕ ПОНУДЕ ЗАСНОВАНЕ НА ВЈЕРСКИМ ИСКУСТВИМА И ДОЖИВЉАЈИМА**

Развој вјерског туризма је једна од важних компоненти развоја сектора туризма. Како би се унаприједио развој ове области туризма, потребно је:

- Укључити локалну заједницу и предузећа у програме ходочасништва/посјета, а ходочасницима понудити додатна искуства;
- Радити с представницима вјерских заједница на побољшању властитих капацитета у презентацији и интерпретацији, укључујући развој новог доживљаја богате баштине, како за ходочаснике, тако и за посјетиоце; Креирати и промовисати „вјерске руте“ које повезују различите вјерске објекте у различитим кластерима;
- У понуду других облика туризма, а посебно авантуристичког, културног и гостротуризма, уврстити посјете вјерским објектима;
- Изабрати најатрактивније локације вјерског туризма које ће бити укључене у промоцију туристичких атракција ФБиХ;
- Припремити програм промоције ФБиХ као топ дестинације за халал туристе:

- Едукација о халалу – халал није само вјерски туризам – него и љетовања, зимовања, љечилишта, авантуризам, спорт, рекреација, конгресни туризам, пословна путовања...
- Подршка халал сертификацији хотела, ресторана, туристичких агенција,
- Едукација и сертификација туристичких водича за халал туристе,
- Брендирање туристичких дестинација као *halal friendly destination*, односно „Дестинација приступачна за халал туристе“,
- Креирање посебних програма и садржаја за халал туристе (нпр. рамазан или Бајрам у Сарајеву, Мостару, Травнику, Бихаћу, ФБиХ...; љетовање/зимовање за халал туристе; културне, историјске и природне знаменитости ФБиХ; припреме за спортске екипе; концерти; конгреси...);
- Осмислити ходочасничку (туристичку) стазу светишта и самостана/манастира ФБиХ, која ће у свом итинерару укључивати молитвене сусрете, културна догађања, гастро и етнодружења, историјска предавања, културно - умјетничке манифестације и сл;
- Подржати брендирање туристичких дестинација/посебно ресторана, као кошер и/или халал.

Индикатори	Извор	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Повећан број туристичких програма из вјерског туризма	ПА	3	10
Повећан број туристичких дестинација сертифициованих халал/кошер или сличним стандардом	Агенција за халал сертификацију БиХ	16 (2022)	30
Повећан број објеката фокусиран на халал/кошер нишу	<i>HalalBooking.com</i>	184 (2022)	270

#### **МЈЕРА 1.8. ПОБОЉШАЊЕ ПРИВЛАЧНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ КРОЗ ИНТЕГРАЦИЈУ АУТЕНТИЧНЕ ГАСТРОНОМСКЕ, ВИНСКЕ И ЗАНАТЛИЈСКЕ ПОНУДЕ У ТУРИСТИЧКИ ЛАНАЦ ВРИЈЕДНОСТИ**

Глобално туристичко тржиште све је више под утицајем гастрономских искустава и доживљаја, а многе нације већ убиру плодове ове растуће потражње за јединственим и незаборавним гастрономским искуствима. Храна је кључни дио животног стила, а гастрономски доживљај добио је већи приоритет и постао значајан дио критерија за оцјену укупног задовољства туриста. Осим тога, све је већа потражња за разноврсном квалитетном, аутентичном домаћом храном и кулинарским специјалитетима.

Сходно томе, пажња се мора усмјерити на непрекидни надзор и подизање стандарда гастрономске понуде и услуга и нивоа професионализма у хотелима и ресторанима у ФБиХ како би се задовољиле потребе туриста. Ово је неопходно да би се одржала постојећа туристичка потражња и да би се осигурали потребни капацитети за остваривање предвиђених циљева раста, у погледу повећања броја посјетилаца и дужине њиховог боравка. То је посебан приоритет за ову стратешку фазу, јер се маркетинг ФБиХ одлучније фокусира на посјетиоце који остварују већу потрошњу. Осим тога, мора се развити низ активности и догађаја у подручју хране и прехранбених производа, како би се одговорило на очекивања посјетилаца. У складу с тим, постоји потреба, и уистину одржива пословна прилика, да хотели и ресторани буду иновативни и креативни у начину на који промовишу и представљају доживљај хране и услуга у својим објектима.

Тематске кулинарске активности и манифестације нуде јединствене могућности посјетиоцима да се укључе и уче о локалној култури у забавном окружењу. Туристи желе пробати препознатљиву храну која одражава традицију, наслеђе и културу мјеста и чува традиционалне облике пољопривреде и културног наслеђа. Како су храна и вино (гастрономија) главна компонента локалне историје и културе, Федерација БиХ може имати туристи од растућег тржишта ако се повећа распон понуде, а стандарди и квалитет подигну и боље интегришу с „Винским путем Херцеговине“. Неки од препознатљивих кулинарских догађаја укључују:

Раштикијада (Груде), Пекијада (Вареш), Чимбуријада (Зеница), Чорбаријада (Босанска Крупа), Фишијада (Орашје), Пурачко ћаскање (Пурачић код Лукавца), јела као што су пурачка ћаска и тешањска тагара, све популарније активности „споре хране“ (енгл. *Slow Food*) у Крешеву (традиционална јела као што су кешке, маглице), у СБК-у влашички сир, травнички ћевап, кисељачка погачица.

***Потребно је развити програм подршке за развој тематске кулинарске активности и манифестација који ће укључити:***

- Осмиславање искустава која приказују широк асортиман квалитетне домаће хране и вина у цијелој ФБиХ и обичаје везане за припремање и конзумацију хране, као што су јела у вријеме бербе и припрема височке сушене јунетине (височка печеница), меда, дрварског џема од дрењака (дрварски мућени пекмез), берба грожђа у Херцеговини, путеви сира (влашићи, купрешки, ливањски), пут кестења Цазин, јабуке - шљиве Горажде, итд. То могу бити теме за аутентична и привлачна искуства;
- Развијање самосталних тематских ресторана који могу пружити прилику да се сазна више о богатој историји ФБиХ кроз упознавање

локалне традиције и обичаја хране и јела, као што су берба, културне прославе и традиционална вјенчања, и који ће развити академије босанско-херцеговачке хране, односно центре за едукацију, презентацију и сајмове хране;

- Креирање ланца вриједности везаног за халал исхрану – од примарних произвођача, преко прерађивача и дистрибутера, до крајњих потрошача, тј. халал и кошер туриста у маркетима, ресторанима, хотелима, туристичким дестинацијама;
- Истраживање потенцијала за израду смјерница за јеловнике за објекте који служе храну, којима би се подстакла употреба локалних производа и припрема традиционалних јела.

ФБиХ ће проширити асортиман и доступност квалитетних умјетничких и занатских производа који су аутентични и практични, како би се повећала доступност атрактивних усмена из ФБиХ у циљу побољшања искуства посјетилаца и повећања финансијских предности за локалну заједницу. Потребно је ревитализовати традиционалне рукотворине с циљем мјере да се понуди висококвалитетни аутентични дизајн традиционалних рукотворина. Активности ће укључивати:

- Побољшање дизајна производа, како би боље одражавао културну баштину ФБиХ;
- Побољшање квалитета и завршне обраде доступних рукотворина, чиме се побољшава презентација и маркетинг амбалаже, као и цијене;
- Омогућавање бољег приступа квалитетним рукотворинама посјетиоцима;
- Пружање подршке за обуку и финансирање програма за подстицање предузетништва у занатској производњи и дистрибуцији;
- Развијање могућности за посјетиоце да учествују у програму „Научите да...“, у оквиру којег посјећују произвођаче рукотворина како би научили основе њихове израде;
- Креирање квалитетне понуде сувенира и прехранбених сувенира за халал, кошер, и хришћанске туристе;
- Стимулисање домаћих радиности за дизајнирање и израду сувенира.

Индикатори	Извор	Полазне вриједности (година)	Циљне вриједности
Повећан број тематских ресторана	ФМОиТ	10	20
Број одржаних тематских радионица и манифестација	ТЗ ПК, ФМОиТ	Н/Д	Н/Д

## **МЈЕРА 1.9. ИСКОРИШЋАВАЊЕ ПОНУДЕ ДОГАЂАЈА И МАНИФЕСТАЦИЈА**

Фестивали и догађаји су фактори који утичу на избор дестинације и помажу у превазилажењу сезоналности, а туристи који посјећују земљу како би присуствовали догађају у просјеку остају дуже од осталих посјетилаца. То укључује музичке, спортске и културне догађаје и фестивале, а циљ ове мјере је да се понуда наведених садржаја искористи за привлачење туриста те продужење њиховог боравака и повећање потрошње. Важан партнер у овом процесу су туристичке заједнице.

У сврху остваривања ове мјере потребно је:

- Привући, развити и промовисати фестивале и манифестације;
- Развити, промовирати и одржавати *онлајн* базу категоризованих догађаја;
- Развити критеријуме за утврђивање и пружање подршке фестивалима и догађајима предвођеним приватним сектором и повезати се с локалним и међународним путничким агенцијама, хотелима и пружаоцима услуга.

Могућности за забаву и рекреацију често су важан фактор у одређивању слjedeће дестинације за путовање, јер многи посјетиоци такође траже могућности за „ствари које могу радити након шест сати“, или чак током дана, када су у питању породице. Широк избор опција за забаву, као што су тематски и водени паркови, могућности за рекреацију као што су терени за голф, центри за билијар и куглање, доступност малопродајних објеката, као и прилике за ноћни живот, попут барова и клубова, могу продужити боравак, повећати трошење, као и омогућити дисперзију туристичке понуде.

Додатне активности у оквиру ове мјере биће:

- Израдити анализу постојећих догађаја и фестивала, те дефинирати и подржати прикладне нове догађаје, посебно оне који су повезани с конкурентским ресурсима, а у циљу ублажавања сезонског карактера туризма широм ФБиХ;
- Развити и омогућити ажурирање базе категоризованих могућности за забавно - рекреативни садржај у ФБиХ;
- У координацији с кантоналним и општинским партнерима креирати преглед доступних опција широм ФБиХ;
- Укључити и промовисати могућности за забавно - рекреативни садржај путем туристичких заједница и пружалаца услуга у туризму;
- Удружити се с предузећима и удружењима како би се осмислиле промоције током одређених годишњих доба, догађаја и фестивала.

Надаље, у оквиру ове мјере биће потребно развити и повећати уносан сегмент плаћених путовања као подстицаја за запослене, путовања ради корпоративних састанака и састанака удружења.

Тржиште туризма као подстицаја за запосленике (*тим билдинг* за запослене) једно је од тржишта с највећим приходима и обично га јачају специјализоване међународне агенције за организовање догађаја, и то за клијенте својих корпорација. Агенције за организовање догађаја и планери на изворним тржиштима захтијевају од професионалних туристичких агенција у земљама одредишта да организују таква путовања. Ова врста туризма врло је захтјевна у погледу квалитета и аутентичности производа, услуга и цјелокупног доживљаја.

Корпоративни састанци и састанци удружења представљају важну прилику за ФБиХ да привуче организације које много троше. Поред велике потрошачке моћи, ови састанци имају потенцијал да побољшају попуњеност током сезона ниске потражње и повећају број резервација у различитим подручјима широм ФБиХ.

Истраживања такође показују да се учесници корпоративних састанака и састанака удружења у 40% случајева враћају на одредиште састанка као туристи с пријатељима или породицама.

Да би се наведено реализовало, биће потребно процијенити спремност ФБиХ да привуче тржишта пословних путовања као подстицаја за запосленике и организацију састанака. У том контексту, потребно је осигурати средства за пројекат који би осигурао студију која укључује:

- Процјену одредишта и локација које се могу истакнути за организацију плаћених путовања као подстицаја за запослене, корпоративних састанака и састанака удружења;
- Процјену капацитета и спремности локалних добављача који би могли организовати и сервисирати путовања, корпоративне састанке и састанке удружења, као што су путничке агенције, агенције за изнајмљивање техничке опреме, превозници, организатори догађаја и пружаоци угоститељских услуга (кетеринг);
- Препоруке за напоре које је потребно учинити за позиционирање тржишта ФБиХ за организовање плаћених путовања као

подстицаја за запослене, корпоративних састанака и састанака удружења;

- Едуцирање и индустрије туризма и релевантних заинтересованих страна кроз радионице, семинаре и програме сертификавања.

Индикатори	Извор	Полазне вриједности (година)	Циљне вриједности
Креиран <b>онлајн</b> директоријум категоризованих догађаја	ПКФБиХ-ФМОиТ	Не	Да
Број посјетилаца фестивала	ФЗС	96.193	Повећати за 25%
Број културних догађаја и манифестација (фестивала)	ФЗС	43	Повећати за 20%

## V ПРИОРИТЕТ 2: РАЗВОЈ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА

У циљу развоја дестинације потребно је унаприједити сарадњу у сектору. Унапређење потражње и потрошње нужни су за даљњи развој сектора. Промовисање и продаја дестинације је нешто чиме се требају бавити сви актери, а не само туристичке заједнице. Власти и приватни сектор (туроператери, смјештајни објекти, водичи и пружаоци других услуга), као и шири ланац вриједности у туризму требају се ујединити у својим напорима на брендирању локације и усмјерити своје ресурсе на приоритетне сегменте и изворна тржишта, уз увођење сета одговарајућих и примјењивих закона, правила дјеловања и других прописа. Потпуно артикулисани брендови мјеста за потребе кластера: Поред самог логотипа, бренд представља обећање да ће дестинација задовољити све потребе посјетилаца, од тренутка када сазнају за њу до тренутка када је напусте спремни да се поново врате. Предложени приступ развоју производа предвиђа да ФБиХ сарађује с релевантним партнерима и кључним актерима на осмишљавању брендова мјеста, као и Федерације, за препознате кластере и покрене активности глобалног информисања посредством туристичких заједница, идеално на нивоу ентитета, и пословних субјеката из сектора. Потребно је охрабривати удруживање туристичких заједница ради промоције дестинације и развоја заједничког туристичког производа, локално и регионално. Такође, од изузетне важности је дигитализација како би се повећала конкурентност, продуктивност и видљивост сектора туризма.

### ЦИЉЕВИ И РЕЗУЛТАТИ МАРКЕТИНШКЕ СТРАТЕГИЈЕ

ФБиХ је позиционирана и промовише се као жељена дестинација на циљним регионалним и свјетским тржиштима, уз приоритизацију клијената који доносе велику зараду током цијеле године.

Како би остварила набројане циљеве, ФБиХ планира предузети циљане мјере:

<b>Мјере дестинацијског маркетинга Федерације Босне и Херцеговине</b>	<b>Мјера 2.1.</b> Повећање привлачности дестинације
	<b>Мјера 2.2.</b> Повећање потражње и потрошње
	<b>Мјера 2.3.</b> Равномјеран туристички развој и смањење сезоналности
	<b>Мјера 2.4.</b> Дигитализација сектора туризма

У сврху остварења општег циља Стратегије и у смислу постављања референтних вриједности у односу на 2019. годину, ФБиХ ће:

- повећати број долазака за 30%;
- повећати просјечно задржавање туриста за 30%.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (2019)	Циљна вриједност (2027)
<b>Број долазака туриста</b>	ФЗС	1.227.000	1.595.000
<b>Просјечно задржавање туриста</b>	ФЗС	2	2.7

## МЈЕРЕ ЗА УНАПРЕЂЕЊЕ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА

У наставку текста дате су мјере и активности за унапређење дестинацијског маркетинга.

### МЈЕРА 2.1. ПОВЕЋАЊЕ ПРИВЛАЧНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ

За остваривање циља стратегије развоја туризма ФБиХ од пресудног је значаја спровођење усмјерених, далекосежних и циљних маркетиншких радњи. У оквиру предложеног новог модела размотриће се нови трендови који, кроз усмјерене и добро координисане активности, комбинују дестинацијски маркетинг и управљање. Потребно је јачање организација за дестинацијски маркетинг. Постоји читав низ туристичких заједница на нивоу кантона и општина. Имајући у виду специфичности БиХ у потпуности, а посебно ФБиХ, предложени модел изискује успостављање Федералне организације за дестинацијски маркетинг (ФБиХ ТЗ) и преиначавање постојећих туристичких заједница на кантоналном нивоу организације за дестинацијски маркетинг и управљање на нивоу кластера (Ц-ДММО).

Туристичка заједница ФБиХ ће бити одговорна за маркетинг и промоцију ФБиХ на локалном, регионалном и страним тржиштима, док ће организације за дестинацијски маркетинг и управљање на нивоу кластера бити задужене за вођење и координацију активности на:



- 1) повећању привlačности кластера помоћу активности попут осмишљавања нових, односно подршке постојећим фестивалима и манифестацијама, заједничку организацију путовања за локалне и стране привредне субјекте и медије ради упознавања с дестинацијом; и
- 2) побољшању спремности кроз активности као што су прикупљање истраживања и анализа, ревидирање недостатака у погледу производа, осмишљавање производа и давање препорука у смислу даљих побољшања, повећање капацитета и едукације за локалне субјекте из сектора туризма и инфо-центра. Финансирање, управљање и структура рада ових организација тек се требају утврдити.

Штавише, да би се могло ефикасно комуницирати и привући циљане групе посјетилаца, постоји потреба да се развију брендови мјеста за дефинисане кластере у ФБиХ који могу успјешно одражавати визију Стратегије.

***Надаље, у циљу реализације ове мјере потребно је предузети сљедеће активности:***

- Консолидовати функцију туристичког маркетинга и менаџмент кластера, те централизовати маркетинг дестинације на нивоу Федерације;
- Успоставити ТЗ Федерације БиХ на основу новог модела, при чему се у обзир узимају претходни изазови и наслања се на нове глобалне трендове, квалификоване људске ресурсе, динамично управљање, инклузивну заступљеност сектора туризма, јасне оперативне и функционалне улоге, као и бољу финансијску структуру;
- Интегрисати постојеће кантоналне и градске туристичке заједнице и објединити њихове финансијске и људске ресурсе у евентуално десет организација за дестинацијски маркетинг и управљање које представљају предложене туристичке кластере споменуте у оквиру приоритета с бољим моделима управљања, рада, функционисања и финансирања;
- Унаприједити сарадњу између свих нивоа власти у Босни и Херцеговини;
- Одржавати састанке и размјењивати информације и знања и потенцијално спроводити заједничке кампање и маркетиншке активности с туристичким организацијама из Босне и Херцеговине;
- Развити позиционирање бренда кластера у сарадњи с локалном заједницом и туристичком индустријом:
  - Позиционирање: Кластер има јединствене слојеве историје с фасцинантним наслеђем и обдарен је једним од најистакнутијих природних пејзажа у Европи.
  - Стубови бренда: Активан у нетакнутој природи; Уроњен у аутентично наслеђе; Истакнут у животној култури;
- Повећати привлачност дестинације путем брендова високих профила;
- Подстакнути и подржати сарадњу с кустосима брендова високог профила као што су „Херцеговачка винска рута“, „Виа Динарика“ и „Сарајево филм фестивал“, како би се повећао домет на различитим каналима и платформама;

- Подржати напоре за унапређење државног бренд индекса;
- Развити план на нивоу дестинације за побољшање индекса бренда државе, мјерено „Блум индексом“ Свјетског економског форума;
- Пружити подршку туристичкој индустрији да повећавају дигиталну потражњу за своје услуге кроз обуку, изградњу капацитета и интеграцију у кампање, интернетску страницу и онлајн канале;
- Фокусирати стратешке и промотивне брендове на позиционирање брендова везаних за туризам с највећом потражњом;
- Непрекидно осмишљавати и покретати кампање за повећање посјећености интернетске странице дестинације и повећање броја пратилаца на службеним каналима друштвених медија.

**Како би се унаприједила промоција и привлачност дестинације потребно је успоставити сарадњу с међународним медијским кућама**

- Организовати пословне посјете представника највећих медијских кућа из емитивних тржишта;
- Организовати посјете најпознатијих блогера и инфлуенсера с друштвених мрежа које прате приоритизовани сегменти и профили дестинација, дајући примат доказаним микроинфлуенсерима како би се добила што већа вриједност за уложена средства;
- Цпроводити циљане кампање и оглашавање путем медијских кућа из приоритетних тржишта с тежиштем на приоритизованим сегментима и профилима туриста;
- Унаприједити капацитете туристичких заједница, по потреби, за ефикасније препознавање, квалификовање и управљање посјетама медија у сврху упознавања, укључујући израду планова пута;
- Спровести специјалистичко стручно оспособљавање и усавршавање конкретно туристичких заједница, али и уопштено свих оператера из кризног информисања и поступања с медијима.

Међународни медији (традиционални и нови) могу играти пресудну улогу код позиционирања и промовисања дестинације како према потрошачима, тако и у контексту међународне трговине. Успостава дугорочних и узајамно корисних односа с њима представља стратешку одлуку, јер могу значајно допринијети повећању свијести о дестинацији и интересу за њу, производе и искуства које нуди, али се и показати још кориснијима у рекламирању дестинације у кризним временима.

Индикатор	Извор	Полазне вриједности (година)	Циљне вриједности
Основана Туристичка заједница ФБиХ	ФМОиТ	Не	Да

**МЈЕРА 2.2. ПОВЕЋАЊЕ ПОТРАЖЊЕ И ПОТРОШЊЕ**

У циљу повећања броја посјета и одрживости сектора потребно је повећати потражњу за нашим дестинацијама, као и просјечну потрошњу током боравка.

У том смислу, потребно је **усвојити моделе сегментације кроз платформе, маркетиншке и продајне канале.**

- Спровести истраживање усмјерено на дестинацију како би се додатно дефинисали приоритетни сегменти туриста на приоритетним изворним тржиштима;
- Организовати едукацију и стручно оспособљавање и усавршавање у сврху упознавања пословних субјеката с начином на који примијенити модел сегментације код комуницирања, промовисања и продаје приоритетним профилима.

**ОСМИШЉАВАЊЕ  
ПРОИЗВОДА И УСЛУГА КОЈИ  
ОДГОВАРАЈУ ОДРЕЂЕНИМ  
ПРОФИЛИМА ПОСЈЕТИЛАЦА**

Од кључног је значаја осмислити нова и прилагодити постојећа искуства циљаним профилима туриста како би се осигурало максимално задовољење њихових захтјева, а тиме остварила и највећа могућа добит. Модели сегментирања EQ и AP пружају инструменте за то.

***Дати приоритет путницима веће платежне моћи, који су у складу с конкурентним предностима дестинације***

- Осмислити и спровести кампање које су усмјерене и привлаче изабране сегменте приоритетних тржишта, у контексту односа између пословних субјеката и односа између пословних субјеката и клијената;
- Активно подржавати програм „Препознатљивих искустава“ предвиђен плановима УСАИД-овог пројекта Туризам;
- Пружати финансијску и друге видове помоћи искуствима која се планирају унаприједити у смислу њихове понуде и задовољити критеријуме да се сматрају „препознатљивим искуствима“.

***Стандардизовати функције долазећих туроператера како би се ускладили с међународно прихваћеним захтјевима***

Потребна је подршка развоју професионалнијих и специјализованијих туроператера. Док приватни сектор тек дјелимично доприноси промоцији дестинације, они су ти који дестинацију продају на домаћем и страном тржишту. Проширивање канала продаје и дистрибуције од кључног је значаја за боље познавање дестинације, нарочито на међународном плану. Способност пружања професионалних услуга, која се доказује усвајањем међународних стандарда, сертификацијом и, по могућности, специјализацијом, помоћи ће да се упознатост потенцијалних корисника с дестинацијом претвори у стварну продају. И у овом сегменту је неопходно увођење одговарајућих примјењивих закона, правила дјеловања и других прописа.

- Успоставити правила за дефинисање и регулисање рада и мандата долазних туроператера, укључујући захтјеве за лиценцирање, разликујући их од осталих оператера, агенција за продају вањских аранжмана и агената за продају карата;
- Развити, искористити и непрекидно ажурирати свеобухватну листу активних предузећа у ФБиХ која нуде услуге улазног туризма;
- Понудити и олакшати програме обуке и сертификације за улазне туроператере како би повећали њихову конкурентност и професионализам међу међународним купцима, дајући приоритет маркетингу и продаји дигиталних и друштвених медија.

***Професионализовати субјекте који се баве пружањем услуга ради усклађивања с минималним међународно прихваћеним стандардима***

- Израдити и примјењивати стандарде за различите категорије субјеката који се баве пружањем услуга, организацијом активности и искустава, као што су водичи;
- Направити, користити и непрекидно ажурирати свеобухватну листу активних привредних субјеката у ФБиХ који нуде туристичке услуге у различитим категоријама;
- Пружаоцима услуга понудити и омогућити програме обуке у сврхе сертификације с циљем повећања њихове конкурентности и професионализма на међународним тржиштима, притом стављајући акценат на маркетинг и продају путем интернета и друштвених медија.

### Стратегија 1 – Повећати потрошњу туриста који долазе ради одмора

Стратешка имплементација са **стране потражње**: Израдити напредну стратегију сегментације циљних тржишта како би се привукли туристи који остварују већу потрошњу и који су заинтересовани за тржиште путовања ради одмора које је обogaћено узбудљивим авантуристичким и културним искуствима. Стратешка имплементација са **стране понуде**: Проширити спектар понуђених производа припремом нових пакет аранжмана које ће продавати туроператори с изворног тржишта или који ће се продавати директно туристима преко интернета.

### Стратегија 2 – Привлачити индивидуалне туристе који остварују већу потрошњу

Стратешка имплементација са **стране потражње**: Повећати фокус на изворна тржишта западне и сјеверне Европе гдје постоји већа склоност ка путовањима изван земље, као и велики број туриста који остварују већу потрошњу и који на својим одморима траже већи број авантуристичких искустава, као и оних у домену културе. Стратешка имплементација са **стране понуде**: Направити посебна туристичка искуства заснована на препознатљивим карактеристикама ФБиХ, као што су локална вина, кулинарство, занати и музички доживљаји, као и на њеној богатој историји и наслеђу моста између култура истока и запада. У погледу авантуристичког сегмента, направити низ различитих авантуристичких производа, категорисаних према степену захтјевности од једноставног, преко умјереног, до захтјевног, који одговарају индивидуалним туристима и који су засновани на природним и спортско - рекреативним ресурсима ФБиХ и БиХ. При свему наведеном, пажњу треба посветити и удаљенијим тржиштима (*long-haul*) и тржиштима земаља Залива, с обзиром на већу просјечну потрошњу туриста који долазе из ових земаља.

### Стратегија 3 – Повећати број дневних екскурзија из пограничних земаља и из Босне и Херцеговине

Стратешка имплементација са **стране потражње**: Препознајући ограничења у погледу расположивих хотелских смјештајних капацитета, стратегијом туризма ФБиХ ће се радити на томе да се на бољи начин осигурају стални доласци туриста, те се тако подрже постојеће и будуће инвестиције у производе и искуства и повећају укупни приходи. Направиће се нови планови пута који ће се рекламирати као пакет аранжмани за једнодневне посјете ради авантуристичких искустава, одмора, културних и других значајних манифестација. Стратешка имплементација са **стране понуде**: Осмислити искуства која одговарају породицама које траже једнодневне посјете из других дијелова земље или кратке боравке из других земаља из региона. Осмислити и једнодневне авантуристичке и културне производе који ће привући грађане БиХ, али и грађане других сусједних земаља.

Ове ће се стратегије најбоље спровести кроз свеобухватан и интегрисан развој укупне стратегије током наредних пет година. Детаљан опис начина на који реализовати горе споменуте стратегије дат је у оквиру сваког од четири стратешка стуба наведена даље у тексту.

Индикатори	Извор	Полазне вриједности (година)	Циљне вриједности
Потрошња туриста	Централна банка БиХ	2.089,8 мил. КМ	30% повећање
Број организованих долазака туриста	Туристичке заједнице	Н/Д	Н/Д

## **МЈЕРА 2.3. РАВНОМЈЕРАН ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ И СМАЊЕЊЕ СЕЗОНАЛНОСТИ**

У средњорочном и краткорочном периоду треба припремити и спровести активности усмјерене на пласман на тржишта, и то уз помоћ активне сарадње између постојећих туристичких заједница и суфинансирања активности и кампања, све док се не успостави и почне с радом туристичка заједница на нивоу Федерације.

Нужно је припремити модел суфинансирања у којем се у обзир узима однос гостију који остварују ноћења, као и други критеријуми.

Поред наведеног, потребно је реализовати и сљедеће активности:

- Кроз студију идентификовати регионе и подручја која имају највећи потенцијал за привлачење посјетилаца током цијеле године;
- Уврстити ове дестинације као дио брэнда, наглашавајући њихову посебност и привлачност;
- Укључити у микрокампање преко дигиталних канала и канала туристичке индустрије;
- Продати аранжмане везане подручја путем Б2Б и Б2Ц канала;
- Активно подржати маркетинг и промоцију програма „Најљепша села“ који је покренуо УСАИД Туризам;
- Додијелити додатна средства за развој туристичке понуде селима која су изабрана у склопу програма.

### ***Успоставити и развијати канале продаје и дистрибуције између пословних субјеката***

- Укључити намјенске буџетске ставке у ТЗ Федерације за подршку Б2Б активностима;
- Сарадња и пословање с туристичким организацијама из РС за потребе заједничког маркетинга и продаје;
- Организовање посјета путничким агенцијама у циљу упознавања с туристичком понудом ФБиХ и њихово редовно обавјештавање о новим и унапријеђеним производима и искуствима;
- Кроз стручно усавршавање унаприједити капацитете индустрије туризма да се боље припреми и учествује на сајмовима туризма;
- Јачање сарадње с међународним авиокомпанијама које имају линије до/од дестинације и од/до земље уопште, нарочито онима који имају представништва у БиХ;
- Међународним туристичким организацијама с представништвима у земљи понудити едукацију и усавршавање на изради планова путовања заснованих на моделу сегментације и приоритетним профилима;

С обзиром на то да међународни туроператери и путничке агенције још увијек контролишу око 50% свих резервација у туризму у свијету, од кључног је значаја да ФБиХ почне успостављати и развијати своју мрежу међународних купаца.

- Учествовати, уживо или путем интернета, на сајмовима који се тичу изворних тржишта попут сајма туризма и путовања Азије „ITB Asia“, сајма туризма „New Deal Europe“, сајма туризма и сл;
- Учествовати на сајмовима усмјереним на конкретне сегменте, који уједно нуде и прилике за едукацију, као што су свјетски сајам авантуристичког туризма „Adventure Travel World Summit“, међународни сајам винског туризма „International Wine Tourism Conference“, итд;
- Организовати турнеје по приоритетним емитивним тржиштима;
- Организовати ФАМ туре;
- Понудити плаћање маркетинга по учинку међународним туроператерима за давање приоритета и промоцију дате дестинације путем својих стандардних, као и *онлајн* канала;
- Успоставити регионалну сарадњу са Србијом и Црном Гором, као и с Хрватском ради повећања потражње и привлачења гостију који доносе веће приходе.

Индикатори	Извор	Полазне вриједности (година)	Циљне вриједности
Број промотивних активности у оквиру програма „Најљепша села у ФБиХ“	УСАИД Туризам	Није доступна	-
Број посјета сеп-март/март-септ	ФЗС ФБиХ	--	

## МЈЕРА 2.4 ДИГИТАЛИЗАЦИЈА СЕКТОРА ТУРИЗМА

Дигитална трансформација цијелог сектора: Сектор туризма у ФБиХ заостаје за брзим промјенама тог сектора у свијету. Дестинација је и даље дубоко укоријењена у застарјелим моделима промовисања. Да би провела дигиталну трансформацију, ФБиХ мора проширити своје дигиталне капацитете у смислу кадровских, техничких и финансијских ресурса у свим аспектима ланца вриједности у туризму и подстицати употребу дигиталних и алата који се односе на друштвене мреже кроз стручно обучавање и оспособљавање и јачање капацитета. ФБиХ ће морати размотрити измјене своје организационе структуре како би направила мјеста за кадрове који ће радити искључиво на дигиталној промоцији, односно увести функције одговорне за дигиталну стратегију, управљање каналима и заједницом, ажурирање интернетске странице у функцији повећања њене видљивости приликом претраживања интернета, приступачне заступљености свих производа и искустава на интернету и на тржишту, сегментацију циљаних клијената и планирање и спровођење великих кампања путем интернета у сврху

### БИХ ПРАКТИЧНО НЕ ПОСТОЈИ НА ИНТЕРНЕТУ

Према извјештају УСАИД-овог пројекта Туризам о дигиталној процјени, БиХ се суочава с јединственим изазовом. Наиме, недостатак постојања брендова и туристичких заједница на нивоу земље узроковао је велику празнину у њеној видљивости на интернету, чему додатно доприноси превише базично и неефикасно коришћење дигиталних медија и друштвених мрежа.

*TripAdvisor је забиљежио 4,3 милиона претрага бх. туристичких садржаја у 2019, али свега 151.600 додатних избора понуђених производа.*

повећања упознатости корисника с брендом и могућности прелазака на садржаје пословних субјеката, укључујући маркетиншку сарадњу с њима. Успоставом структуре која омогућава израду садржаја заснованих на потражњи клијената, кроз унапређење управљања садржајем и стварање –јавно-приватних партнерстава и увођење нових софтвера и система, брзо ће се остварити напредак у дигиталној трансформацији.

### **Проширити канале продаје и дистрибуције између пословних субјеката и потрошача**

- Повећати издвајања из буџета туристичких заједница за маркетинг путем дигиталних и посебних медија и изнаћи додатне изворе средстава за повећање укупног буџета за дигитални маркетинг;
- Унаприједити капацитете туристичких заједница за ефикасно управљање и спровођење кампања и других видова промоције путем интернета, по могућности кроз трајно ангажирање квалификоване агенције;
- Израдити квалитетну и свеобухватну двојезичну (енглески и босански/хрватски/српски језик) интернетску страницу дестинације која је богата визуелним садржајима и заснива се на моделу сегментације, нудећи информације и с могућношћу преласка корисника на производе и искуства која нуде конкретни субјекти помоћу модела добровољног приступа интернетском тржишту;
- Успоставити професионалне канале на друштвеним мрежама (*Фејсбук* и *Инстаграм*), нудећи занимљив намјенски садржај, служећи се стручном терминологијом на енглеском језику када су они намијењени циљним сегментима у земљама енглеског говорног подручја;
- Проширити понуду производа и услуга које је могуће резервисати путем посредничких платформи за продају, укључујући интернетске путничке агенције попут *Get Your Guide*, *Viator* и *Klooka*;
- Додијелити средства за заједничке кампање на државном нивоу којима би се представљале *онлајн* платформе на којима је могуће резервисати посјету ФБиХ уз приказивање дестинација, атракција и пословних субјеката;
- Успоставити архиву фотографија и видеоклипова високог квалитета за употребу на различитим каналима и платформама, укључујући могућност сарадње с инфлуенсерима у смислу откупа или коришћења садржаја;
- Осмислити и спровести дигиталне кампање и активности промовисања дестинација у ФБиХ усмјерене на стране туристе који праве резервације за посјету БиХ или су већ у земљи;
- Осмислити и спровести традиционалне, дигиталне и кампање путем друштвених мрежа за привлачење туриста из приоритетних региона;
- Успоставити базу података о удружењима дијаспоре и склопити партнерства с њима у сврху осмишљавања и спровођења кампања за привлачење дијаспоре с изабраних тржишта и искористити та

Дигитални и друштвени медији представљају најдиректнији и најдјелотворнији начин комуникације с туристима из цијелог свијета, рекламирања и продаје производа, те их ФБиХ мора стратешки искористити како би добила највећу могућу вриједност од свакако ограничених средстава.



партнерства да се утиче на успоставу мрежа како би позивале посјетиоце на дестинацију;

- Подржати туристичку индустрију у циљу повећања дигиталне потражње за своје услуге кроз обуку, изградњу капацитета и интеграцију у кампање, интернетску страницу и *онлајн* канале;
- Спровести образовне и тренинг сесије, на сталној основи, због информисања о томе како користити алате за комуникацију брэнда и поруке у комуникацији с међународним путницима, туристичком индустријом и медијима;
- Непрекидно осмишљавати и покретати кампање за повећање посјећености интернетске странице дестинације и повећање броја пратилаца на службеним каналима друштвених медија.

### **Увести е-туризам ради прикупљања података у сектору туризма**

Ова ће активност помоћи бољем прикупљању информација од регистрованих пружалаца смјештајних капацитета о подстицајима и субвенцијама у туризму, дозволама, класификацији смјештајних објеката, итд, што ће довести до боље контроле боравишних такси и бити од користи за сачињавање извјештаја релевантним јавним институцијама (попут туристичких заједница, инспекција, порезних служби за странце, Министарства унутрашњих послова, итд). Потребно је подржати активности дигитализације туристичког сектора и промоције дестинација.

#### **Предложени систем е-туризма**

Електронски систем на мрежи и мобилним уређајима који омогућава:

**Пријаву и одјаву гостију** – изнајмљивачи могу пријавити и одјавити своје госте у било које вријеме, а систем ће аутоматски водити књигу гостију;

**Регистрацију** пружалаца смјештаја и њихових садржаја (врста, категорија, локација, смјештајни капацитет);

**Обрачун** и контролу наплате боравишне таксе;

**Обраду података**, анализу и извјештавање у статистичке сврхе – систем е-туризма омогућава генерисање различитих извјештаја за потребе институција унутар и изван сектора туризма.

Индикатори	Извор	Полазне вриједности (година)	Циљне вриједности
<b>Број успостављених канала на друштвеним мрежама</b>	Јединице локалне самоуправе, кантонална министарства, ТЗ, ФМОиТ	Није доступно	-
<b>Број одржаних радионица на тему дигиталног маркетинга у туризму</b>	Јединице локалне самоуправе, кантонална министарства, ТЗ, ФМОиТ	Није доступно	-

## **VI ПРИОРИТЕТ 3: РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА**

Циљ развоја људских ресурса је унапређење конкурентности ФБиХ као туристичке дестинације кроз пружање побољшаних услуга и квалитетних производа проширењем квалификованих људских ресурса за секторе

туризма, побољшање стручних капацитета и пословања предузећа која се баве туризмом, те подршку јавно - приватног сектора туризму као послодавцу по избору.

## МЈЕРЕ ЗА РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА

Како би остварила циљеве, ФБиХ планира предузети мјере:

<b>Мјере за развој људских ресурса</b>	<b>Мјера 3.1.</b> Повећање броја квалификованих кадрова кроз обуку и образовање
	<b>Мјера 3.2.</b> Усавршавање постојећих кадрова путем формалног и неформалног образовања и обуке на радном мјесту

Наведене мјере предложене су на бази интензивних консултација широм ФБиХ, те на основу методолошког приступа који заговара УСАИД-ов пројекат Туризам (приступ базиран на 4 стуба).

Како би се осигурала стратешка будућност за развој индустрије туризма у ФБиХ, приликом припреме стратегије развоја људских ресурса у обзир су узете кључне препоруке, које одражавају резултате анкете, и консултација с представницима индустрије из свих кантона.

### МЈЕРА 3.1. ПОВЕЋАЊЕ БРОЈА КВАЛИФИКОВАНИХ КАДРОВА КРОЗ ОБУКУ И ОБРАЗОВАЊЕ

Ова мјера подразумијева изградњу капацитета за квалитетан и непрекидан развој људских ресурса. Предлаже се успостављање и пружање подршке радној групи за развој људских ресурса у туризму која ће координисати активности усмјерене на образовање и обуке људских ресурса у индустрији туризма.

Рад на реализацији ове мјере усмјерен је на запошљавање 12.210 нових квалификованих радника у току шест година. Изазов ће бити то што ће од 12.210 нових запосленика који ће бити потребни до 2027. године, отприлике пола морати стећи квалификације и едукацију кроз образовне институције, док ће индустрија морати уложити напоре да другу половину оспособи за рад у туризму. То захтијева велики напор заинтересованих страна у индустрији туризма да запосле и обуче нове раднике. Приступ развоју људских ресурса мораће бити иновативан и агресиван у планирању и запошљавању најбољих стручњака како би се осигурала конкурентност ФБиХ као туристичке дестинације кроз побољшане услуге и квалитетне производе.

Повећање базе квалификованих радника захтијеваће побољшање припремљености младих и студената за каријеру кроз програме стажирања. Школе, универзитети и факултети мораће проширити могућности остварења практичног искуства и пружити

ученицима/студентима потребне практичне вјештине кроз специјализовану обуку на радном мјесту.

За дугорочни приступ одрживом проширењу људских ресурса у ФБиХ, истражиће се могућности за оснивање центра за истраживање и политику људских ресурса у туризму. Центар би био задужен за редовну процјену потреба за људским ресурсима и истраживање ради пружања информација о планирању политике, формулисању и развоју образовања и обука. Додатно, за дугорочни приступ одрживом запошљавању и оспособљавању нових радника, истражиће се могућности оснивања високе школе за кулинарство као центра за стручно усавршавање куvara у индустрији туризма ФБиХ.

**У оквиру Мјере 3.1. – Повећање броја квалификованих кадрова кроз обуку и образовање – предвиђене су сљедеће активности:**

***Изградити капацитете за развој људских ресурса***

Како би се осигурало да развој људских ресурса одражава јасне потребе приватног сектора у погледу занимања, профила и броја, ФМОиТ ће предводити оснивање **савјетодавне Радне групе** усмјерене на приватни сектор. Савјетодавну радну групу чиниће кључни актери који ће договарати, структурисати, управљати и тражити изворе финансирања. Радна група биће успостављена кроз организациони процес који ће укључивати финализацију структуре, формулисања и припреме описа послова. Радна група биће задужена за пружање подршке у припреми детаљних планова развоја људских ресурса у туризму. Ова ће радна група осмислити и подржати планирање и примјену планова развоја људских ресурса у туризму, те водити и усклађивати иницијативе за обуке. Радиће у сарадњи с локалним инвеститорима, предузетницима и индустријским субјектима у оквиру:

- стимулисања и координације обуке унутар компанија,
- усмјеравања реформе образовања и оспособљавања,
- развоја и усмјеравања политике људских ресурса за туризам,
- побољшања одлука о инвестирању достављањем извјештаја о подацима истраживања,
- организовања кампања за подизање свијести и комуникацију,
- подстицања припреме програма развоја за руководећи и надзорни ниво,
- стимулисања активних мјера запошљавања усмјерених према неактивној, радно способној популацији и незапосленима,
- подстицања инклузије лица с инвалидитетом у радну снагу у туризму кроз прилагођене курсеве и обуку.

На основу резултата *Процјене и прогнозе потреба за људским ресурсима за период од 2021. до 2027. године*, смјерница за развој људских ресурса у туризму и консултација у оквиру индустрије одржаних у априлу и мају 2021. године, ФМОиТ ће предводити формулисање **Плана спровођења развоја људских ресурса за ФБиХ**. Ажурирање планова спровођења вршиће се годишње под руководством Радне групе за људске ресурсе у туризму, а као полазну основу ће узети доступне планове развоја на нивоу

кантона, обично укључене у Стратегије развоја кантона за период 2021-2027. године.

Узимајући у обзир раст туризма у ФБиХ и предстојеће изазове у развоју људских ресурса, неопходно је сагледати понуде средњих стручних и техничких школа у сврху развоја одрживих капацитета за производњу компетентног и квалификованог кадра. Стога ће бити потребно припремити **План спровођења за унапређење стручних и техничких средњих школа**. Министарства образовања на нивоу заинтересованих кантона требала би дати приоритет техничком и стручном образовању и оспособљавању у туризму и развоју „огледне школе“ које ће послужити као примјер за изврсност у стручном оспособљавању и образовању. Може се кренути и са само једном огледном школом у изабраном кантону, а искуства из те школе могу се пренијети на друга подручја.

Кантонална министарства образовања могу подржати развој „огледне школе“ кроз сљедеће активности:

- Развој плана за огледну школу који би у њено осмишљавање укључио приватни сектор и рад кроз приступ јавно - приватног партнерства (меморандум о разумијевању). План ће укључивати детаљну студију изводљивости, наставни план и програм, план спровођења и временски оквир;
- Контактирање локалних, регионалних и међународних инвеститора из приватног сектора с понудом за прикупљање капитала и развој финансијске одрживости за развој огледне школе;
- Праћење напретка развоја огледне школе, оцјена научених лекција, прилагођавање модела;
- Спровођење плана за умножавање и проширење огледне школе на друге школе за техничко и стручно образовање и оспособљавање.

Истражиће се и могућности за оснивање Центра за истраживање и политику људских ресурса у туризму као форума за прикупљање и размјену информација о развоју људских ресурса у индустрији туризма. Усвајање и промовисање најбољих пракси у фокусу је Центра, па ће стога истраживање имати кључну улогу у усмјеравању његовог успјешног спровођења. Сви програми ће се детаљно истражити прије развоја, како би се осигурала усклађеност с најбољом праксом, релевантношћу индустрије туризма и исплативошћу. У складу са широм стратегијом за унапређење координације и истраживања у сектору туризма, радна група ће препоручити наручивање истраживања у име индустрије туризма и побољшати ширење, унутар индустрије, релевантних истраживања у подручју туризма и угоститељства.

#### ***Побољшати компетенције менаџера људских ресурса у туризму***

Туризам ће морати пратити општи стандард изврсности менаџера и супервизора у управљању људским ресурсима, особљем и обукама који представљају примјер лидерства у развоју туристичке радне снаге.

Кодекс праксе: Главни актери пословања у подручју туризма формираће групу менаџера људских ресурса, менаџера особља, руководилаца Привредне коморе и руководилаца туристичких удружења у сврху израде и објављивања кодекса о најбољој пракси у управљању људским ресурсима за индустрију туризма.

Програм за сертифициране менаџере људских ресурса: Лидери у индустрији туризма осмислиће програм заснован на компетенцијама и сертификацију за потврђивање основних знања и

вјештина развоја људских ресурса на стручном нивоу, попут обуке за четврти ниво „Путеви ка професионализацији“. Програм ће промовисати савладавање општеприхваћених принципа развоја људских ресурса (за детаље погледати оквир за текст). Програм се може извести на лицу мјеста или путем интернета с циљем да менаџерима пружи солидне пратеће информације о развоју људских ресурса. С обзиром на то да је е-учење у великој мјери ново за оператере у сектору туризма, могуће је академске и/или индустријске партнере подстакнути да уведу програме е-учења које су развили угледни локални или међународни универзитети или да траже подршку невладиних организација за такав програм.

#### Компетенције из програма за менаџере људских ресурса

- планирање људских ресурса
- запошљавање
- обука и развој
- управљање учинком/наградама
- управљање талентима
- планирање каријере и планирање у случају замјене запослених
- односи унутар људских ресурса
- развој организације

Унапређење праксе управљања људским ресурсима допринијеће запошљавању нових радника, а према пројекцијама истраживања УСАИД-овог пројекта Туризам, 12.210 нових квалификованих радника биће потребно у ФБиХ у току шест година. Ефикасно запошљавање и задржавање запосленика захтијеваће планиран и систематски приступ и спровођење низа инструмената у подручју људских ресурса, који укључују сљедеће:

- 1) планирање људских ресурса;
- 2) профиле послова (нивои, звања, послови и подзадаци);
- 3) описе послова (улоге, одговорности, квалификације и искуство);
- 4) пакете погодности;
- 5) планирање запошљавања (путем платформи друштвених медија, сајмова послова и кампања у школама за техничко и стручно образовање и оспособљавање);
- 6) програм индукције и менторства;
- 7) програме унапређења вјештина (прилагођене профилима послова).

**Привлачење стручњака на врхунцу каријере у туризам и угоститељство:**

С обзиром на то да се тржишта људских ресурса сужавају, а конкуренција расте, менаџери људских ресурса у туризму морају олакшати стручњацима на врхунцу каријере да промијене каријеру и пређу у индустрију туризма. Искуство, вјештине и нови начин размишљања индустрији ће додати пријекто потребне вјештине. Менаџери људских ресурса могу запослити људе који немају уобичајене каријере у туризму. Појединци с различитим образовањем, животним искуствима и контекстима вјероватније ће пружити нешто вриједно. Једна од најбољих могућности за проналазак изврских талената јесте утврђивање путева за привлачење стручњака, и мушкараца и жена, на врхунцу каријере који желе промјену темпа. Особе које су се истакле у другим професијама, али желе нешто што оставља опипљив учинак на људе. Заобилажење конзервативних начина и осмишљавање новина ће предузећима у подручју туризма у ФБиХ дати значајну предност. Стога је важно да менаџери људских ресурса буду отворени приликом запошљавања особа из других сектора.

***Унаприједити припремљеност младих и студената за каријеру у туризму***

Ова мјера подразумијева и спровођење информативне кампање за позиционирање индустрије туризма као позива по избору међу младима, родитељима и челницима заједнице. Кампања ће бити фокусирана на пет циљних група (студенти, родитељи, државни службеници, послодавци у индустрији и медији) с порукама о јачању позиције туризма као животног позива и друштвеним и економским предностима туризма. Осим тога, биће потребно усвојити двоструки пут за запошљавање младих у индустрији туризма, и то:

Програми на нивоу средње школе – Омогућити радно искуство за полазнике средњих стручних школа како би се остварило искуство у туризму и промовисали ови позиви као одрживи избор каријере. Ови програми битће осмишљени као програми транзиције из сфере образовања у сферу бизниса који ће показати туризам као конкурентан избор каријере. Партнери из индустрије биће позвани да спонзоришу школе у програму менторства у туризму, који ће бити познати као „Партнерство за каријере у туризму“.

Практични програм стажирања за студенте и дипломце – Развити програм запошљавања са скраћеним радним временом за студенте високих школа и универзитета. Како би се повећала доступност људских ресурса за послодавце и започела изградња практичних вјештина код студената, програм запошљавања приправника за студенте биће осмишљен тако да промовише туризам као одрживи избор каријере. Како би се осигурало партнерство између академске заједнице и индустрије, биће основана радна група која ће осмислити програм за лансирање ове иницијативе. Требало би утврдити партнерске хотеле и ресторане који ће спровести тестни (огледни) програм.

Узимајући у обзир потенцијал развоја туризма у ФБиХ, препоручује се и истраживање прилика за оснивање високе школе за кулинарство као водећег центра у ФБиХ. Како би се осигурао стратешки и одржив развој људских ресурса који ће задовољити раст и стандарде изврности наведене у стратегији туризма, ФБиХ потребно је да образовање и

оспособљавање у кулинарским занимањима буде извор стручног усавршавања у индустрији туризма. За почетак овог пројекта може се наручити документ о ставовима за припрему захтјева за приједлог мастер плана за развој овакве установе. Мастер план би требао укључивати стратегију, пословни план у којем се приказује изводљивост и одрживост, те тендерску документацију за привлачење партнера из међународних образовних институција који ће управљати високом школом с локалним партнером и инвеститором.

Индикатори	Извори	Полазне вриједности (година)	Циљне вриједности
Број нових радних мјеста у туризму и угоститељству (м/ж)	ФЗС	24.511 (2020)	36.721(2027)
Број менаџера људских ресурса који су завршили релевантне програме изградње капацитета (м/ж)	УСАИД Туризам	0	60
Повећан фонд практичне наставе код послодаваца за: - средњошколске стручне програме - универзитетске програме	Кантонална министарства образовања/науке	Н/Д	Н/Д

### **МЈЕРА 3.2. УСАВРШАВАЊЕ ПОСТОЈЕЋИХ КАДРОВА ПУТЕМ ФОРМАЛНОГ И НЕФОРМАЛНОГ ОБРАЗОВАЊА И ОБУКЕ НА РАДНОМ МЈЕСТУ**

Професионализација радне снаге у туризму подразумијеваће развој квалитетних програма у подручју туризма и наставних планова и програма заснованих на потребама индустрије. Представници образовних институција и индустрије мораће се удружити у развоју/унапређењу стандарда занимања за стручне каријере како би омогућили информације за преглед и ажурирање наставних планова и програма и педагогије, као и за програм обуке и сертификације у оквиру индустрије који воде до професионалне квалификације. Истовремено, наставне методе је потребно унаприједити тако што ће се наставницима олакшати приступ методолошким програмима о образовној педагогији, извођењу наставе, планирању наставе и аудиовизуелном материјалу за подршку процесу учења. Наставнике, предаваче и универзитетске професоре треба подржати у интензивнијој ангажираности у оквиру индустрије туризма кроз сталне програме учења. Да би се рефлектовале активности у индустрији, биће потребно и унапређење ресурса и опреме у образовним установама. Јачањем међународних партнерстава, као што је међународна сертификацијска шема *UNWTO TedQual*, конкурентност универзитетских институција ФБиХ биће повећана. Конкретно, у процес увођења стандарда *UNWTO TedQual* су уз подршку УСАИД-овог пројекта Туризам већ ушле двије институције с подручја ФБиХ, а то су Универзитет у Тузли и Свеучилиште Херцеговина.

Ова мјера ће, такође, укључивати позиционирање индустрије туризма као

изузетно атрактивне каријере кроз индукцијску обуку и обуку прије запошљавања, пружање и подржавање признатих квалификација, јасне смјернице за напредовање у каријери и промоцију квалитетних радних пракси. Како би се унаприједио систем обука на радном мјесту, покренуће се програм „Путеви ка професионализацији“. То је програм обуке и сертификације заснован на индустрији туризма који ће омогућити послодавцима да оспособе нове и постојеће раднике према стручним стандардима и онима који заврше стручне нивое програма уручи сертификате вредноване од стране индустрије. Развиће се програм обуке и унапређења туристичких водича.

Да би се остварила ова мјера, развиће се намјенски програми обуке за власнике и менаџере малих и средњих предузећа са снажним нагласком на примјени најбољих пракси у управљању и пословању малих и средњих предузећа (МСП).

**У оквиру ове мјере, предвиђене су сљедеће активности:**

***Развијање квалитетних наставних планова и програма за туризам и угоститељство***

Кључна компонента ове иницијативе биће опсежан преглед програма и наставних планова и програма. То ће захтијевати заједничко дјеловање с образовним властима како би се осигурало да све релевантне средње техничке школе, средње стручне школе, универзитетски и факултетски наставни програми инкорпорирају најбољу међународну стандардну праксу у подучавању нових ученика у индустрији. Циљ ће бити **развој квалитетних програма и наставних планова за туризам и угоститељство**, кроз спровођење „стандардне структуре наставног плана и програма образовања“ за програме туризма и угоститељства. Циљ ће, такође, бити јачање међународних партнерстава кроз угледне програме, попут шеме сертификације *UNWTO TedQual*, што ће заузврат повећати конкурентност универзитетских институција ФБиХ. На нивоу средњих школа, план је подржати иницијативе за увођење дуалног образовања.

Да би се подстакнула најбоља пракса у настави и обуци о програмима туризма и угоститељства, потребно је развити **методологију подучавања и обуке за наставнике и инструкторе**. Важна компонента ове иницијативе биће развој програма ФБиХ за методологије поучавања и оспособљавања који се заснива на потврђеним стандардима занимања у подручју туризма, уз напомену да се ова активност мора реализовати у сарадњи с надлежним министарствима образовања на кантоналном нивоу.

Поред формалних програма образовања, биће потребно покренути кратке **курсеve усмјерене на индустрију ради побољшања изврности услуга**. Ова активност подразумијева развој програма обуке у виду кратких курсева о индустрији (обично до 3 дана) у којем могу учествовати запослени из хотела, ресторана, туристичких агенција, кампова и других туристичких објеката. То ће подстакнути ове субјекте да унаприједи своје пословање како би задовољили стандарде квалитета, чиме се не квалификују само запослени већ и пружају боље услуге посјетиоцима.



Нови ће програм бити уведен ради проширивања доступности обука, а осмислиће се и наставни план и програм кратких курсева из различитих тема, који ће имати приоритет у консултацијама с индустријом.

Један од најважнијих корака биће да се пажљиво анализирају до сада дефинисани стратешки приоритети и мјере на нивоу кантона, како би се систематски приступило извођењу приоритетних обука. Напримјер, Стратегија развоја Тузланског кантона 2021-2027. мјером 1.3.4 предвиђа обуку 300 особа из дестинацијског менаџмента, што треба подржати расположивим ресурсима или кроз партнерске односе, те уградити у индикаторе за ниво ФБиХ.

Техничка обука – циљ програма обуке у виду курсева биће обучавање минимално 800 уопсленика до 2027. године. Учесницима или послодавцима се могу наплатити накнаде, а мјеста обуке могу спонзорисати партнери из индустрије. У наставку су примјери курсева које треба планирати и промовисати:

<p><b>Администрација и управљање</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методе и контрола рачуноводства</li> <li>2. Вјештине у продаји и маркетингу</li> <li>3. Системи контроле квалитета за предузећа у подручју туризма</li> <li>4. Вјештине руковођења</li> <li>5. Програми обучавања предавача/инструктора</li> </ol>	<p><b>Храна и пиће</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рад и управљање баровима/кафићима</li> <li>2. Вјештине послуживања хране и пића</li> <li>3. Основне кулинарске вјештине у малим предузећима</li> <li>4. Осмишљавање и планирање менија</li> <li>5. Вина и коктели</li> <li>6. Сластичарске и пекарске вјештине</li> <li>7. Едукација и брендирање халал кувара – <i>Halal Cooking Academy</i></li> </ol>
<p><b>Комуникација и љубазност према гостима</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технике комуницирања</li> <li>2. Вјештине комуницирања на енглеском или неком другом европском језику</li> <li>3. Правила понашања и услуге за клијенте</li> <li>4. Коришћење ИТ-алата и интернета</li> </ol>	<p><b>Безбједност туриста, одржавање просторија и остало</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обука у вези с пожарима, безбједношћу и првом помоћи</li> <li>2. Здравствени и хигијенски стандарди</li> <li>3. Обука у подручју одржавања просторија за неквалификовано особље</li> <li>4. Обука за туристичке водиче (укључујући специјализоване туре попут авантуристичких стаза и стаза у природи)</li> <li>5. Заштита музејске архиве</li> </ol>

Мала и средња предузећа у подручју туризма су кључна за економски раст туризма у ФБиХ. Важно је разумјети улогу предузетника у малим и средњим предузећима у развоју туризма. Постоји много разлога зашто се локални предузетници нерадо придружују индустрији туризма, укључујући ризике повезане с пословањем у подручју туризма. Покренуће се програми обуке за подизање свијести и покретање бизниса како би се перспективни предузетници подстакли на учешће у специфичном туризму, с циљем повећања броја запослених у малим и средњим предузећима која се баве туризмом. Подстицајне поруке биће послате и дијаспори како би се охрабриле њихове инвестиције и доприноси у покретању туризма

широм ФБиХ. Потребе малих и средњих предузећа донекле се разликују од потреба великих предузећа. У складу с тим, развиће се намјенски програм за власнике и менаџере малих и средњих предузећа с великим нагласком на примјени најбољих пракси у развоју, управљању и пословању малих и средњих предузећа.

### **Увести програме обуке и сертификације унутар индустрије**

Ова активност подразумијева планирање и припрему програма „Путеви ка професионализацији“ заснованог на оквиру најбоље праксе и договореним професијама, нивоима и стандардима рада. Од заинтересованих страна у индустрији и туристичких удружења очекује се да ће радити у партнерству како би подржали припрему стандарда занимања који ће укључивати профиле занимања, задатке, вјештине, знање и понашање.

### Осмислити програм „Путеви ка професионализацији“ (енгл. *Pathways to Professionalism*)

Сврха је створити могућности за запошљавање, побољшати стручност и унаприједити хотелске и ресторанске стандарде, кроз сертификован програм заснован на стручним стандардима индустрије и структурисаној обуци на радном мјесту. Другим ријечима, оснаживање послодаваца да своје активности претворе у центар за обуке и сертификавање. Циљеви ПUTEVA ка професионализацији укључују:

1. брзу припрему људских ресурса,
2. унапређивање постојећег особља,
3. увођење програма сертификавања заснованог на стручним стандардима посла,
4. пружање послодавцима исплативе прилике да привуку неквалификоване раднике.

#### **Препознатљиве одреднице програма „Путеви ка професионализацији“**

1. Осмишљен да неквалификованим или полуквалификованим појединцима пружи структурисану обуку за постизање компетенција
2. Хотели и ресторани постају одобрени центри за обуку и сертификацију
3. Радна пракса сматра се саставним дијелом искуства учења
4. Учење се процјењује и акредитује на радном мјесту
5. Наставни план и програм осмишљен у оквиру индустрије, а њиме управљају субјекти у индустрији.

Управљање програмом „Путеви ка професионализацији“ – програм ће користити „мастер предаваче“ који ће обучавати „инструкторе у предузећима“ који ће касније бити надлежни за обучавање особља унутар предузећа која постану признати центри за обуку и сертификавање.

### **Побољшати доступност стручних и обучених туристичких водича**

Нема довољно туристичких водича који би подржали развој нових искустава. Потребно је да туристички водичи добију формалну обуку о вјештинама презентације и вођења група. Потребне су иницијативе за поједностављивање процеса обуке како би се повећао број квалитетних водича. Планира се и покретање програма сертификавања за специјализоване туре, попут авантуристичких стаза и стаза у природи. Потребно је ромовисати етички кодекс путем туристичких агенција како би

се осигурало професионално понашање према туристима и пружаоцима туристичких услуга. Етички кодекс и обуке ће промовисати стандарде о забрани дискриминације, сексуалног узнемиравања и дискриминације на било којој основи, укључујући пол, сексуалну оријентацију и родни идентитет. Обавезни услов за лицензирање водича биће похађање и полагање посебног програма обуке о безбједности, хитним случајевима и пружању прве помоћи.

Да би се повећао број туристичких водича, потребно је побољшати прописе за издавање одобрења за рад туристичким и специјализованим водичима и увести систем сертификације за спортски и авантуристички туризам. Неопходно је ускладити праксу и прописе у цијелој Федерацији БиХ како би се направио један јединствен систем истог квалитета у различитим регионима, који ће бити јасан и разумљив просјечним гостима. Препоручује се да се уведе међународно призната сертификација за конкретне активности авантуристичког туризма (планинарење, бициклизам, рафтинг), као и да се осмисле и спроводе усклађене обуке за авантуристичке водиче засноване на добрим међународним праксама које ће изводити или јавни или приватни сектор.

Укратко, биће потребно договорити се и увести системе сертификавања квалитета за спортско - рекреативне активности, односно активности у оквиру авантуристичког туризма с најбољим потенцијалом за повећање броја постојећих и привлачење нових гостију у Федерацију БиХ.

Индикатори	Извори	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Модернизовани наставни планови и програми усвојени и почела њихова примјена у школама и на универзитетима	Кантонална министарства образовања/науке	0 (2022)	10 (2027)
Апликација за сертификат <i>UNWTO TedQual</i> за универзитетске програме	УСАИД Туризам/Кантонална министарства науке	0	Да
Број запослених који су прошли кратке курсеве (м/ж)	ФМОиТ/ПК ФБиХ/УСАИД Туризам	0 (2022)	800
Инициран програм <i>Путеве ка професионализацији (Д/Н)</i>	УСАИД Туризам	Не (2022)	Да
Број запослених чије су вјештине усавршене уз рад примјеном програма <i>Путеве ка професионализацији (м/ж)</i>	УСАИД Туризам	0 (2022)	1.000 (2027)
Број нових, обучених туристичких водича (м/ж)	ФМОиТ	0	60

## VII ПРИОРИТЕТ 4: УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА ОДРЖИВИ РАСТ

Сврха мјере „Унапређење подстицајног окружења за одрживи раст“ јест да се повећа конкурентност ФБиХ помоћу развоја ефикаснијих политика и правног оквира којима се подржавају и унапређују пословни резултати, привлаче инвестиције, штити природа и који доводе до отварања радних мјеста и предузећа, као и одрживог развоја туризма.

Како би се одговорило на утврђене изазове, у наставку је дат низ Мјера/програма и активности који ће водити ка развоју политике у подручју туризма, за период трајања стратегије који завршава 2027. године.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (2019.)	Циљна вриједност (2027.)
Инфраструктура за сервисирање посјетилаца ( <i>WEF</i> индикатор <sup>1</sup> )	<i>WEF</i>	3,9 (2019)	4,5

### МЈЕРЕ И АКТИВНОСТИ ЗА УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА

Како би се убрзао раст и побољшала конкурентност индустрије туризма ФБиХ, у наставку су дате смјернице за постизање усклађеније политике и правног оквира, који подржава и унапређује пословни учинак, привлачи инвестиције и доводи до отварања нових радних мјеста. То ће се постићи кроз следеће четири мјере и повезане активности:

<b>Мјере за подстицајно окружење</b>	Мјера 4.1. Побољшање приступачности, могућности превоза и услуга посјетиоцима, те развијање модерне туристичке инфраструктуре
	Мјера 4.2. Унапређење правног и регулаторног оквира како би се омогућила конкурентност индустрије туризма и одрживи раст и креирала политика заснована на квалитетним подацима (статистика, истраживање и анализа података)
	Мјера 4.3. Успостављање примјене еколошких принципа одрживости у туризму
	Мјера 4.4. Убрзање инвестиција и унапређење приступа финансијама
	Мјера 4.5. Подизање свијести о важности туризма

#### **МЈЕРА 4.1. ПОБОЉШАЊЕ ПРИСТУПАЧНОСИ, МОГУЋНОСТИ ПРЕВОЗА И УСЛУГА ПОСЈЕТИОЦИМА, ТЕ РАЗВИЈАЊЕ МОДЕРНЕ ТУРИСТИЧКЕ ИНФРАСТРУКТУРЕ**

Повећање капацитета приступа међународним ваздушним саобраћајем од кључне је важности како би ФБиХ постигла циљани раст. Снажнији програм подстицаја аеродрома, као и конкурентних услова, за међународне авиопревознике, нискотарифне превознике, чартере и путничке агенције предуслов је за повећање укупног капацитета. Поред тога, побољшан режим преласка границе који олакшава и усмјерен је на убрзање проласка туриста у великој ће мјери олакшати приступ посјетиоцима који долазе у ФБиХ копненим путем.

Ширење авиопонуде: Бољи авиоприступ ФБиХ од пресудног је значаја за успјех Стратегије и повећање потражње. С обзиром на досадашње функционисање аеродрома, ФБиХ мора увести увјерљив програм подстицаја за коришћење аеродрома, као и финансијске подстицаје које финансира Влада како би се привукли чартери, нискобуџетни авиопревозници и традиционалне авиокомпаније, те се увеле додатне линије које ће опслуживати приоритетне сегменте и тржишта.

Треба успоставити оптимална рјешења за превоз како би се олакшао улазак посјетилаца кроз све тачке улаза у ФБиХ. Исто тако, опције превоза унутар земље морају задовољити очекиване потребе када су у питању туристи. Овакав систем је неопходан за успјех туристичке привреде ФБиХ, те ће се представити и промовисати посјетиоцима и потенцијалним посјетиоцима.

Ефикасан копнени/друмски/жељезнички транспорт доступан туристима основни је услов и даје велики допринос укупном доживљају посјетилаца. Осим тога, важан елемент у привлачењу и испуњавању потреба растућег тржишног сегмента индивидуалних путника који путују аутомобилима јесте осигурање путне сигнализације унутар дестинације.

Доступност и лакоћа приступа информацијама кључна је компонента искуства посјетилаца, те уједно пружа осјећај сигурности гостима када знају да им је подршка при руци ако им је потребна. Пружање ажурираних информација о низу доживљаја и атракција доступних у ФБиХ и начину њихове резервације повећаће задовољство посјетилаца, имиџ дестинације и потрошњу. Потребно је осигурати доступност јавних тоалета, одмаралишта и цјелокупну чистоћу и хигијену на атракцијама и локацијама како би се задовољили захтјеви посјетилаца који бирају прилагођене опције за одмор на основу посебних интереса, а не традиционалног приступа који подразумева да једна тура одговара свима.

##### Активности планиране у оквиру ове мјере:

##### Повећати капацитет прихвата међународних авиолетова

- Страним авиокомпанијама обезбиједити добар програм подстицаја и конкурентских услова, кроз пружање одређених аеродромских услуга;

- Страним *low-cost* авиокомпанијама понудити и конкурентан програм финансијских подстицаја који финансира Влада.

Радити на заговарању побољшаних услова преласка границе у сарадњи с РС и Брчко дистриктом БиХ, као и с државним надлежним институцијама

- Побољшати искуство преласка границе кроз развој садржаја потребних туристима.

Направити ефикасне могућности копненог/друмског/жељезничког превоза унутар ФБиХ, укључујући увођење добро постављених путоказа, смеће и остале сигнализације и у руралним предјелима

- Омогућити лак приступ свим туристичким атракцијама у ФБиХ и кретање између њих, како би се задовољили захтјеви индивидуалних туриста с већом куповном моћи, олакшало њихово кретање и продужила дужина боравка;
- Обезбиједити јасну путну сигнализацију, заједно с добро постављеним квалитетним сервисним центрима на аутопуту у цијелом ентитету. Овакви објекти, који се налазе на главним путевима, као и оним који повезују главне туристичке атракције, од кључне су важности за остваривање највећег могућег тржишног удјела на тржишту индивидуалних путовања.

Осигурати адекватну понуду услуга превоза (туристичких аутобуса и агенција за изнајмљивање аутомобила, итд) да се задовољи предвиђена потражња у смислу обима, профила и врста путника

- Искористити базу података пружалаца услуга туристичког превоза која је доступна локалним и међународним туристима;
- Осигурати подстицаје ради унапређења и повећања улагања у нове и квалитетне услуге.

Побољшати квалитет туристичких информативних центара

- Развити низ врло видљивих, централних тачака за приступ информацијама у подручјима с великим прометом посјетилаца, како би им се олакшао приступ информацијама;
- Додати нове информативне тачке за посјетиоце у кључним градовима широм ФБиХ и унаприједити центре за посјетиоце у већим градовима;
- Осигурати доступност високо обученог и информисаног особља у центрима;
- Пружити адекватне и свеобухватне информације о различитим тематским активностима и искуствима доступним у туристичкој дестинацији, путем штампаних и дигиталних алата, као и кроз промоцију међу дестинацијама.

Побољшати ниво хигијене и чистоће, уређеног јавног простора и безбједност

- Повећати број јавних тоалета у туристичким мјестима и атракцијама и околини, укључујући ниво њихове чистоће и хигијене;
- Осигурати сталну чистоћу дестинације, укључујући јавне просторе, туристичке локације и атракције, као и на рутама и путевима који

повезују различите области унутар дестинације и путевима који повезују дестинацију;

- Побољшати безбједност (посебно радити на спречавању крађа туриста).

Један од услова за развој туристичких дестинација је њихова саобраћајна повезаност и приступачност у погледу регионалног окружења, положаја у односу на емитивне центре и, што је још и важније, туристичке дестинације. Јавне услуге, здравствена заштита, приступачност за лица с инвалидитетом, изнајмљивање аутомобила, телекомуникације, покривеност интернетом, број и квалитет смјештајних капацитета, као и број и распрострањеност банкомата такође имају важну улогу у конкурентности туризма и путовања и служе као жиле куцавице сектора туризма. Постоји пријека потреба за улагањима у инфраструктуру у циљу побољшања и модернизације јавног превоза, аеродрома, жељезничке инфраструктуре и путне мреже, посебно у руралним и планинским дијеловима ФБиХ, гдје би цјелогодишњи приступ могао отворити знатан број нових локалних туристичких дестинација. Недостатак основне саобраћајне везе с важним и чак добро развијеним туристичким дестинацијама евидентан је на примјеру Сарајева и околних олимпијских планина. Наиме, туристи могу посјетити ове атрактивне и лијепе планине само ако имају аутомобил или користе такси. У протеклом периоду извршени су одређени захвати на путној инфраструктури, али је потребно интензивирати напоре и залагати се за даљње побољшање у овој области.

С циљем развоја планинског и других облика туризма у природи, у оквиру туристичке понуде неопходно је унапређење и изградња потребне инфраструктуре (планинске стазе, локални и шумски путеви, соларне паметне клупе, одморишта, туристички инфопанели, видиковци, заклони и сл). Уз то је потребно и опремање туристичких атракција прикладним објектима туристичке понуде (израда интернетских страница, онлајн презентација, храна и пиће, трговине/сувенири, понуда специфичних услуга – адреналински/забавни садржаји, најам реквизита/опreme, водичи/инструктори и изградња едукативних и интерактивних стаза/учионица, организација стручних предавања и изложби, школа у природи и сл).<sup>20</sup> Такође, постоји потреба за унапређењем сигнализације за обиљежавање туристичких мјеста.

### Побољшати и развити туристичку инфраструктуру

Први корак у оквиру ове активности предвиђа процјену потреба за развојем и унапређењем туристичке инфраструктуре. Сачиниће се попис потребних интервенција у оквиру конкретних инфраструктурних пројеката како би се утврдиле могућности улагања и израдили инфраструктурни пројекти који ће се представити потенцијалним инвеститорима, Развојној банци ФБиХ, Свјетској банци, комерцијалним банкама, ЕБРД-у и другима.

<sup>20</sup>Стратегија развоја Федерације БиН 2021-2027, стр. 27.

Осим тога, главни актери сектора туризма су, током консултација о стратегији, утврдили сљедеће потребне инвестиције:

- Израдити базу података потребних пројеката туристичке инфраструктуре, редовно је ажурирати и промовисати у сврхе јавно-приватног партнерства. Ова база података може послужити и као алат за консултације ради процјене стања потреба у погледу туристичке инфраструктуре, пројеката који су спремни за улагања и статуса започетих инфраструктурних пројеката, а координисаће се с ФИПА-ом и другим одговарајућим институцијама (министарствима, јавним и приватним предузећима, итд);
- Пратити и промовисати изворе финансирања од страних донатора или инвеститора;
- Дати приоритет улагањима у путеве које повезују кључна туристичка подручја;
- Прилагодити путну сигнализацију туристима, поготово на локалним путевима важним за рурални туризам;
- Побољшати јавни превоз између главних туристичких центара и атракција, попут повећања мреже аутобуских линија и унапређења жељезничких услуга;
- Осигурати покривеност телекомуникацијама и великом брзином бежичне везе у цијелој ФБиХ;
- Унаприједити и изградити неопходну инфраструктуру (планинске стазе, соларне паметне клупе, видиковце, туристичке инфопанеле);
- Унаприједити кључне локације и грађевине баштине које ће служити за привлачење гостију и размотрити управљање овим локацијама кроз приватни сектор или друге облике јавно-приватног партнерства;
- Побољшати туристичке садржаје и пружање информација туристима у заштићеним подручјима, споменицима и парковима природе;
- Промовисати приступачност приватних и јавних туристичких добара за особе с инвалидитетом;
- Побољшати услуге трагања и спасавања, укључујући хеликоптерске услуге и услуге хитне помоћи;
- Промовирати сертификате зелене градње и енергетске ефикасности у новим инфраструктурним пројектима и унаприједити постојећа добра у складу са зеленим стандардима;
- Унаприједити аеродроме у складу са студијама постојећих физичких потреба и захтјева раста авиокомпанија и ваздушног саобраћаја.

Индикатори	Извори	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
<b>Обим ваздушног саобраћаја у ФБиХ</b>	ФМОиТ, Федерално министарство саобраћаја и комуникација (ФМПик), Дирекција за цивилно	1,769,596)	+20%
<b>Број летова у ФБиХ</b>		15, 410 (2019)	



	ваздухопловство БиХ		
Инфраструктура за ваздушни приступ (број путника, број летова, итд) ( <i>WEF</i> индикатор)	<i>WEF</i>	2,0 (2019)	2,2
Инфраструктура копненог превоза ( <i>WEF</i> индикатор)	<i>WEF</i>	2,4 (2019)	3,0

#### **МЈЕРА 4.2. УНАПРЕЂЕЊЕ ПРАВНОГ И РЕГУЛАТОРНОГ ОКВИРА КАКО БИ СЕ ОМОГУЋИЛА КОНКУРЕНТНОСТ ИНДУСТРИЈЕ ТУРИЗМА И ОДРЖИВИ РАСТ И КРЕИРАЛА ПОЛИТИКА ЗАСНОВАНА НА КВАЛИТЕТНИМ ПОДАЦИМА (СТАТИСТИКА, ИСТРАЖИВАЊЕ И АНАЛИЗА ПОДАТАКА)**

Туризам је дјелатност која се за успјех ослања на сарадњу између различитих сектора и индустрија. Сходно томе, формулисање политике туризма захтијева сарадњу свих владиних институција и индустрије туризма, кроз ефикасну сарадњу јавног и приватног сектора. То се може преточити у формалне радне односе између министарстава, као и у структурисане радне групе за формулисање политика (као што је Коалиција за конкурентност туризма) састављене од заинтересованих страна које представљају читав ланац вриједности у туризму. Ово партнерство требало би водити доношењу правила и формулисању закона и прописа.

##### **Регулаторни принцип**

Основни принцип туристичког законодавства је осигурање права и безбједности туриста прописима који подстичу висок ниво квалитета и заштите, а истовремено олакшавају пословни раст. Такође, кључно је осигурати очување природе као основну платформу сваке политике, како за испуњавање стратешког приступа одговорног и одрживог туризма, тако и за заштиту нетакнуте природе од потенцијалних штетних утицаја неуређеног туризма.

У оквиру консултација о стратегији утврђено је неколико области за реформу политике и регулативе. Будући да је туризам индустрија која се брзо мијења и због обимности и броја правила и прописа који утичу на широк ланац вриједности у туризму, повољнији прописи и правила за сектор туризма захтијевају детаљнију и сталну анализу постојећих прописа како би се препоручиле одговарајуће промјене, путем консултација између јавног и приватног сектора. То треба учинити тако што ће се сви релевантни актери укључити у предлагање, израду, измјене и доношење закона и подзаконских аката. Стога је потребна боља комуникација и координација између приватно - јавног, јавно - јавног и приватно - приватног сектора. Коалиција за конкурентност туризма може послужити као кључна платформа у овом смислу.

У циљу бољег планирања у туризму, доношења одлука које директно или индиректно утичу на развој туризма, неопходно је ослањати се на поуздане податке.

Детаљно истраживање пружиће информације о различитим важним индикаторима, попут понашања посјетилаца на дестинацији, образаца потрошње, учинка предузећа и потреба за људским ресурсима. Надаље, истраживање ће пружити важне податке креаторима прописа за утврђивање посебних подручја формулисања политике и улагања потребних ради повећања конкурентности дестинације.

Један од главних услова за ефикасно доношење одлука, информисан развој политике и одговарајућих маркетиншких стратегија у области туризма, као и привлачење инвестиција, јест доступност поузданих и

#### Активности које су главни актери предложили у оквиру фокусних група

- Промоција и подстицање улагања у туризам
- Унапређење пореских прописа
- Рационализација и убрзавање процеса регистрације предузећа
- Омогућавање е-регистрације и генерално недовољно развијено е-пословање
- Побољшање инспекцијског назора предузећа како би више био корективне, а мање казнене природе
- Мотивација предузетника да се укључе и региструју у области руралног туризма
- Унапређење правног оквира за туристички смјештај (рурални, планинске колибе, итд)
- Спровођење захтјева заштите животне средине за пружаоце туристичких услуга, нарочито у заштићеним подручјима и око њих (управљање отпадом, енергетска ефикасност)
- Побољшање и усклађивање прикупљања података и статистике за циљане сврхе стратешког планирања
- Стандардизовани прописи за туроператере авантуристичког туризма којима се појашњавају безбједносни протоколи, захтјеви у погледу сертификације, едукације и усавршавања, итд.
- Разматрање рекласификације туристичких производа и услуга као извозних ставки у пореским прописима
- Унапређење туристичке статистике и доступности података разврстаних по spolu
- Спровођење анкете туриста и анализа података према демографским и другим карактеристикама
- Успостављање регистра пружалаца услуга у туризму, уз обавезно прикупљање података о добној и полној структури власништва и руководећих структура
- Унапређење и интегрисање система туристичког информисања, укључујући мрежу смеђе туристичке сигнализације, како би се повећала активност туриста током боравка на дестинацији и тиме подстакла додатна потрошња
- Усвајање програма ревитализације традиционалних кућа у напуштеним селима у туристичке сврхе којом се чува њихов карактер
- Израда пословног водича за компаније из сектора туризма
- Иницијативе за укидање виза за грађане земаља из којих долазе халал туристи

транспарентних статистичких података. Да би се разумио допринос туризма друштву и увјериле владе и креатори прописа да се озбиљније позабаве овим сектором, потребно је мјерити његов економски значај, директни, индиректни и индуковани утицај на радна мјеста, БДП, трговину и инвестиције на глобалном нивоу, и то кроз Сателитски рачун туризма (ТСА), који може екстраполисати конкретне податке за ФБиХ. Осим тога, локални туристички објекти требају органе власти боље извјештавати о својим гостима како би олакшали боље планирање кампања и пружање локалних услуга различитим важним индикаторима, попут понашања посјетилаца на дестинацији, образаца потрошње, учинка предузећа и потреба за људским ресурсима.

Додатно, увођење дигитализације и е-туризма у туристичку индустрију ФБиХ доприноси прикупљању релевантних података и унапређењу пословања у туризму. Приликом прикупљања свих релевантних података (гости, понуђачи смјештајних капацитета, подстицаји и субвенције), неопходно је водити рачуна да се они могу разврстати по полу.

Према томе, у оквиру ове мјере предлажу се сљедеће активности:

- Спровођење реформског програма заснованог на конкурентности, с циљем подстицања раста сектора туризма;
- Усклађивање закона и прописа у туризму између ФБиХ и кантона;
- Побољшавање статистичког система и његово усклађивање с европским и међународним стандардима (сарадња у креирању ТСА);
- Увођење е-туризма ради прикупљања података у сектору туризма.

#### ***Детаљније о активностима:***

##### ***Усклађивање закона и прописа о туризму између ФБиХ и кантона***

Неколико кантона има позитивне примјере правних рјешења за одређена подручја туризма и угоститељства, које могу подијелити с другим кантонима како би се кроз дијалог и заједничке радне састанке постигла усклађеност датих прописа.

Једна од активности унутар мјере јесте и израда **смјерница/водича за пословне субјекте** у туризму. Наиме, бројни прописи и различите правне надлежности на различитим нивоима власти успоравају пословање и повећавају оперативне трошкове, чиме се умањује конкурентност, а могу допринијети и одржавању сиве економије. За појашњење правних захтјева потребно је припремити јасна упутства и смјернице за привредне субјекте који ће бити лако доступни путем интернета. Илустративни примјери таквих смјерница обухватају потребну документацију за категоризацију, односно класификацију привредних субјеката на федералном, кантоналним и општинским нивоима, упутства о начину плаћања боравишне таксе или упутства везана за добијање одобрења за рад и других одобрења.

**Побољшавање статистичког система и његово усклађивање с европским и међународним стандардима (сарадња у креирању ТСА)** Координација с Агенцијом за статистику БиХ и ФЗС за прикупљање података о туризму у ФБиХ, помоћи ће субјектима из сектора туризма да унаприједи и развију производе и услуге који су усклађенији с потребама и очекивањима туриста и гостију. Поред наведеног, дијељење података, њихово тумачење, анализа и објављивање, помоћи ће инвеститорима и доносиоцима прописа у сектору туризма при доношењу одлука и планирању.

Индикатори	Извори	Полазне вриједност и (година)	Циљне вриједности
Усвојена Стратегија развоја туризма ФБиХ	ФМОиТ	Не	Да
Усвојен Закон о туризму ФБиХ	ФМОиТ	Не	Да

#### **МЈЕРА 4.3. УСПОСТАВЉАЊЕ ПРИМЈЕНЕ ЕКОЛОШКИХ ПРИНЦИПА ОДРЖИВОСТИ У ТУРИЗМУ**

Одрживи туризам је „туризам који задовољава потребе садашњих посјетилаца и домаћинског региона, а да при томе штити и побољшава прилику за будућност“ (*UNWTO*). „Одрживи туризам заснован је на принципима одрживог развоја. Предлаже се као начин минимизирања негативних ефеката на локалне заједнице, изграђену баштину, крајолике, водне ресурсе, станишта и врсте живог свијета, а да притом подржава социјални и економски просперитет.“

Један од принципа одрживог развоја туризма је спремност да се препознају и уваже ограничења у погледу развоја туризма и протока посјетилаца.

Концепт прихватног капацитета у туризму предмет је којим се обично упућује на број туриста које неко мјесто може смјестити без штете по животну средину или домаћу популацију, односно без било каквог умањења задовољства код туриста. Идентификоване су различите врсте прихватног капацитета, укључујући:

- Еколошки капацитет: заснован на биолошким и ризичким факторима попут способности одређених врста биљака и животиња да поднесу узнемиравање;
- Социо-културни капацитет: одређен неприхватљивим утицајима по локалну заједницу или ограничењима због расположивости људских потенцијала;
- Психолошки капацитет: интензитет гужве коју туристи схватају као прихватљиву без учинка на квалитет њиховог искуства;
- Инфраструктурни капацитет: попут броја спаваћих соба или капацитета транспортних система или водоснабдијевања. Ово је можда елемент који се може најлакше мијењати у средњорочном до дугорочном периоду;
- Капацитет управљања: број туриста којим се може реално управљати у неком подручју, а да се притом не изазову економски и административни проблеми.

Планирање коришћења земљишта и контрола изградње од кључног су значаја за одрживост туризма, а утичу не само на сам развој туризма, него и на контролисање других видова развоја који би могли бити штетни по економску одрживост туризма у краткорочном и дугорочном периоду.

Потребно је довођење туристичких стратегија у везу с просторним плановима и плановима коришћења земљишта.<sup>21</sup>

Туризам заснован на заштићеним подручјима и природи велики је и растући дио економије многих земаља, па би требао бити и дио економије Федерације Босне и Херцеговине. Одрживи туризам унапређује и чува природну и културну баштину земље, те побољшава квалитет живота у Федерацији БиХ. Одрживост подразумева да ће развој туризма уравнотежити економску одрживост, очување животне средине и друштвене утицаје. Дугорочни успјех индустрије туризма могућ је ако власници предузећа и пружаоци туристичких услуга буду дјеловали као чувари животне средине и усвоје квалитетне праксе.

#### УВРШТАВАЊЕ ОДРЖИВОСТИ У РАЗВОЈ ТУРИЗМА У ФЕДЕРАЦИЈИ БИХ

Наши приоритети обухватају поштовање и добробит нашег народа, очување наше културе, као и очување наших историјских и природних добара. И док се придржавамо принципа одрживости, кључно је очувати наше ресурсе за будућу генерацију, а то је добро и за пословање.

##### **Принципи одрживости у туризму**

Принципи одрживости односе се на еколошке, економске и друштвено-културне аспекте развоја туризма, те се мора успоставити одговарајућа равнотежа између ове три димензије како би се гарантовала његова дугорочна одрживост. У складу с тим, одрживи туризам мора:

- поштовати друштвено-културну аутентичност заједница домаћина, очувати њихову изграђену и живу културну баштину и традиционалне вриједности и доприносити међукултуралном разумијевању и толеранцији;
- осигурати одрживе, дугорочне економске активности, чиме се пружају друштвено-економске користи свим заинтересованим странама, укључујући стабилно запошљавање и могућности остваривања зараде и социјалних услуга у заједницама домаћинима, те доприносити ублажавању сиромаштва;
- оптимално искористити еколошке ресурсе који представљају кључни елемент развоја туризма, одржавајући битне еколошке процесе и помажући очувању природне баштине и биолошке разноврсности.

У сектору туризма у Федерацији БиХ потребна је јаснија и добро спроведена заштита животне средине и одговарајућих еколошких прописа. Како би се заштитила највреднија туристичка добра Федерације БиХ, односно њена нетакнута природа, потребно је ревидирати и побољшати еколошко управљање сектором туризма и угоститељства како би се унаприједили:

- прикупљање информација о притисцима на животну средину, који произилазе из туристичких активности;
- пракса промовисања одговорног коришћења водених и енергетских ресурса;
- очување крхких екосистема и природног окружења проглашавањем нових заштићених подручја;

<sup>21</sup>Смјернице за одрживо планирање и развој туризма

- свођење отпада насталог кроз туристичке активности на најмању могућу мјеру;
- коришћење рециклираних или „зелених“ производа;
- смањење бацања хране;
- успостављање зона без пластике и промовисање еколошки прихватљивих пракси и ознака;
- промовисање сертификовања одрживости предузећа која се баве туризмом;
- смањење емисије угљеника и загађења.

***Детаљније о активностима:***

***Осигурати развој одрживог туризма у заштићеним и другим природним подручјима***

За развој туризма на одржив начин од пресудног је значаја осигурати заштиту природе и животне средине. Истраживања су показала да двије трећине туриста траже еколошки одрживије туристичке понуде, а за успјех БиХ и Федерације БиХ нужно је препознати да конкурентне дестинације активно раде на примјени одрживих пракси којима се привлачи увиђавније и захтјевније туристичко тржиште. Циљ је постићи репутацију најбољег производа у свакој класи туристичких производа којима се привлаче одговорни туристи, с већом платежном моћи.

Планови за нове хидроелектране могу умањити репутацију земље као природне дестинације. Изградња хидроелектрана без строгих процјена друштвеног, економског, естетског и еколошког утицаја могла би уништити природна добра која чине окосницу туристичке понуде Босне и Херцеговине. Исто тако, мора се узети у обзир издавање дозвола за изградњу туристичких апартмана, села или других пројеката како би се избјегао ризик уништавања природне љепоте или биодиверзитета, а посебно унутар или у близини заштићених подручја.

## **Увести принципе одрживости и сертификацију за туристичке дестинације и предузећа**

Сертификати о одрживом туризму показују одрживо пословање предузећа, дестинација и заштићених подручја и све више добијају на значају, а посебно због изазова које су донијеле климатске промјене, губитак биолошке разноликости и пандемија вируса „ковид-19“. Осим доприноса одрживости, туристичка предузећа са зеленим сертификатима могу остварити већи профит с обзиром на то да туристи све више бирају дестинације, смјештај и туристичка предузећа која посједују зелене и одрживе сертификате. Усвајањем система награда и сертификавања промовисале би се и подстакнуле одрживе активности у подручју туризма те би се побољшало брендирање дестинација и њихова привлачност. **Сертификација зеленог туризма** (*green shema*) пружиће фокус и образац предузећима и другим субјектима за јачање производа, те ће повећати њихову конкурентност на домаћем и међународном тржишту. Што се тиче нивоа дестинација, сертификовани производи ће ојачати конкурентност индустрије туризма и додати вриједност укупној понуди производа стварањем већег повјерења у производе ФБиХ међу посјетиоцима и туроператерима. Процесом сертификације акценат ће се ставити и на покретање центара за развој одрживих туристичких предузећа/група кластера, у складу с признатим стандардима квалитета.

Глобални савјет за одрживи туризам (ГСТЦ) даје јасне, међународно признате критеријуме и смјернице за развој на нивоу дестинације, као и на нивоу предузећа, и садржане су у цијелом овом документу. Сертификација у погледу ових критеријума може се промовисати као добра пракса којој индустрија туризма треба тежити, заједно с другим специјализованим сертификацијама за паркове природе, путничке агенције, субјекте који се баве авантуристичким туризмом и смјештајне капацитете.

**Развијати Зелене шеме Босне и Херцеговине (Програм одрживог развоја туризма).** Кључни стратешки циљ ове шеме је увођење одрживих модела у сектор туризма БиХ, како у туристичкој индустрији, тако и у дестинацијама. Сви циљеви из стратешких смјерница су усклађени с одрживим развојем и показују бригу за привредно, друштвено, културно и природно окружење. Шема обухвата сертификацију

### **ПРЕПОРУКЕ ЗА СЕРТИФИКАЦИЈУ У ОБЛАСТИ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА**

*Travelife* је водећи свјетски програм одрживости посебно осмишљен за туристичке агенције с више од 500 чланова из 80 земаља са свих континената.

- **Travelife за туристичке агенције** пружа интегрисан скуп обука, најбољих пракси, инструмената спровођења и алата за процјену пружалаца услуга, што води сертификацији.
- **Travelife за хотеле и друге смјештајне јединице** је међународни програм сертификације који помаже својим члановима да смање трошкове и побољшају еколошке, друштвене и економске утицаје увођењем промјена у пословне процесе.

**Екокамповање** за кампове због своје продајне мреже

**HI Q&S** за хостеле

**Стандард зелених дестинација (ГДС)** за дестинације

**Evropska povelja za održivi turizam** у заштићеним подручјима ЕУРОПАЦ Федерације заштићених подручја

дестинација, заштићених подручја, плажа, смјештајних капацитета, путничких агенција и туроператера, атракција и ресторана.

Надоградња стандарда може ићи у правцу развоја модула посвећеним гастрономији који ће бити понуђен БиХ дестинацијама које учествују у програму у складу с критеријумима Европског гастрономске регије 2021. године.

Зелена шема Босне и Херцеговине (ЗШБиХ) би требала прерасти у средство за:

I) развој одрживог туризма на нивоу цијеле земље, и

II) сертификациони програм с припадајућим брендом.

Потребно је развијање оперативног модела у координацији с Министарством вањске трговине и економских односа БиХ и осталим релевантним институцијама у БиХ како би модел био успјешан (или изводљив).

#### Предности ГСТЦ критеријума за развој индустрије туризма

ГСТЦ критеријуми пружају основне смјернице за већу одрживост предузећа у области туризма свих величина, те за пружање помоћи дестинацијама, владама и другим заинтересованим странама у изради програма за одрживи туризам. ГСТЦ критеријуми су досљедни *UNWTO*-овој дефиницији одрживог туризма као туризма који би требао:

- оптимално искористити еколошке ресурсе који представљају кључни елемент у развоју туризма, одржавајући битне еколошке процесе и помажући очувању природних ресурса и биолошке разноликости;
- поштовати друштвено-културну аутентичност заједница домаћина, очувати њихову изграђену и живу културну баштину и традиционалне вриједности и доприносијети међукултуралном разумијевању и толеранцији;
- осигурати одрживе, дугорочне економске активности, чиме се пружају и правично дођељују друштвено-економске користи свим актерима, укључујући стабилно запошљавање и могућности остваривања зараде и социјалних услуга у заједницама домаћинима, те доприносити ублажавању сиромаштва;
- захтијевати информисано учешће свих релевантних актера, као и снажно политичко вођство како би се осигурало шире учешће и постизање консензуса. Постизање одрживог туризма је сталан процес и захтијева стално праћење утицаја, те увођење неопходних превентивних и/или корективних Мјера кад год је то потребно;
- одржавати висок ниво задовољства туриста и туристима пружити значајно искуство, подићи њихову свијест о питањима одрживости, те међу њима промовисати одрживу туристичку праксу.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (година)	Циљна вриједност
Одрживост животне средине	WEF	4,3 (2019)	5
Број сертифицираних субјеката	ФМОиТ	0	10



#### **МЈЕРА 4.4. ПОВЕЋАЊЕ ОБИМА ИНВЕСТИЦИЈА И УНАПРЕЂЕЊЕ ПРИСТУПА ФИНАНСИЈАМА**

Улагања у туристичку инфраструктуру, производе и искуства, развој људских ресурса у туризму и маркетинг пријекто су потребни за динамичан сектор туризма. Приоритетне области за улагања требале би укључивати иницијативе које додају вриједност и подржавају диверзификацију туристичке понуде ФБиХ. Будући да већину предузећа у подручју туризма чине микро, мала и средња предузећа (ММСП), треба израдити програме подршке како би им се помогло у приступу финансијама за покретање, али и раст пословања. У многим случајевима ММСП-ови, међутим, имају потешкоћа у приступу капиталу за финансирање покретања и раста предузећа или обртном капиталу. Приступ финансијама посебно је отежан женама које често имају мање приступа колатералу, а банке управо предузетницама чешће траже колатерал него предузетницима.

Банке овај сектор сматрају ризичним и захтијевају високе гаранције. Осим недовољне спремности, банкама недостају и довољне техничке способности или свијест да пружају адекватне услуге овом сектору, па се стога фокусирају само на мали дио великих предузећа, често у власништву улагача с приходима из других индустрија. Заинтересоване стране у туризму указале су на потребу за посебном подршком, потребно је реализовати активности попут:

- промоција постојећих Владиних гарантних програма, односно фондова намијењених сектору туризма ради свођења ризика кредитних институција на најмањи ниво. Развојна банка Федерације БиХ већ има гарантни програм који је у великој мјери неискоришћен. Требала би се направити посебна линија за сектор туризма;
- давање субвенција за убрзање улагања и промоцију расположивих подстицаја на федералном и кантоналном нивоу путем *онлајн* портала, као и путем регионалних и локалних развојних организација;
- изградња капацитета ММСП-ова за припрему успјешнијих захтјева за добијање финансијских средстава и подстицање банака да омогуће лакше кредитирање сектору туризма.

У оквиру ове мјере препоручују се и сљедеће активности:

##### ***Сачинити листу приоритетних могућности за улагање и израда плана промоције улагања***

- израдити мастер план за потребе улагања у туризам на цијелој територији ФБиХ током овог стратешког периода којим ће се показати могућности улагања у одмаралишта, смјештаје, ресторане и искуства посјетилаца (као што су ски-центри, авантуристички паркови, забава и малопродајни центри) на кантоналном нивоу;
- сачинити детаљан списак расположивих могућности улагања у туризам, у које су институције јавног сектора спремне инвестирати, како би се кроз јавно-приватна партнерства привукли инвеститори из приватног сектора;
- креирати водич за улагања намијењен потенцијалним инвеститорима, у којем ће се навести прописи и кораци везани за регистрацију

предузећа и добијање дозвола на федералном, кантоналном и општинском нивоу, а који ће бити доступан путем интернета;

- сачинити план промоције улагања за привлачење домаћих и страних инвеститора и организовати инвестиционе кампање у приоритетним секторима и циљним земљама, као и оне намијењене дијаспори, које ће се спроводити у партнерству с Агенцијом за промоцију страних инвестиција (ФИПА), Спољнотрговинском комором, Привредном комором и амбасадама БиХ у иностранству у партнерству с приватним сектором;
- кроз вјерски и халал туризам привлачење инвеститора у вјерски и халал туризам и друге индустријске гране у ФБиХ.

### **Унаприједити сарадњу с дијаспором с циљем улагања у туризам**

Истраживања показују да је туризам један од најатрактивнијих сектора за улагање за бх. дијаспору. За привлачење улагања у сектор туризма требају се предузети сљедеће активности:

81% испитаника сматра да је сектор туризма у БиХ атрактиван за улагања, док је 16% испитаника већ уложило у БиХ.  
Извор: IZVJESTAJ-Uloga-i-potencijal-iseljenistva-u-razvoju-turizma-u-BiH-.pdf (mhrr.gov.ba)

- утврдити потенцијалне инвеститоре из дијаспоре;
- спровести информативне кампање преко организација дијаспоре и амбасада, у циљу промоције улагања у туризам у БиХ;
- организовати годишњу инвестициону конференцију дијаспоре у ФБиХ, као и теренске посјете различитим кантонима да би се показале могућности улагања широм ФБиХ;
- пружити помоћ инвеститорима путем *one stop shop*-а, с циљем олакшавања процеса регистрације и добијања дозвола.

### **Олакшати јавно-приватна партнерства ради реализације улагања**

За унапређење постојећих туристичких добара и инфраструктуре потребна су значајна финансијска улагања и пословне вјештине да се њима успјешно управља на један одржив и профитабилан начин. Уз велика улагања, владе на федералном, кантоналном или општинском нивоу у ФБиХ ће се и даље суочавати с потешкоћама у коришћењу ових добара у смислу њихових максималних туристичких потенцијала. Овом стратегијом се настоји мобилисати капитал приватног сектора и иновације у управљању за увођење нових или побољшање постојећих пракси управљања добрима

Овом стратегијом настоји се мобилисати капитал приватног сектора и иновације у управљању за увођење нових или побољшање постојећих пракси управљања добрима

и иновације у управљању за увођење нових или побољшање постојећих пракси управљања добрима у јавном власништву. Већина туристичких добара у јавном власништву којима и управља јавни сектор спадају у категорије природних и културних добара (као што је тврђава Сребреник, Жута табија) или се налазе у подручјима природе (као што је Национални парк "Уна"). Осим недостатка капитала и стручности за управљање туристичким добрима у јавном сектору, двосмисленост политика које се односе на јавно-приватна партнерства додатно усложњава постојеће стање. Надаље, иако је Агенција за промоцију страних инвестиција (ФИПА) заинтересована за промоцију улагања у туризам, недостају јој

буџетска средства или због застарјелог модела маркетинга нема капацитета да допре до потенцијалних инвеститора. Током периода стратегије требале би се спровести сљедеће активности:

- процијенити и осигурати постојање подстицајног правног и регулаторног оквира на различитим нивоима власти, како би се јавно-приватна партнерства омогућила и ускладила између кантона и ФБиХ;
- процијенити институционалне капацитете владиних агенција да користе различите моделе јавно-приватног партнерства ради комерцијализације туристичких добара у јавном власништву;
- утврдити потенцијална добра у јавном власништву за могуће договоре о јавно-приватним партнерствима у сектору туризма у цијелој ФБиХ;
- изградити капацитет различитих власти у областима формулације, јавног надметања и склапања потенцијалних уговора о јавно-приватним партнерствима у сектору туризма (концесије, најмови, итд);
- обавијестити стране и домаће инвеститоре о могућностима улагања у добра у јавном власништву и олакшати реализацију улагања;
- осигурати да свако улагање у добра у јавном власништву прати одговарајућу процјену еколошког и друштвеног утицаја, као и услове очувања културних и природних добара.

**За унапређење приступа финансирању, предлажу се сљедеће активности:**

***Ревидирати, унаприједити и проширити расположиве програме грантова и субвенција које финансира Влада***

Различите власти у ФБиХ дају грантове и субвенције за које предузетници из сектора туризма или потенцијални инвеститори не знају или их не разумију. Требало би на транспарентан начин промовисати ове подстицаје, који се требају пласирати ради остваривања конкретних циљева развоја туризма повезаних с федералним и кантоналним стратегијама кроз годишње планове. За остварење тога, предлажу се сљедеће активности:

- припремити годишњи водич расположивих фискалних подстицаја или грантова које дају сви ниво власти и објављивати их на једном мјесту;
- сваки ниво власти у Федерацији БиХ треба везати подстицаје и грантове које даје с јасним програмом креирања нових и побољшања постојећих туристичких искустава или промоције дестинације;
- размотрити могућност давања подстицаја авиокомпанијама с федералног или кантоналног нивоа, како би се повећао број авиолинија с аеродрома у ФБиХ.

***Искористити постојећи кредитно-гарантни фонд за јачу подршку микро, малим и средњим предузећима у туризму***

Постоји потреба за ублажавањем несклоности банака преузимању ризика када се ради о сектору туризма. Кредитне институције често виде индустрију туризма као високо ризичну, што доводи до тога да се уздржавају од давања кредита туристичким предузећима. Додатно отежавајући изазов за туристичка предузећа је и чињеница да бројна предузећа из сектора туризма немају довољно материјалне имовине, па

је због тога потребан један нови, креативан кредитни производ или рјешење за кредитне гаранције. Развојна банка ФБиХ има општу кредитну линију, која је у великој мјери неискоришћена, али нема посебних производа који су конкретно намијењени индустрији туризма. С циљем подстицања развоја туристичког предузетништва, **Развојна банка ФБиХ треба направити програме кредитних гаранција намијењене улагањима и предузећима из сектора туризма**, укључујући и оне намијењене за обртни капитал, како би се прије свега ублажили услови у погледу колатерала, али и ризик улагања у покретање и рану фазу развоја предузећа.

**Олакшати приступ финансијским средствима за микро, мала и средња предузећа кроз изградњу капацитета**

Микро, мала и средња предузећа из сектора туризма у великом броју случајева немају знања или неопходне вјештине да на адекватан начин представе своје пословне идеје и припреме квалитетне и исплативе захтјеве према банкама. Предузећа и банке требају разумјети једни друге. Према томе, требало би спровести сљедеће активности:

- проширити знања и побољшати вјештине туристичких предузећа, посебно жена предузетница, руралних бизниса и маргинализованих група, за представљање за банке прихватљивих захтјева за добијање кредита, што се може постићи кроз услуге развоја пословања које могу пружати владе или регионалне развојне организације;
- подићи свијест кредитних службеника банака о потенцијалу за раст и посебним одликама индустрије туризма, како би се повећала вјероватноћа правичног и исправног доношења одлука о давању кредита;
- одржавати *онлајн* финансијски директоријум кредита и подстицаја расположивих у цијелој ФБиХ који ће водити приватни сектор и владине организације, како би се допрло до већег броја субјеката.

Циљеви *онлајн* финансијског директоријума:

- Помоћи власницима туристичких предузећа и потенцијалним инвеститорима у сектор туризма да разумију потребе и услове банкарских и небанкарских финансијских институција.
- Објаснити услове различитих финансијских институција, укључујући документацију потребну за добијање финансијских средства.
- На једном мјесту ставити предузећима из сектора туризма БиХ на располагање релевантне изворе финансирања, укључујући зајмове и кредите од банака, као и грантове, субвенције и подстицаје.
- ММСП-овима дати могућност преузимања урнека пословних планова и финансијских пројеката и тако им помоћи у планирању пословања и припреми захтјева за добијање кредита.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (година)	Циљна вриједност
Укупне инвестиције у сектору туризма (ФИА ФБиХ)	ФИА		
Број новорегистрованих фирми у туристичком сектору (основаних од м/ж)	ФИА		

## МЈЕРА 4.5. ПОДИЗАЊЕ СВИЈЕСТИ О ВАЖНОСТИ ТУРИЗМА

Туризам је мултидисциплинаран и захтијева сарадњу из области транспорта, природних ресурса, пољопривреде, шумарства, као и других одјељења и агенција. Доминантан ефекат политичких одлука без консултација с актерима из туризма може довести до слабог развоја, неадекватног приступа ваздушним и копненим путевима, угрожавања природних и културних добара и прекомјерне регулације, а све то има велики утицај на туризам.

Да би се утицало на промјене понашања јавности у погледу вриједности туризма и његових користи потребна је опсежна, одржива и добро координисана кампања међу различитим циљним групама. Међутим, промјена понашања и става је дуготрајан процес који захтијева трајно и интензивно дјеловање усмјерено на промјену мишљења уз поштовање локалних вриједности. Препознајући овај изазов и претварајући га у прилику, ФБиХ би требала спровести свеобухватну кампању подизања свијести о туризму усмјерену на родитеље, наставнике, лидере у заједници, креаторе прописа и ученике.

### Циљеви кампање подизања свијести о туризму

- Створити подстицајно окружење за одрживи развој туризма у ФБиХ.
- Подстаћи локалну подршку и интерес за индустрију туризма креатора прописа и чланова заједнице.
- Изградити позитивне ставове и дјеловање власника туристичких производа, пружалаца туристичких услуга и радника на свим нивоима у циљу побољшања квалитета услуга и промоције предузетничке дјелатности.
- Образовати и информисати креаторе прописа у ФБиХ и јавност о економским предностима које туризам доноси.
- Укључити грађане у најбоље праксе заштите природних и културних добара.
- Промовисати одрживо коришћење туристичких локалитета од стране посјетилаца, укључујући очување вода, принцип **Не остављај траг** и поштовање локација културне баштине.
- Повећати капацитете радника у индустрији за пружање услуга на свјетском нивоу.
- Промовисати најбољу праксу заштите животне средине међу менаџерима, супервизорима и радницима у туризму и угоститељству, укључујући смјештај, транспорт и прехранбену индустрију.
- Увести и подићи свијест о инклузивној туристичкој пракси у областима родне равноправности и инклузије особа с инвалидитетом.

### **Осмислити и спровести кампању подизања свијести јавности**

- Спровести кампању подизања свијести о вриједности индустрије туризма усмјерену на јавни сектор и креаторе прописа.
- Спровести кампању подизања свијести о вриједности и предностима бављења туристичком дјелатношћу усмјерену на локалну заједницу и учеснике у сектору туризма.
- Спровести опсежно истраживање јавности о ставовима према туризму.
- Покренути свеобухватну кампању подизања свијести ради подстицања одрживих пракси пружалаца туристичких услуга с посебним освртом на инклузивне праксе, на нивоу цијелог ентитета.
- Повећати ниво свијести јавности у области заштите природе.

## Спровођење кампање за дизање свијести о туризму

- Спровести истраживање за подизање подизање свијести и ставова према туризму. Основно истраживање потребно је за оцјену ставова према туризму и туристима (домаћим и страним), као и склоност прихватању каријере или пословних могућности у овој индустрији. Ово ће истраживање унаприједити планирање и пружити садржај за осмишљавање порука и кампања заснованих на чињеницама и усмјерених на људе. Истраживање се може повремено понављати ради оцјене промјене до које је дошло.
- Спровести кампању подизања свијести јавности у цијелој ФБиХ ради промоције одрживих пракси у туризму с посебним нагласком на инклузивне праксе. Шарм, великодушност и дух добродошлице становника ФБиХ, и БиХ уопштено, једно су од њених најважнијих добара. Њихова историја на овом подручју и богатство природе основа су на којој се гради наш културни туризам. Ипак, само је мали број људи из ФБиХ укључен у индустрију туризма или имају користи од ње као власници предузећа, запосленици или пружаоци туристичких искустава. Међу њима, локални субјекти који уводе нове одрживе и иновативне праксе представљају примјер појединцима који планирају или започињу радити у туризму.
- Повећати ниво свијести јавности у области заштите природе. Једна од главних препрека очувању природе у земљи је распрострањен недостатак свијести међу становништвом о питањима биолошке разноликости и заштити природе. Конкретно, знање и свијест о заштити природе, вриједностима заштићених подручја, као и одрживој употреби ресурса, прилично су ограничени. У неким дијеловима земље још увијек постоји мишљење да је свака активност унутар заштићених подручја забрањена. Стога је општи отпор према успостављању нових заштићених подручја и даље снажан међу локалним заједницама. Осим тога, нема довољно свијести о вриједностима заштићених подручја и услугама екосистема које она пружају.
- Потребно је спровести активности на спречавању илегалног одлагања отпада кроз спровођење кампања подизања свијести јавности о одговарајућим поступцима управљања отпадом, одвојеном прикупљању отпада, рециклирању и негативним утицајима нелегалних депонија на здравље људи, животну средину и биолошку разноликост.

### Илустративна кампања подизања свијести за креаторе прописа

Посебна кампања за подизање свијести мора бити усмјерена на креаторе јавног мњења и прописа, како би се осигурало да захтјеви за реформу политике имају приоритет и да се ефикасно рјешавају. Ова ће се кампања залагати за довољна Владина улагања у развој и маркетинг туризма кроз побољшање подстицајног окружења за раст индустрије туризма. Ове се кампање могу организовати у облику периодичних форума за информисање креатора прописа, као што су различита министарства, Удружење општина и друге заинтересоване стране, о најновијим приоритетима, плановима, статистикама и трендовима у сектору туризма.

- Потребно је да Министарства у области комуналне привреде развијају најбоље моделе реформе комуналних предузећа, која ће увести систем сортирања и рециклаже отпада.

Индикатор	Извор	Полазна вриједност (година)	Циљна вриједност
Пословно окружење	WEF <sup>22</sup>	3,4 (2019)	4,5
Број покренутих кампања о подизању свијести о значају туризма	Кантони, ТЗ, ФМОиТ	0 (2021)	3

## VIII СПРОВОЂЕЊЕ, ПРАЋЕЊЕ, ИЗВЈЕШТАВАЊЕ И ЕВАЛУАЦИЈА СТРАТЕГИЈЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА

### VII.1. Координација спровођења

За координацију спровођења Стратегије развоја туризма Федерације БиХ за период 2022-2027. године одговорно је Федерално министарство животне средине и туризма, у сарадњи с кантонима и општинама, као и другим министарствима на ентитетском нивоу. Координација спровођења Стратегије укључује слjedeће активности:

- израда и редовно ажурирање трогодишњег плана за спровођење мјера, уз учешће носилаца спровођења мјера и учесника у спровођењу мјера;
  - израда годишњег плана за спровођење мјера;
- Повезивање трогодишњих планова рада и ДОБ-а и укључивање трошкова за имплементацију планираних мјера у Документ оквирног буџета Федерације БиХ, годишњег буџета у ФБиХ;
- Планирање и укључивање релевантних пројеката у трогодишње планове рада и њихова имплементација кроз Програм јавних инвестиција у ФБиХ
  - комуникација с представницима међународних пројеката, институција Федерације БиХ, кантона и општина, банака и осталих организација и институција у вези с координацијом финансијске и техничке подршке за спровођење одговарајућих мјера и пројеката;
  - припрема и примјена система и инструмената за мониторинг и извјештавање о Стратегији, у координацији с носиоцима мјера;

Као дио имплементационог оквира у Прилогу 1 се налази и индикативни финансијски оквир. Индикативни финансијски оквир представља само индикативни оквир средстава потребних за потпуну имплементацију Стратегије, у исто вријеме не представља обавезу за издвајање средстава за имплементацију, јер се имплементација врши кроз припрему трогодишњих и годишњих планова рада, документа оквирног буџета, годишњег буџета, Програма јавних инвестиција. Није наведено колико ће средстава бити оквирно потребно из буџета, јер то зависи од доступних средстава у различитим изворима како буџетским тако ванбуџетским.

<sup>22</sup> WEF – Свјетски економски форум (2019)



Поред Министарства, истакнута је и улога осталих институција ФБиХ у спровођењу Стратегије, као и партнера из приватног сектора и академске заједнице.

## VII.2. Праћење, извјештавање и евалуација

Праћење служи за систематично и срално прикупљање, анализирање и коришћење података и индикатора ради мјерења напретка имплементације Мјера, приоритета и циљева, у сврху извјештавања о спровођењу Стратегије и предузимања одговарајућих мјера ради евентуалних корекција.

### Плам праћења

Активност	Временски оквир	Носилац активности	Резултат активности
Почетна вриједност индикатора за 2019-2021	Друга половина 2022.	ФМОиТ	Одређене почетне вриједности индикатора за 2019. (2020), уз могућност измјене вриједности циљева
Праћење спровођења и утицаја појединачних активности и пројеката у оквиру мјера и приоритета	Полугодишње и у оквиру састанака носилаца спровођења мјера, с носиоцима пројеката	Носиоци спровођења мјера с носиоцима пројеката	Извјештај о спровођењу појединачних пројеката (према унапријед договореној форми)
Праћење спровођења и утицаја појединачних активности и пројеката у оквиру мјера и приоритета	Годишње	Носиоци спровођења мјера и ФМОиТ	Припремљени улазни елементи за извјештај о реализацији Стратегије
Праћење спровођења активности, пројеката и резултата	Годишње	ФМОиТ	Извјештај о имплементацији секторске стратегије до краја јуна сваке године за претходну годину.

Посебан изазов могу представљати информације о спровођењу пројеката који су финансирани из различитих извора и реализовани од организација које нису директно ангажоване по основу спровођења Стратегије, али чије активности утичу на стратешке циљеве. Због тога је потребна редовна



размјена информација о спровођењу пројеката са ширим кругом субјеката.

Евалуација се ради са циљем утврђивања степена спровођења Стратегије, те ефективности и ефикасности планираних мјера и приоритета према дефинисаним циљевима и индикаторима, као и сумирање резултата и обезбјеђивање улазних елемената за стратешки документ за наредни плански период.

Систем мониторинга и евалуације који ће обухватити све циљеве, приоритете и мјере ће се постепено изградити, на основу чега ће бити извршена *ex-ante* и евалуација у току као обавезне, а по потреби може се урадити и средњорочна евалуација или ревизија на средини очекиваног имплементацијског периода или у 2024. години.

Систем ће обухватити сљедеће инструменте и алате који олакшавају и убрзавају процес мониторинга и евалуације:

- Развој и израда интерактивне базе података за мониторинг и евалуацију Стратегије;
- Развој инструмената за мониторинг и евалуацију за изабране мјере;
- Изградња капацитета Федералног министарства животне средине и туризма и носилаца спровођења мјера за примјену система и инструмената праћења и евалуације и припрему извјештаја о реализацији Стратегије.

### План евалуације

У складу с важећим законским оквиром Законом о развојном планирању и Уредби о евалуацији стратешких докумената у ФБиХ припремљен је план спровођења евалуација. План евалуације подразумијева спровођење „претходне“ и „средњорочних“ евалуација. Главни циљ претходне евалуације је да унаприједи имплементабилност Стратегије кроз евалуацију релевантности, кохерентности, усклађености с правним оквиром за припрему стратешких докумената у ФБиХ, усклађености циља, приоритета и мјера интерно и екстерно с релевантним оквиром и потребама друштва, као и да процјени релевантност индикатора. Прва претходна или *ex ante* евалуација је спроведена у склопу припреме документа у периоду мај/јуни 2022. г. Закључци и препоруке ове евалуације су узети у обзир приликом припреме финалног нацрта овог документа.

Активности	Временски оквир
<i>Ex ante</i> евалуација	У 2022
Обавезна евалуација у току/средњорочна евалуација	У предзадњој години имплементације 2026. године
Могућа евалуација у току/средњорочна евалуација или ревизија Стратегије с циљем ажурирања документа	2024

Законски оквир предвиђа и обавезну „у току“ евалуацију у претпоследњој години имплементације с циљем провјере реализације зацртаних циљева, приоритета и мјера, њихове релевантности, ефективности, ефикасности, одрживости и утицаја. Ова евалуација служи и као основа и улазни елемент за израду сљедећег планског документа у области туризма.

Поред наведених обавезних евалуација, могуће је да се уради и евалуација „у току“ у 2024. г. како би се утврдила релевантност, ефективност и ефикасност предложених мјера и активности, те се урадило ажурирање и усклађивање са новонасталим потребама. Приједлог за израду ове евалуације је половина 2024.г. након припреме мониторинг извјештаја.

## IX ПРИЛОЗИ

### ПРИЛОГ 1) ИНДИКАТИВНИ ФИНАНСИЈСКИ ОКВИР <sup>23</sup>

ИНДИКАТИВНИ ФИНАНСИЈСКИ ОКВИР (Мил)					
ЗА ПЕРИОД ВАЖЕЊА СТРАТЕШКОГ ДОКУМЕНТА					
Ознака стратешког циља, приоритета и мјере	Структура	Укупно	Буџет институције	Остали извори	
	Финансирања	(КМ)	(КМ)		
	(u %)*				
	<b>1. Приоритет Развој туристичких производа</b>	63,13%	59,5		
1.1. Мјера Проширење понуде смјештајних капацитета	31,83%	30			
1.2. Мјера Искоришћавање главних туристичких ресурса у ФБиХ	2,12%	2			
1.3. Мјера Трансформисање и промовисање музеја као истакнутих доживљаје културе	5,31%	5			
1.4. Мјера Развијање и диверсификовање авантуристичких производе и искуства	2,65%	2,5			
1.5 Мјера Развијање и диверсификовање понуде бањског и љечилишног туризма	5,31%	5			

<sup>23</sup> Индикативни финансијски оквир представља само индикативни оквир средстава потребних за потпуну имплементацију Стратегије, у исто вријеме не представља обавезу за издвајање средства за имплементацију, јер се имплементација врши кроз припрему трогодишњих и годишњих планова рада, документа оквирног буџета, годишњег буџета, Програма јавних инвестиција. Није наведено колико ће средстава бити оквирно потребно из буџета, јер у овом тренутку не располажемо таквом информацијом. Имплементација зависи од доступних средстава у различитим изворима, како буџетским, тако ванбуџетским.

1.6. Мјера Развијање разноврсних производа и осмишљавање искустава у оквиру руралног туризма	2,65%	2,5			
1.7. Мјера Побољшавање понуде засноване на вјерским искуствима и доживљајима	0,53%	0,5			
1.8. Мјера Побољшавање привлачности дестинације кроз интеграцију аутентичне гастрономске, винске и занатлијске понуде у туристички ланац вриједности	4,77%	4,5			
1.9. Мјера Искоришћавање понуде догађаја и манифестација	7,96%	7,5			
<b>2. Приоритет Развој дестинацијског маркетинга</b>	22,65%	21,35			
2.1. Мјера Повећање привлачности дестинације	3,98%	3,75			
2.2. Мјера Повећање потражње и потрошње	1,17%	1,1			
2.3. Мјера Равномјеран туристички развој и смањење сезоналности	9,02%	8,5			
2.4. Дигитализација сектора туризма	8,49%	8			
<b>3. Приоритет Развој људских ресурса</b>	4,77%	4,5			
3.1. Мјера Повећање броја квалификованих кадрова кроз обуку и образовање	1,59%	1,5			

3.2. Мјера Усавршавање постојећих кадрова путем формалног и неформалног образовања и обуке на радном мјесту	3,18%	3			
<b>4. Приоритет Унапређење подстицајног окружења за развој одрживог туризма</b>	9,44%	8,9			
4.1. Мјера Побољшање приступачности, могућности превоза и услуге посјетиоцима, те развијање модерне туристичке инфраструктуре	5,31%	5	ФМОИТ, Федерално министарство саобраћаја и веза, кантонална министарства туризма кантоналне туристичке заједнице, аеродроми у ФБиХ		
4.2. Мјера Унапређење правног и регулаторног оквира како би се омогућила конкурентност индустрије туризма и одрживи раст и креирала политика заснована на квалитетним подацима (статистика, истраживање и анализа података)	0,64%	0,6			
4.3. Мјера Успостављање примјене еколошких принципа одрживости у туризму	1,27%	1,2			
4.4. Мјера Повећање обима инвестиција и унапређење приступа финансијама	1,91%	1,8			

4.5. Мјера Подизање свијести о важности туризма	0,32%	0,3			
<b>Укупно из стратешког документа**</b>	<b>100,00%</b>	<b>94,25</b>			

ПРИЛОГ 2) САЖЕТИ ПРЕГЛЕД СТРАТЕШКОГ ДОКУМЕНТА

Ознака стратешког циља, приоритета и мјере	Индикатори	Полазне вриједности индикатора	Циљне вриједности индикатора 2027
<b>Стратешки циљ: Убрзан раст и развој сектора туризма</b>	1. Бруто додата вриједност <sup>24</sup> Дјелатности пружања смјештаја те припреме и услуживања хране (хотелијерство и угоститељство) Сталне цијене 2. Нето пословни вишак/Мјешовити доходак	1. 376 мил. 2. 69.6 мил.	1. 770 мил. 2. 145 мил.
<b>1. Приоритет Развој туристичких производа</b>	Број ноћења	2.380.000	3.094.000
1.1. Мјера Проширење понуде смјештајних капацитета	1. Број смјештајних јединица с 4 и 5 звјездица 2. Уведени стандарди квалитета за рурални смјештај 3. Број регистрованих руралних смјештајних јединица	1. 10 500 (2021) 2. Не 3. 50>	1. 14 000 2. Да 3. 300
1.2. Мјера Искоришћавање главних туристичких ресурса у ФБиХ	1. Инфраструктура за сервисирање посјетитеља (WEF индикатор1)	1. 3,9 (2019)	1. 4,5
1.3. Мјера Трансформисање и промовисање музеја као истакнутих доживљаје културе	1. Број посјетилаца музејима 2. Број развијених нових модела управљања	Н/А	+25%
1.4. Мјера Развијање и диверсификовање авантуристичке производе и искуства	1. Директно подржан развој или увођење нових авантуристичких искустава 2. Подржано усвајање међународних стандарда за авантуристичка искуства (рафтинг,	0 0 0	50 5 10

<sup>24</sup>Рачун производње по областима 2020 коначни подаци Федерација БиХ, Федерални завод за статистику

	планинарење) на нивоу организација 3. Подржан развој нових или унапређење постојећих стаза релевантних за авантуристички туризам		
1.5. Мјера Развијање и диверсификовање понуде бањског и љечилишног туризма	1. Попуњеност капацитета бања и љечилишта, на годишњем нивоу (%) 2. Категоризација бања на бази релевантних међународних стандарда	75% Не	85% Да
1.6. Мјера Развијање разноврсних производа и осмишљавање искустава у оквиру руралног туризма	1. Број створених нових руралних производа и искустава 2. Број и износ подржаних манифестација		
1.7. Мјера Побољшавање понуде засноване на вјерским искуствима и доживљајима	1. Повећан број туристичких програма из вјерског туризма. 2. Повећан број туристичких дестинација сертификованих са халал/кошер или сличним стандардом 3. Повећан број објеката фокусиран на халал/кошер нишу		
1.8. Мјера Побољшавање привлачности дестинације кроз интеграцију аутентичне гастрономске, винске и занатлијске понуде у туристички ланац вриједности	1. Повећан број тематских ресторана 2. Број одржаних тематских радионица и манифестација	10	20
1.9. Мјера Искоришћавање понуде догађаја и манифестација	1. Креиран <i>онлајн</i> директоријум категоризованих догађаја 2. Број посјетиоца фестивала 3. Број културних догађаја и манифестација (фестивала)	Не	Да



<b>2. Приоритет Развој дестинацијског маркетинга</b>	1. Број долазака туриста 2. Просјечно трајање посјете	1.227.000 2	1.595.000 2.7
2.1. Мјера Повећање привлачности дестинације	1. Основана Туристичка Заједница ФБиХ	Не	Да
2.2. Мјера Повећање потражње и потрошње	1. Потрошња туриста 2. Број организованих долазака туриста	2.089,8 мил КМ	Повећати 30% Да
2.3. Мјера Равномјеран туристички развој и смањење сезоналности	1. Број промотивних активности у оквиру програма „Најљепша села у ФБиХ“ 2. Број посјета сеп-март/март-септ	Дефинисати	
2.4 Дигитализација сектора туризма	1. Број успостављених канала на друштвеним мрежама 2. Број одржаних радионица на тему дигиталног маркетинга у туризму	Дефинисати	
<b>3. Приоритет Развој људских ресурса</b>			
3.1. Мјера Повећање броја квалификованих кадрова кроз обуку и образовање	1. Број нових радних мјеста у туризму и угоститељству (м/ж) 2. Број менаџера људских ресурса који су завршили релевантне програме изградње капацитета (м/ж) 3. Повећан фонд практичне наставе код послодаваца за: - средњошколске стручне програме - универзитетске програме	24.511 (2020) 0 КМ Не	36.721(2027) Дефинисати Да
3.2. Мјера Усавршавање постојећих кадрова путем формалног и неформалног образовања и обуке на радном мјесту	1. Модернизовани наставни планови и програми усвојени и почела њихова примјена у школама, универзитетима 2. Апликација за сертификат <i>UNWTO TedQual</i> за	0 (2022) 0 0 (2022) Не 0 (2022) 0	10 (2027) Да 800 Да 1000 (2027) 60

	<p>универзитетске програме</p> <p>3. Број запослених који су прошли кратке курсеве (м/ж)</p> <p>4. Инициран програм <i>Путеви ка професионализацији</i> (Д/Н)</p> <p>5. Број запослених чије су вјештине усавршене уз рад примјеном програма</p> <p>6. Путеве ка професионализацији (м/ж)</p> <p>7. Број нових, обучених туристичких водича (м/ж)</p>		
<b>4. Приоритет Унапређење подстицајног окружења за развој одрживог туризма</b>	1. Инфраструктура за сервисирање посјетилаца ( <i>WEF</i> индикатор <sup>1</sup> )	3,9 (2019)	4,5
4.1. Мјера Побољшавање приступачности, могућности превоза и услуга посјетиоцима, те развијање модерне туристичке инфраструктуре	<p>1. Обим ваздушног саобраћаја у ФБиХ</p> <p>2. Број летова у ФБиХ</p> <p>3. Инфраструктура за ваздушни приступ (број путника, број летова, итд) (<i>WEF</i> индикатор)</p> <p>4. Инфраструктура копненог пријевоза (<i>WEF</i> индикатор)</p>	<p>1,769,596 (2019)</p> <p>15,410 (2019)</p> <p>2,0 (2019)</p> <p>2,4 (2019)</p>	<p>+20%</p> <p>-</p> <p>2,2</p> <p>3,0</p>
4.2. Мјера Унапређење правног и регулаторног оквира како би се омогућила конкурентност индустрије туризма и одрживи раст и креирала политика заснована на квалитетним подацима (статистика, истраживање и анализа података)	<p>1. Усвојена Стратегија развоја туризма ФБиХ за период 2022-2027,</p> <p>2. Донесен Закон о туризму ФБиХ</p>	Не Не	Да Да
4.3. Мјера Успостављање примјене еколошких принципа одрживости у туризму	<p>1. Одрживост животне средине</p> <p>2. Број сертифицираних субјеката</p>	4,3 (2019) 0	5 10
4.4. Мјера Повећање обима инвестиција и унапређење приступа финансијама	1. Укупне инвестиције у сектору туризма (ФИА ФБИХ)	Дефинисати	

	2. Број новорегистрованих фирми у туристичком сектору		
4.5. Мјера Подизање свијести о важности туризма	1. Пословно окружење 2. Број покренутих кампања о подизању свијести о значају туризма	3,4 (2019) 0	4,5 3

**ПРИЛОГ 3) ПРЕГЛЕД НАЈВАЖНИЈИХ АКТИВНОСТИ И ПРОЈЕКТАТА  
РАЗВОЈА**

<b>Беза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>1.1. Проширење понуде смјештајних капацитета</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је повећање понуде смјештајних могућности за посјетитеље веће куповне моћи. Наведено је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Креирати програме за изградњу стратешки лоцираних смјештајних јединица виших категорија, уз побољшану услугу;</li> <li>• Означити стратешка мјеста гдје су потребни смјештајни капацитети виших категорија с обзиром на брендове мјеста и позиционирање у оквиру кластера;</li> <li>• Развити пакете и подстицаје за инвеститоре, засноване на поузданим информацијама и истраживању, ради промоције улагања у нове смјештајне капацитете;</li> <li>• Формиати референтни модел и смјернице за дизајн, аутентичност, положај, садржаје и услуге који ће усмјеравати такву врсту развоја;</li> <li>• Унаприједити постојеће правилнике за категоризацију смјештаја у складу с најбољим свјетским праксама за хотеле и сродне објекте, као и бање;</li> <li>• Подржати увођење и промовисати еколошке стандарде и енергетски самоодрживе „зелене хотеле“;</li> <li>• Подржати развој кампова, преноћишта и руралних смјештајних јединица које задовољавају високе стандарде;</li> <li>• Подржати изградњу објеката који се по потреби уклапају у бренд мјеста или позиционирање у оквиру кластера, као и у изглед и дојам локалних мјеста и који пружају различите врсте смјештаја, у којима се нуде аутентични доживљаји и којим се задовољава тржишна потражња за свим категоријама и искуствима;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креирати модел мјерила и смјернице за дизајн, аутентичност, локацију, садржаје и услуге за усмјеравање таквог развоја;</li> </ul>		
<b>Стратершки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Изградња додатне инфраструктуре у циљу побољшања услуга за објекте 4 и 5 звјездица (базени, игралишта и други садржаји);</li> <li>Улагање у нове смјештајне капацитете категорије 4 и 5 звјездица;</li> <li>Улагање у смјештајне постојеће капацитете с циљем побољшања квалитета услуге за достизање стандарда 4 и 5 звјездица;</li> <li>Подржати смјештајне објекте који раде на промоцији еколошких стандарда и енергетски су самоодрживи, тзв. „зелене хотеле“;</li> </ul>		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	Број смјештајних јединица с 4 и 5 звјездица Уведени стандарди квалитета за рурални смјештај Број регистрованих руралних смјештајних јединица	- 10 500 (2021) - Не - 50	<ul style="list-style-type: none"> <li>14 000</li> <li>Да</li> <li>300</li> </ul>
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Побољшана понуда смјештаја требала би привући више посјетитеља, а фокус на купце веће куповне моћи побољшаће просјечну потрошњу		
<b>Индикативна финансијска конструкција са изворима финансирања</b>	Износ: 30.000 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Пружаоци смјештаја, инвеститори, банке		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>		
<b>Приоритет I</b>	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b>		
<b>Назив мјере</b>	<b>1.2. ИСКОРИШЋАВАЊЕ ГЛАВНИХ ТУРИСТИЧКИХ РЕСУРСА У ФБИХ</b>		
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је повећање искоришћености туристичких ресурса у ФБИХ. Наведено је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Утврдити критеријуме за одређивање приоритета у вези с развојем и очувањем различитих туристичких ресурса и производа;</li> <li>• Израдити планове за очување и управљање историјским локалитетима за приоритетне локалитете (као што је Бијела табија у Сарајеву) и утврдити потребна физичка побољшања и припремљеност локалитета за организовање догађаја и примање посјетилаца;</li> <li>• Успоставити сарадњу с приватним сектором у циљу побољшања презентације, управљања и тумачења/предавања о културном и природном наслеђу;</li> <li>• Побољшати путну сигнализацију и презентацију природног и културног наслеђа, те унаприједити везе с околним локалним заједницама;</li> <li>• Пренијети знање и изградњу капацитета релевантним актерима у државним и јавним институцијама, како би се осигурало усвајање смјерница и праћење спроведених мјера;</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	-		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	- Инфраструктура за сервисирање посјетитеља ( <i>WEF</i> индикатор)	3,9 (2019)	4,5
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Повећање искоришћености туристичких потенцијала ће повећати могућности за развој туристичких производа		
<b>Индикативна финансијска</b>	Износ: 2.000 000		

конструкција, са изворима финансирања	
Период имплементације мјере	2022 – 2027
Институције надлежне за координацију имплементације мјере	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице
Одговоран за мјеру	ФМОИТ
Циљне групе	Пружаоци смјештаја, инвеститори, банке

Веза са стратешким циљем	Убрзан раст и развој сектора туризма
Приоритет	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b>
Назив мјере	<b>1.3. ТРАНСФОРМИСАЊЕ И ПРОМОВИСАЊЕ МУЗЕЈА И ДРУГИХ ИНСТИТУЦИЈЕ КУЛТУРЕ КАО ИСТАКНУТИХ ДОЖИВЉАЈЕ КУЛТУРЕ</b>
Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања	<p>Циљ ове мјере је повећање посјете музејима и другим институцијама културе. Наведено је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• У развоју и управљању музејима примјенити нове моделе управљања, који обухватају партнерства с приватним сектором;</li> <li>• Промовисати и понудити производ на локалном и/или регионалном нивоу, под називом „Стазама музеја и галерија“ ФБиХ;</li> <li>• Израдити смјернице најбоље међународне праксе за очување и управљање локацијама културног и природног наслеђа, као и атракцијама у ФБиХ, укључујући препоруке за локације које нису у надлежности државних институција;</li> <li>• Истражити могућност коришћења технологије за унапређење интерпретације у музејима и повећати врсту и број штампаних интерпретацијских материјала који се користе и дијеле;</li> </ul>

<b>Стратешки пројекти</b>	- Дефинисати тематске културне руте у партнерству са кључним заинтересованим странама.		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	- Број посјетилаца музејима - Број развијених нових модела управљања	Није доступно	- Повећати за 25%
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Побољшана музејска искуства и односи с туристичком дјелатношћу требали би резултовати повећаном посјећеношћу и побољшаном потрошњом посјетилаца		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 5.000 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, Музеји у ФБиХ, туристичке заједнице, кантони		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Сви понуђачи туристичких производа и искустава, инвеститори		



<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПОНУДА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>1.4. РАЗВИЈАЊЕ И ДИВЕРСИФИКОВАЊЕ АВАНТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА И ИСКУСТВА</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је развој и диверзификација авантуристичке понуде и искустава. је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Редизајнирати постојећа авантуристичка искуства како би се боље привукли приоритетни сегменти;</li> <li>• Развијати нове тржишно оријентисане производе и искуства повезујући се с регионалним трансверзалама, те комбиновати искуства с културном и гастрономском понудом;</li> <li>• Развити водеће производе и вансезонске производе у циљу привлачења посјетилаца;</li> <li>• Усвојити и спровести међународне стандарде за авантуристичка искуства у циљу омогућавања квалитетније и професионалније понуде;</li> <li>• Додати вриједност основним авантурама кроз проширење производа и промјену намјене (комбиновати с културом, образовањем и кулинарством);</li> <li>• Омогућити безбједност посјетилаца кроз побољшану професионалност (укључујући усвајање одговарајућих међународних стандарда), едукације и осигурање од одговорности;</li> <li>• Развити авантуристичке кружне туре у сваког од утврђених кластера и примарних центара и околини;</li> <li>• Направити пјешачке, планинарске и/или бицикличке стазе и трансферзале у ФБиХ (које обухватају неколико градова и села), као и локалне стазе (унутар одређеног локалитета), које ће обогатити понуду ФБиХ и продубити интеракцију посјетилаца с локалним заједницама (данас главни критеријум избора локације за одмор);</li> <li>• Увести обиљежавање свих стаза, дигитално обиљежавање, класификовати и сертификовати руте;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Израдити водиче, карте и мапе стаза, те успоставити систем за праћење стаза;</li> <li>• Подржати специјализацију ланца снабдијевања (мапирање постојећег ланца снабдијевања и идентификовање подручја за побољшање, успостављање координационог центра EuroVelo, промовисање стандарда смјештаја погодног за планинаре и бициклисте, специјализовани оператери за рафтинг, обучавање водича за авантуристички туризам и шеме сертификације);</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Развити стазе и кластере на нивоу Федерације БиХ</li> <li>- Дати подршку развоју планинарских трансверзала попут трансферзале „Пут Сребреничке повеље“</li> </ul>		
<b>Indikatori za monitoring rezultata mjere</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	- Повећан број водећих авантуристичких искустава	Није доступан	
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Побољшани авантуристички производи и искуства би требали допринијети диверзификацији и одрживости производа		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 2.500 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Понуђачи производа и доживљаја авантуристичког туризма, инвеститори		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	Убрзан раст и развој сектора туризма		
<b>Приоритет</b>	I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА		
<b>Назив мјере</b>	1.5. РАЗВИТИ И ДИВЕРЗИФИКОВАТИ ПОНУДУ БАЊСКОГ И ЉЕЧИЛИШНОГ ТУРИЗМА		
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је повећање понуде у бањском и љечилишном туризму. Наведено је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Побољшати стандарде квалитета и систем класификације за спа центре;</li> <li>• Повезати спа центре с атракцијама и понудом спортско-рекреативних активности;</li> <li>• Промовисати значај спа и <i>wellnes</i> понуде младима (до 35 година) у циљу очувања здравља;</li> <li>• Увести модернију понуду бањског и љечилишног туризма која ће бити привлачнија туристима. То може обухватити организацију радних одмора и дружења уз јогу, медитацију и сличне активности којима ће се обогатити понуда;</li> <li>• Утврдити категорије здравственог туризма с највише потенцијала; (стоматолошке, козметичке услуге и сл) и идентификовати пружаоце услуга здравственог туризма који су релевантни за туристе, те се договорити око наредних корака са свим заинтересованим странама (удруживање у кластере, промоција, квалитет, осигурање, веза са другим туристичким производима);</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	- Подржати модернизацију бањског и љечилишног туризма		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	- Попуњеност капацитета бања и љечилишта, на годишњем нивоу (%) - Категоризација бања на бази релевантних међународних стандарда	75% (2019)	- 85%

<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Побољшана <i>wellnes</i> понуда помоћи ће диверсификовању производа, што ће довести до повећања потрошње посјетилаца и дужине боравка
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 5.000 000
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ
<b>Циљне групе</b>	Спа и <i>wellnes</i> садржаји, пружаоци доживљаја на отвореном, смјештајни капацитети

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>1.6. РАЗВИЈАЊЕ РАЗНОВРСНИХ ПРОИЗВОДА И ОСМИШЉАВАЊЕ ИСКУСТАВА У ОКВИРУ РУРАЛНОГ ТУРИЗМА</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је јачање руралног туризма. Наведено је могуће постићи кроз слjedeће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Повећати привлачност културних (етно) села кроз ангажовање локалних фолклорних друштава и других организација и предузетника из заједнице које се баве занатима, културом и умјетношћу или рукотворинама ради занимљивијих и свеобухватнијих искустава и доживљаја посјетилаца;</li> <li>• Побољшати квалитет и представљање локалних руралних тржишта која ће послужити као већи магнети за привлачење већег броја туриста;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Осмислити аутентичне локалне доживљаје као што су брање гљива, сакупљање биља, кухање хране, свирање музичких инструмената, годишње манифестације бербе, показивање и укључивање туриста у израду рукотворина, као и других одговарајућих садржаја како би се подстакла посјећеност, продужио боравак и потрошња посјетилаца;</li> <li>• Кориситити методологију стицања искустава учењем кроз рад (<i>Learning by Doing</i>);</li> <li>• Подржати проширивање иницијативе за најљепша села БиХ и помоћи општинама које учествују у овој иницијативи да унаприједи или осмисле нове производе и доживљаје како би се повећала привлачност за туристе и њихова посјећеност;</li> <li>• Организовати едукацију, обуке и радионице за власнике сеоских домаћинстава и пољопривредних газдинстава;</li> </ul>								
<b>Стратешки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Едукација и обука за власнике сеоских домаћинстава и ОПГ</li> <li>- Промоција и значај села кроз промоцију културних, традиционалних догађаја и доживљаја</li> <li>- Осмишљавање нових производа и доживљаја у циљу продужења боравка туриста</li> </ul>								
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="541 1193 922 1310"><b>Индикатори</b></th> <th data-bbox="922 1193 1139 1310"><b>Полазне вриједности</b></th> <th data-bbox="1139 1193 1350 1310"><b>Циљне вриједности</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="541 1310 922 1576"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Број створених нових руралних производа и искустава</li> <li>- Број и износ подржаних манифестација</li> </ul> </td> <td data-bbox="922 1310 1139 1576">Није доступно</td> <td data-bbox="1139 1310 1350 1576"></td> </tr> </tbody> </table>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Број створених нових руралних производа и искустава</li> <li>- Број и износ подржаних манифестација</li> </ul>	Није доступно			
<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Број створених нових руралних производа и искустава</li> <li>- Број и износ подржаних манифестација</li> </ul>	Није доступно								
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Развојем нових руралних производа и искустава дивердиверсификоват ће се укупни туристички производ ФБиХ и успоставити боља повезаност са природним и културним добрима, што ће позитивно утицати на све кључне индикаторе								
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 2.500 000								

<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ; ФМПВШ, кантонална министарства пољопривреде (или привреде)
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ
<b>Циљне групе</b>	Пружаоци смјештаја и искуства у руралним подручјима, произвођачи хране

<b>Веза са стратешким циљем</b>	Убрзан раст и развој сектора туризма
<b>Приоритет</b>	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>1.7. ПОБОЉШАВАЊЕ ПОНУДЕ ЗАСНОВАНЕ НА ВЈЕРСКИМ ИСКУСТВИМА И ДОЖИВЉАЈИМА</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је повећање понуде смјештајних могућности за посјетитеље веће куповне моћи. Наведено је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Укључити локалну заједницу и предузећа у програме ходочасништва, а ходочасницима понудити додатна искуства;</li> <li>• Радити с представницима вјерских заједница на побољшању властитих капацитета у презентацији и интерпретацији, укључујући развој новог доживљаја богате баштине како за ходочаснике, тако и за друге посјетиоце;</li> <li>• Креирати и промовисати „вјерске руте“ која повезује различите вјерске објекте у различитим кластерима;</li> <li>• У понуду авантуристичког туризма и других облика туризма, посебице културног и гастротуризма, уврстити посјете вјерским објектима;</li> <li>• Изабрати најатрактивније локације вјерског туризма које ће бити укључене у промоцију туристичких атракција ФБиХ;</li> <li>• Припремити програм промоције ФБиХ као топ дестинације за халал туристе:</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Едукација о халалу – халал није само вјерски туризам – него и љетовања, зимовања, љечилишта, авантуризам, спорт, рекреација, конгресни туризам, пословна путовања...;</li> <li>• Подршка халал сертификовању хотела, ресторана, туристичких агенција</li> <li>• Едукација и сертификовање туристичких водича за халал туристе;</li> <li>• Брендирање туристичких дестинација као <i>halal friendly destination</i>, односно „Дестинација приступачна за халал туристе“;</li> <li>• Креирање посебних програма и садржаја за халал туристе (нпр. рамазан или Бајрам у Сарајеву, Мостару, Травнику, Бихаћу, ФБиХ...; љетовање/зимовање за халал туристе; културне, историјске и природне знаменитости ФБиХ; припреме за спортске екипе; концерти; конгреси...);</li> <li>• Осмислити ходочасничку (туристичку) стазу католичких светишта и самостана ФБиХ, која ће у свом итинерару укључивати молитвене сусрете, културна догађања, гастро и ено дружења, историјска предавања, културно – умјетничке манифестације и сл;</li> <li>• Брендирање туристичких дестинација/посебно ресторана, као кошер и халал;</li> </ul>											
<b>Стратешки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Израдити план вјерских рута</li> <li>- Подржати путеве и руте вјере</li> <li>- Промоција вјерских локалитета</li> </ul>											
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="541 1480 922 1570">Индикатори</th> <th data-bbox="922 1480 1137 1570">Полазне вриједности</th> <th data-bbox="1137 1480 1355 1570">Циљне вриједности</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="541 1570 922 2009"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Повећан број туристичких програма из вјерског туризма</li> <li>- Повећан број туристичких дестинација сертификованих са халал/кошер или сличним стандардом</li> <li>- Повећан број објеката</li> </ul> </td> <td data-bbox="922 1570 1137 2009">           Није доступно         </td> <td data-bbox="1137 1570 1355 2009"></td> </tr> </tbody> </table>	Индикатори	Полазне вриједности	Циљне вриједности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Повећан број туристичких програма из вјерског туризма</li> <li>- Повећан број туристичких дестинација сертификованих са халал/кошер или сличним стандардом</li> <li>- Повећан број објеката</li> </ul>	Није доступно		<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="922 1480 1137 1570">Полазне вриједности</th> <th data-bbox="1137 1480 1355 1570">Циљне вриједности</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="922 1570 1137 2009">           Није доступно         </td> <td data-bbox="1137 1570 1355 2009"></td> </tr> </tbody> </table>	Полазне вриједности	Циљне вриједности	Није доступно	
Индикатори	Полазне вриједности	Циљне вриједности										
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Повећан број туристичких програма из вјерског туризма</li> <li>- Повећан број туристичких дестинација сертификованих са халал/кошер или сличним стандардом</li> <li>- Повећан број објеката</li> </ul>	Није доступно											
Полазне вриједности	Циљне вриједности											
Није доступно												

	фокусираних на халал/кошер нишу		
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Побољшана интерпретација, боље везе с другим локалним производима и нове вјерске стазе требали би боље повезати разноликост производа и искустава		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 500 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, туристичке заједнице, вјерске заједнице, кантони		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Вјерске атракције, оближњи пружатељи смјештаја и произвођачи хране, друге локалне атракције		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	Убрзан раст и развој сектора туризма
<b>Приоритет</b>	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>1.8. ПОБОЉШАВАЊЕ ПРИВЛАЧНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ КРОЗ ИНТЕГРАЦИЈУ АУТЕНТИЧНЕ ГАСТРОНОМСКЕ, ВИНСКЕ И ЗАНАТЛИЈСКЕ ПОНУДЕ У ТУРИСТИЧКИ ЛАНАЦ ВРИЈЕДНОСТИ</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је повећање понуде смјештајних могућности за посјетиоце веће куповне моћи. Наведено је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Осмислити искуства која приказују широк асортиман квалитетне домаће хране и вина у цијелој ФБиХ и обичаје везане за припремање и конзумацију хране, као што су јела у вријеме бербе и припрема височке сушене јунетине</li> </ul>



	<p>(височка печеница), меда, дрварског џема од дрењака (дрварски мућени пекмез), берба вина у Херцеговини, путеви сира (влашићи - купрешки, ливањски), пут кестења Цазин, јабуке-шљиве Горажде, итд. То могу бити теме за аутентична и привлачна искуства;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Развити самосталне тематске ресторане који могу пружити прилику да се сазна више о богатој историји ФБиХ кроз упознавање локалне традиције и обичаја хране и јела, као што су берба, културне прославе и традиционална вјенчања;</li> <li>• Креирати ланце вриједности везане за халал исхрану – од примарних произвођача, преко прерађивача и дистрибутера, до крајњих потрошача, тј. халал и кошер туриста у маркетима, ресторанима, хотелима, туристичким дестинацијама;</li> <li>• Истражити потенцијал за израду смјерница за јеловнике за објекте који служе храну, којима би се подстакла употреба локалних производа и припрема традиционалних јела;</li> <li>• Побољшати дизајн производа, како би боље одражавао културну баштину ФБиХ;</li> <li>• Побољшати квалитет и завршну обраду доступних рукотворина, чиме се побољшава презентација и маркетинг амбалаже, као и цијене;</li> <li>• Посјетиоцима омогућити бољи приступ квалитетним рукотворинама;</li> <li>• Пружати подршку за обуку и финансирање програма за потицање предузетништва у занатској производњи и дистрибуцији;</li> <li>• Развити могућности за посјетиоце да учествују у програму „Научите да...“, у оквиру којег посјећују произвођаче рукотворина како би научили основе њихове израде;</li> <li>• Креирати квалитетне понуде прехранбених сувенира за халал, кошер, и хришћанске туристе;</li> <li>• Стимулисати кућне радиности за дизајнирање и израду сувенира;</li> </ul>
--	--

<b>Стратешки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Развити путеве сира, меда, вина, кестена, јабуке, шљиве и других аутентичних производа</li> <li>- Подржати ресторане који нуде аутентичну храну и пиће у циљу очувања традиције БиХ</li> <li>- Подржати израду, представљање, паковање и маркетинг рукотворина</li> <li>- Подржати едукацију израде рукотворина</li> <li>- Подржати промоцију рукотворина кроз организовање разних догађаја и посјета</li> </ul>		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Повећан број тематских ресторана</li> <li>- Број одржаних тематских радионица и манифестација</li> </ul>	10	20
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Нова тематска кулинарска искуства и догађаји побољшаће укупну туристичку понуду и подстакнути додатни ангажман с локалним заједницама и унапређено искуство посјетилаца и повећане финансијске погодности за локалне заједнице.		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 4.500 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантонална министарства, туристичке организације/заједнице, ЈУ Центри за културу, привредне коморе кантона и ФБиХ		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Произвођачи и прерађивачи хране, ресторани, хотели, произвођачи рукотворина, удружења жена, сувенирнице		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>		
<b>Приоритет</b>	<b>I РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА</b>		
<b>Назив мјере</b>	<b>1.9. ИСКОРИШЋАВАЊЕ ПОНУДЕ ДОГАЂАЈА И МАНИФЕСТАЦИЈ</b>		
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је промовисати фестивале и догађаје као главне утицаје у избору дестинације. Наведено је могуће постићи кроз сљедеће активности и радње:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Подржати привлачење, развити и промовисати, фестивале и манифестације;</li> <li>• Развити и промовисати <i>онлајн</i> базу категоризованих догађаја;</li> <li>• Развити критеријуме за утврђивање и пружање подршке фестивалима и догађајима предвођеним приватним сектором и повезати се с локалним и међународним путничким агенцијама, хотелима и пружаоцима услуга;</li> <li>• Како би продужили туристичку сезону потребно је направити Анализу постојећих догађаја и фестивала те дефинисати и подржати прикладне нове догађаје, посебно оне који су повезани с конкурентским ресурсима, како би се ублажио сезонски карактер туризма широм ФБиХ и пружили посебни подстицаји;</li> <li>• Развити и омогућити ажурирање базе категоризованих могућности за забавно-рекреативни садржај у ФБиХ;</li> <li>• У координацији с кантоналним и општинским партнерима креирати преглед доступних опција широм ФБиХ;</li> <li>• Укључити и промовисати могућности за забавно-рекреативни садржај путем туристичких заједница и пружалаца услуга у туризму;</li> <li>• Удружити се с предузећима и удружењима, како би се осмислиле промоције током одређених годишњих доба, догађаја и фестивала;</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	- Подржати фестивале и манифестације које утичу на промоцију дестинације у Федерацији БиХ		

Индикатори за мониторинг резултата мјере	Индикатори	Полазне вриједности	Циљне вриједности
	- Креиран онлајн директоријум категоризованих догађаја - Број посјетиоца фестивала - Број културних догађаја и манифестација (фестивала)	Не постоји	
Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета	Побољшана понуда смјештаја требала би привући више посјетилаца, а фокус на купце веће куповне моћи побољшаће просјечну потрошњу		
Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања	Износ: 7.500 000		
Период имплементације мјере	2022 – 2027		
Институције надлежне за координацију имплементације мјере	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице		
Одговоран за мјеру	ФМОИТ		
Циљне групе	Организатори догађаја, локалне заједнице, НП „Уна“		

Веза са стратешким циљем	Убрзан раст и развој сектора туризма
Приоритет	II РАЗВОЈ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА
Назив мјере	2.1. ПОВЕЋАЊЕ ПРИВЛАЧНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈЕ
Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повећати привлачност дестинације путем брендова високих профила;</li> <li>• Подстакнути и подржати сарадњу с кустосима брендова високог профила;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подржати напоре за унапређење државног бренд индекса;</li> <li>• Развити план на нивоу дестинације за побољшање индекса бренда државе, мјерено <i>Блум индексом</i> Свјетског економског форума;</li> <li>• Подржати туристичку индустрију да повећавају дигиталну потражњу за своје услуге кроз обуку, изградњу капацитета и интеграцију у кампање, интернетску страницу и <i>онлајн</i> канале;</li> <li>• Стално осмишљавати и покретати кампање за повећање посјећености интернетске странице дестинације и повећање броја пратилаца на службеним каналима друштвених медија;</li> <li>• Централизовати маркетинг дестинације на нивоу Федерације;</li> <li>• Обновити ТЗ Федерације БиХ;</li> <li>• Интегрисати постојеће кантоналне и градске туристичке заједнице и објединити њихове финансијске и људске ресурсе у евентуално десет организација за дестинацијски маркетинг и управљање;</li> <li>• Одржавати састанке и размјењивати информације и знања и потенцијално спроводити заједничке кампање и маркетиншке активности с туристичким организацијама из РС;</li> <li>• Развити позиционирање бренда кластера у сарадњи с локалном заједницом и туристичком индустријом, а на основу слједећег предложеног илустративног модела:</li> <li>• Спровести образовне и тренинг сесије;</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	- Промоција расположивих ресурса и културно-историјског наслеђа Федерације БиХ, на међународном нивоу		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	- Основана Туристичка Заједница ФБиХ	Не	• Да
<b>Развојни ефекат и допринос</b>	Промоција на међународном нивоу треба да допринесе већем броју страних посјетилаца.		

<b>мјере реализацији приоритета</b>	
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 3.750 000
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027
<b>Институција надлежна за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ
<b>Одговорни за мјеру</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице, туристичке организације, туроператори, пружаоци смјештаја, пружаоци услуга, П/Г комора ФБиХ
<b>Циљне групе</b>	Туристичке организације, туроператори, пружаоци смјештаја, пружаоци услуга

<b>Вежа са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>II РАЗВОЈ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>2.2. ПОВЕЋАЊЕ ПОТРАЖЊЕ И ПОТРОШЊЕ</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спровести истраживање усмјерено на дестинацију како би се додатно дефинисали приоритетни сегменти туриста на приоритетним изворним тржиштима;</li> <li>• Организовати едукацију и стручно оспособљавање и усавршавање у сврху упознавања пословних субјеката с начином на који примијенити модел сегментације код комуницирања, промовисања и продаје приоритетним профилима;</li> <li>• Осмислити и спровести кампање које су усмјерене и привлаче одабране сегменте приоритетних тржишта, у контексту односа између пословних субјеката и односа између пословних субјеката и клијената;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Активно подржавати програм „Препознатљив искуства“ предвиђен плановима УСАИД-овог пројекта Туризам;</li> <li>• Пружати финансијску и друге видове помоћи искуствима која се планирају унаприједити у смислу њихове понуде и задовољити критеријуме да се сматрају „препознатљивим искуствима“;</li> <li>• Успоставити правила за дефинисање и регулисање рада и мандата долазних туроператера, укључујући захтјеве за лиценцирање, разликујући их од осталих оператера, агенција за продају вањских аранжмана и агената за продају карата;</li> <li>• Развити, искористити и непрекидно ажурирати свеобухватну листу активних предузећа у ФБиХ која нуде услуге улазног туризма;</li> <li>• Понудити и олакшати програме обуке и сертификације за улазне туроператере како би повећали њихову конкурентност и професионализам међу међународним купцима, дајући приоритет маркетингу и продаји дигиталних и друштвених медија;</li> <li>• Израдити и примјењивати стандарде за различите категорије субјеката који се баве пружањем услуга, организацијом активности и искустава, као што су водичи;</li> <li>• Направити, користити и непрекидно ажурирати свеобухватну листу активних привредних субјеката у ФБиХ који нуде туристичке услуге у различитим категоријама;</li> <li>• Пружаоцима услуга понудити и омогућити програме обуке у сврхе сертификације с циљем повећања њихове конкурентности и професионализма на међународним тржиштима, притом стављајући акценат на маркетинг и продају путем интернета и друштвених медија;</li> </ul>
<p><b>Стратешки пројекти</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Осмислити и спровести кампање које су усмјерене и привлаче изабране сегменте приоритетних тржишта, у контексту односа између пословних субјеката и односа између пословних субјеката и клијената.</li> <li>• Подржати програм „<i>Signature Experiences</i>“ који спроводи УСАИД-ов пројекат ТУРИЗАМ</li> </ul>

	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	- Организоване екскурзије - Број пакет аранжмана за једнодневне посјете у ФБиХ	Није доступно	
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Повећање потражње би требало резултовати са више посјетилаца, а фокус на купце веће куповне моћи побољшаће просјечну потрошњу.		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 1.100 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице		
<b>Одговорни за мјеру</b>	ФМОИТ, ДМО, ФМОИТ, кантони, П/Г комора ФБиХ		
<b>Циљне групе</b>	Туристичке организације, туроператори, пружаоци смјештаја, пружаоци услуга		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>II РАЗВОЈ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>2.3. РАВНОМЈЕРАН ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ И СМАЊЕЊЕ СЕЗОНАЛНОСТИ</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је да одреди подручја која имају потенцијал за повећање протока туриста током свих сезона, у зависности од понуде. Активности унутар мјере су:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Идентификовати регије и подручја која имају највећи потенцијал за привлачење посјетилаца током цијеле године. Уврстити ове дестинације као дио брэнда наглашавајући њихову посебност</li> </ul>



	<p>и привлачност. Укључити у микрокампање преко дигиталних канала и канала туристичке индустрије;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Продати аранжмане везане подручја путем Б2Б и Б2Ц канала. Активно подржати маркетинг и промоцију програма „Најљепша села“ који је покренуо УСАИД Туризам;</li> <li>• Укључити намјенске буџетске ставке у ТЗ Федерације за подршку Б2Б активностима.</li> <li>• Активна сарадња и пословање с туристичким организацијама из РС за потребе заједничког маркетинга и продаје;</li> <li>• Организовање посјета путничким агенцијама из РС и Федерације БиХ у циљу упознавања с туристичком понудом ФБиХ и њихово редовно обавјештавање о новим и унапређеним производима и искуствима. Кроз стручно усавршавање унаприједити капацитете индустрије туризма у циљу боље припреме и учествовања на сајмовима туризма те касније боље прате дешавања након сајма;</li> <li>• Јачање сарадње с међународним авиокомпанијама које имају линије до/од дестинације и од/до земље уопште, нарочито онима који имају представништва у БиХ, нпр. <i>Turkish Airlines</i>;</li> <li>• Међународним туристичким организацијама с представништвима у земљи понудити едукацију и усавршавање на изради планова путовања заснованих на моделу сегментације и приоритетним профилима;</li> <li>• Учествовати, уживо или путем интернета, на сајмовима који се тичу изворних тржишта попут сајма туризма и путовања Азије „<i>ITB Asia</i>“, сајма туризма „<i>New Deal Europe</i>“, сајма туризма и путовања Кине „<i>ITB China</i>“ и сл.;</li> <li>• Учествовати на сајмовима усмјереним на конкретне сегменте, који уједно нуде и прилике за едукацију, као што су свјетски сајам авантуристичког туризма „<i>Adventure Travel World Summit</i>“, међународни сајам винског туризма <i>International Wine Tourism Conference</i>, итд.;</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Организовати турнеје по приоритетним емитивним тржиштима;</li> <li>• Организовати ФАМ туре;</li> <li>• Понудити плаћање маркетинга по учинку међународним туроператерима да дају приоритет и промовишу дату дестинацију путем својих стандардних, као и <i>онлајн</i> канала;</li> <li>• Успоставити регионалну сарадњу са Србијом и Црном Гором за кинеско тржиште, као и с Хрватском за јужнокорејско тржиште ради повећања потражње и привлачења гостију који доносе веће приходе;</li> <li>• Организовати пословне посјете представника највећих медијских кућа из емитивних тржишта;</li> <li>• Организовати посјете најпознатијих блогера и инфлуенсера с друштвених мрежа које прате приоритетизовани сегменти и профили дестинација, дајући примат доказаним микроинфлуенсерима како би се добила што већа вриједност за уложена средства;</li> <li>• Спровођење циљаних кампања и оглашавање путем медијских кућа из приоритетних тржишта с тежиштем на приоритетизованим сегментима и профилима туриста;</li> <li>• Унаприједити капацитете туристичких заједница, по потреби, за ефикасније препознавање, квалификовање и управљање посјетама медија у сврху упознавања, укључујући израду планова пута;</li> <li>• Спровести специјалистичко стручно оспособљавање и усавршавање конкретно туристичких заједница, али и уопштено свих оператера из кризног информисања и поступања с медијима;</li> <li>• Повећати издвајања из буџета туристичких заједница за маркетинг путем дигиталних и посебних медија и изнаћи додатне изворе средстава за повећање укупног буџета за дигитални маркетинг. Унаприједити капацитете туристичких заједница за ефикасно управљање и спровођење кампања и других видова промоције путем интернета, по могућности кроз трајно ангажовање квалификоване агенције;</li> <li>• Израдити квалитетну и свеобухватну двојезичну (енглески и БХС језик) интернетску страницу дестинације која је богата визуелним садржајима и заснована на моделу сегментације, нудећи информације и с могућношћу преласка корисника на производе и искуства која нуде</li> </ul>
--	--

	<p>конкретни субјекти помоћу модела добровољног приступа интернетском тржишту;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Успоставити професионалне канале на друштвеним мрежама (<i>Фејсбук</i> и <i>Инстаграм</i>), нудећи занимљив намјенски садржај, служећи се стручном терминологијом на енглеском језику када су они намијењени циљним сегментима у земљама енглеског говорног подручја;</li> <li>• Проширити понуду производа и услуга које је могуће резервисати путем посредничких платформи за продају, укључујући интернетске путничке агенције попут <i>Get Your Guide</i>, <i>Viatora</i> и <i>Klooka</i>;</li> <li>• Додијелити средства за заједничке кампање на државном нивоу којима би се представљале онлине платформе на којима је могуће резервисати посјету ФБиХ уз приказивање дестинација, атракција и пословних субјеката;</li> <li>• Успоставити архиву фотографија и видеоклипова високог квалитета за употребу на различитим каналима и платформама, укључујући могућност сарадње с инфлуенсерима у смислу откупа или коришћења садржаја;</li> <li>• Осмислити и спровести дигиталне кампање и активности промовисања дестинација у ФБиХ усмјерене на стране туристе који праве резервације за посјету БиХ или су већ у земљи;</li> <li>• Осмислити и спровести традиционалне, дигиталне и кампање путем друштвених мрежа за привлачење туриста из приоритетних регија;</li> <li>• Успоставити базу података о удружењима дијаспоре и склопити партнерства с њима у сврху осмишљавања и спровођења кампања за привлачење дијаспоре с изабраних тржишта и искористити та партнерства да се утиче на успоставу мрежа како би позивале посјетиоце на дестинацију;</li> </ul>		
<p><b>Стратешки пројекти</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Подржати кампање путем дигиталних и трговинских канала</li> <li>- Промовисати рурални туризам с нагласком на јединствена села кроз иницијативу „Најљепша села у БиХ“</li> </ul>		
	<p><b>Индикатори</b></p>	<p><b>Полазне вриједности</b></p>	<p><b>Циљне вриједности</b></p>

<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	- Број промотивних активности у оквиру програма „Најљепша села у ФБиХ“ - Број посјета сеп-март/март-сеп	-- --	•
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Кластери/регије/подручја с највећим потенцијалом да привуку посјетиоце током љетне и зимске сезоне идентификовани, поспјешујући равномјеран развој и смањујући сезоналност.		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 8.500 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантони, ДМО; П/Г комора ФБиХ		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Туристичке организације, Туроператори, Пружаоци смјештаја, Пружаоци услуга		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>II РАЗВОЈ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ МАРКЕТИНГА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>2.4. Дигитализација сектора туризма</b>

<p><b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повећати издвајања из буџета туристичких заједница за маркетинг путем дигиталних и посебних медија;</li> <li>• Унаприједити капацитете туристичких заједница за ефикасно управљање и спровођење кампања и других видова промоције путем интернета;</li> <li>• Израдити квалитетну и свеобухватну двојезичну (енглески и БХС језик) интернетску страницу дестинације;</li> <li>• Успоставити професионалне канале на друштвеним мрежама;</li> <li>• Проширити понуду производа и услуга које је могуће резервисати путем посредничких платформи за продају;</li> <li>• Осмислити и спровести дигиталне кампање и активности промовисања дестинација у ФБиХ;</li> <li>• Осмислити и спровести традиционалне, дигиталне и кампање путем друштвених мрежа;</li> <li>• Успоставити сарадњу с међународним медијским кућама;</li> </ul>		
<p><b>Стратешки пројекти</b></p>	<p>- Подржати побољшање интернетске странице дестинације и спровођење традиционалне кампање, дигиталне и кампање на друштвеним мрежама у сврху привлачења посјетиоца из приоритетних регија</p>		
<p><b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b></p>	<p><b>Индикатори</b></p>	<p><b>Полазне вриједности</b></p>	<p><b>Циљне вриједности</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Број успостављених канала на друштвеним мрежама</li> <li>- Број одржаних радионица на тему дигиталног маркетинга у туризму</li> </ul>	<p>-- --</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<p><b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b></p>	<p>Побољшана понуда смјештаја требала би привући више посјетитеља, а фокус на купце веће куповне моћи побољшаће просјечну потрошњу</p>		

<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 8. 000. 000
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ
<b>Циљне групе</b>	Туристичке организације, туроператори, пружаоци смјештаја, пружаоци услуга

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>III РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>3.1. ПОВЕЋАЊЕ БРОЈА КВАЛИФИКОВАНИХ КАДРОВА КРОЗ ОБУКУ И ОБРАЗОВАЊЕ</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Селекција Модел школе (или више њих) и спровођење прегледа ресурса у циљу дефинисања шта је потребно да се она подигне до нивоа међународних стандарда;</li> <li>• Успостављање веза с кључним актерима код дефинисања типова програма који ће се нудити у Модел школи;</li> <li>• Модернизација наставног плана и програма (заједно са актерима из индустрије), укључујући брошуре, алате и ресурсе за обуку, итд;</li> <li>• Утврђивање потреба за обуком за руководство и за наставнике Модел школе, и имплементација развојног програма;</li> <li>• Успоставити везе с актерима у индустрији у циљу усвајања процедура за примање на радну праксу у складу са новим наставним програмом;</li> <li>• Развој и имплементација новог програма привлачења ученика;</li> <li>• Почетак рада Модел школе/а;</li> <li>• Изградња капацитета за развој људских ресурса. За дугорочни приступ изградњи</li> </ul>

	<p>људског капитала, кроз ову мјеру подстакнуће се дискусија између најважнијих актера у циљу утврђивања могућности успоставе Центра за истраживање и политике људских ресурса у туризму. Зависно од повратних информација, може се размишљати и о опцији да ово не буде самостални центар, већ служба или одјел при неком од центара за економско-друштвена истраживања;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Побољшање компетенција менаџера људских ресурса у туризму;</li> <li>• Унапрјеђење припремљености младих и студената за каријеру у туризму;</li> <li>• Успостава радне групе са задатком припреме, верификације и објављивања кодекса пракси управљања људским ресурсима;</li> <li>• Процјена изводивости програма електронског учења у циљу развоја менаџмента и надзора;</li> <li>• План и проширивање програма курсева за јачање капацитета (планирање развоја људског капитала, регрутовање, увођење и развој запослених) за менаџере и супервизоре људских ресурса;</li> <li>• Идентификовање потенцијалних партнера за усвајање и примјену електронске верзије програма изградње капацитета;</li> <li>• Покретање и ширење програма 2022.;</li> <li>• Процијена практичних програма приправничке обуке и ангажовање индустрије на идентификовању интереса за приправничке шеме, недостатке шеме, и елементе потребне за изградњу одрживих механизма;</li> <li>• Припрема пројектних задатака и смјерница за програм;</li> <li>• Потписивање меморандума о разумијевању „Партнерство за радна мјеста“ између образовних институција и пословних субјеката у туризму;</li> <li>• Покретање и тестирање програма за проширење ових активности у цијелој индустрији;</li> </ul>
<p><b>Стратешки пројекти</b></p>	<p>- Успостава интересорне радне групе за истраживање и политике људских ресурса у туризму на ниову ФБиХ</p>

	- Успостава радне групе са задатком припреме, верификације и објављивања кодекса пракси управљања људским ресурсима		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Број нових радних мјеста у туризму и угоститељству</li> <li>- Број менаџера људских ресурса који су завршили релевантне програме изградње капацитета</li> <li>- Повећан фонд практичне наставе код послодаваца за: <ul style="list-style-type: none"> <li>• средњошколске стручне програме</li> <li>• универзитетске програме</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 24.511 (2020)</li> <li>- 0</li> <li>- Није доступно</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 36.721(2027)</li> <li>• 60</li> </ul>
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Радна група за развој људског капитала у туризму је успостављена и у функцији, чиме се омогућује имплементација свих осталих мјера		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 1.500 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОиТ и кантонална министарства туризма, Привредна/Господарска комора ФБиХ, кантонална министарства образовања, педагошки заводи		
<b>Одговорни за мјеру</b>	ФМОиТ, ФМНО, кантонална министарства образовања		
<b>Циљне групе</b>	Федерални завод за запошљавање и кантонални заводи, центри за образовање одраслих, струковна удружења, представници приватног сектора преко привредне(их) коморе(а), образовне власти и институције. Ученици и студенти туризма, родитељи,		



	владини службеници, запослени у индустрији и медији
--	---

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>
<b>Приоритет</b>	<b>III РАЗВОЈ ЉУДСКИХ РЕСУРСА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>3.2. УСАВРШАВАЊЕ ПОСТОЈЕЋИХ КАДРОВА ПУТЕМ ФОРМАЛНОГ И НЕФОРМАЛНОГ ОБРАЗОВАЊА И ОБУКЕ НА РАДНОМ МЈЕСТУ</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је повећање квантитета и квалитета програма образовања и обуке кроз модернизацију наставних програма у складу са потребама индустрије и најбољим међународним праксама. Ова мјера ће укључивати активности на унапређењу формалног (средњошколског, високошколског и образовања одраслих) као и неформалног образовања кроз обуке и кратке стручне курсеве базиране на индустрији (генерално, до 3 дана), које могу похађати запослени у хотелима, ресторанима, путним агенцијама, камповима и другим туристичким објектима.</p> <p>Ова мјера ће се реализовати уз вођство Радне групе путем сљедећих активности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Успостава управљачког састанка кључних актера у образовању и индустрији на којем ће усагласити свеобухватан преглед потреба и свих доступних наставних програма и планова, укључујући информације о постојећим програмима обука/курсевима, пружаоцима обуке и временским плановима, укључујући и обуку онлајн;</li> <li>• Успостава оквира који ће омогућити тај преглед. Именовати предсједавајућег и радну групу која ће подносити извјештај управљачком одбору;</li> <li>• У оквиру формалног образовања, извршавање евалуације постојећих наставних планова и програма, израда извјештаја о најважнијим закључцима и предложеним унапређењима, као и израда плана реформе наставних планова и програма који су релевантни за туризам уз дефинисање надлежности, циљева, активности, буџета, рокова и критеријума мониторинга и евалуације;</li> </ul>

- У оквиру неформалних програма обука, припрема и објављивање годишњих планова понуђених курсева који су релевантни за индустрију, као и израда прилагођених материјала за курсеве за теме за које они недостају;
- Подстицње најбоље предавачке праксе кроз развој и понуду програма методологије обуке за наставнике и инструкторе;
- Тражење и добијање одобрења и подршке за имплементацију плана реформи и едукацијских програма;
- Вршење мониторинга и евалуације напретка програма у испуњавању циљева;
- Организовање конференције кључних актера који ће покренути план реформи. Тржишно представљање и промовисање унапријеђења програма према широј заједници, те посебно представљање курсева менаџерима и запосленима у индустрији;
- Проширивање мреже међународних партнерстава кроз унапређење наставног програма, метода предавања и истраживања на образовним институцијама. То ће укључивати и добијање међународног признања за универзитете преко *UNWTO TedQual* сертификације;
- Покретање и проширење проширивање програма обуке и сертификације који је базиран на пракси у индустрији – „Путеви ка професионализацији“ (*Pathways to Professionalism*) - у складу са следећим активностима:
  - Успостављање управљачког састанка кључних актера који ће усвојити, структурисати и усмјеравати рад;
  - Успостављање оквира за програм „Путеви ка професионализацији“ (ПкП) олакшавајући организационе процесе;
  - Подржавање регрутовања и именовања менаџера програма;
  - Израда плана пословања који ће садржавати циљне вриједности, активности, буџете, временски план, и критеријуме за мониторинг и евалуацију;
  - Вршење мониторинга и евалуације процеса у циљу осигурања напретка у развоју програма ПкП;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подржавање израде стручних стандарда (3 занимања: конобар, кувар, домаћинство), програмску документацију и материјале;</li> <li>• Организовање конференције кључних актера који ће покренути план програма „Путеви ка професионализацији“;</li> <li>• Подржавање успоставе регистра партнерских послодаваца за програм, инструктора и верификатора у одговарајућем удружењу или ауторитету;</li> <li>• Тражење и осигуравање агенције/а за сертификацију/акредитацију која ће усвојити и акредитовати професионалне профиле;</li> <li>• Финализовање и верификовање стандарда занимања (3) за Нивое 1-4;</li> <li>• Поједностављење процеса обуке и регистрације лиценци у циљу повећања броја стручно квалификованих водича;</li> <li>• Увођење посебних лиценцирајућих сертификата за специјализоване услуге водича, као што су услуге водича у природи или авантуристичким активностима;</li> <li>• Израда и промовисање усвајања етичког кодекса за туристичке водиче у циљу обезбјеђења професионалног понашања према туристима и пружаоцима туристичких услуга;</li> <li>• Успостава управљачког одбора којег чине представници релевантних органа у циљу поједностављења процеса обуке;</li> <li>• Креирање и покретање новог програма обуке туристичких водича за све водиче, које је обавезно завршити да би се могли регистровати и добити лиценце;</li> </ul>								
<b>Стратешки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Формирање радне групе и унапређење наставних планова</li> <li>- Подржавање програм „Путеви ка професионализацији“</li> </ul>								
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Индикатори</th> <th style="text-align: center;">Полазне вриједности</th> <th style="text-align: center;">Циљне вриједности</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-Модернизовани наставни планови и програми усвојени и почела њихова примјена у школама, универзитетима</td> <td>0 (2022) 0 0 (2022) Не 0 (2022) 0</td> <td>10 (2027) Да 800 Да 1000 (2027) 60</td> </tr> </tbody> </table>	Индикатори	Полазне вриједности	Циљне вриједности	-Модернизовани наставни планови и програми усвојени и почела њихова примјена у школама, универзитетима	0 (2022) 0 0 (2022) Не 0 (2022) 0	10 (2027) Да 800 Да 1000 (2027) 60		
Индикатори	Полазне вриједности	Циљне вриједности							
-Модернизовани наставни планови и програми усвојени и почела њихова примјена у школама, универзитетима	0 (2022) 0 0 (2022) Не 0 (2022) 0	10 (2027) Да 800 Да 1000 (2027) 60							

	<p>-Апликација за сертификат <i>UNWTO TedQual</i> за универзитетске програме</p> <p>-Број запослених који су прошли кратке курсеве (м/ж)</p> <p>-Инициран програм Путеве ка професионализацији (Д/Н)</p> <p>-Број запослених чије су вјештине усавршене уз рад примјеном програма Путеве ка професионализацији (м/ж)</p> <p>-Број нових, обучених туристичких водича (м/ж)</p>		
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Развој квалитетних наставних програма и курикулума у туризму и угоститељству у складу са потребама приватног сектора би требао имати снажан утицај на понуду људског капитала свјетске класе, и унапређење вјештина садашњих запослених.		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 3.020 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОиТ, Привредна/Господарска комора ФБиХ, кантонална министарства образовања и науке и педагошки заводи, центри за образовање одраслих, Федерално министарство развоја, предузетништва и заната, Федерално министарство образовања, струковна удружења угоститеља у ФБиХ, хотели и ресторани у ФБиХ		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОиТ		
<b>Циљне групе</b>	Средње школе и универзитети који нуде програме у туризму, представници приватног сектора, Привредна/Господарска комора ФБиХ, струковна удружења, водећи хотели и ресторани из приватног		

	сектора у ФБиХ, Власници и менаџери ММСП-ова и МСП-ова у туризму у руралним подручјима, дијаспора која би могла бити мотивисана да улаже у новоосноване фирме у туристичкој дјелатности у ФБиХ. Појединци (туристички водичи) и путничке агенције/туроператери.
--	---

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>		
<b>Приоритет</b>	<b>IV УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА</b>		
<b>Назив мјере</b>	<b>4.1. ПОБОЉШАТИ ПРИСТУПАЧНОСТ, МОГУЋНОСТИ ПРЕВОЗА И УСЛУГА ПОСЈЕТИОЦИМА, ТЕ РАЗВИТИ МОДЕРНУ ТУРИСТИЧКУ ИНФРАСТРУКТУРУ</b>		
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је учинити што више локација и атракција доступним за посјете, те повећати број туриста.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Повећати капацитет прихвата међународних авиолетова;</li> <li>• Радити на заговарању побољшаних услова преласка границе у сарадњи с РС и Брчко дистриктом БиХ, као и са државним надлежним институцијама;</li> <li>• Осигурати адекватну понуду услуга превоза (туристичких аутобуса и агенција за изнајмљивање аутомобила, итд) да се задовољи предвиђена потражња у смислу обима, профила и врста путника;</li> <li>• Побољшати квалитет туристичких информативних центара;</li> <li>• Побољшати ниво хигијене и чистоће, уређеног јавног простора и безбједност;</li> <li>• Побољшати и развити туристичку инфраструктуру;</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	- Побољшати туристичку инфраструктуру		
	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>

<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	-Обим ваздушног саобраћаја у ФБиХ -Број летова у ФБиХ -Инфраструктура за ваздушни приступ (број путника, број летова, итд) ( <i>WEF</i> индикатор) -Инфраструктура копненог превоза ( <i>WEF</i> индикатор)	1,769,596 (2019) 15,410 (2019) 2,0 (2019) 2,4 (2019)	+20% - 2,2 3,0
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Побољшана понуда смјештаја требала би привући више посјетитеља, а фокус на купце веће куповне моћи побољшаће просјечну потрошњу		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 5.000 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Пружаоци смјештаја, инвеститори, банке		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	Убрзан раст и развој сектора туризма
<b>Приоритет</b>	<b>IV УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>4.2. УНАПРЕЂЕЊЕ ПРАВНОГ И РЕГУЛАТОРНОГ ОКВИРА КАКО БИ СЕ ОМОГУЋИЛА КОНКУРЕНТНОСТ ИНДУСТРИЈЕ ТУРИЗМА И ОДРЖИВИ РАСТ И КРЕИРАЛА ПОЛИТИКА ЗАСНОВАНА НА КВАЛИТЕТНИМ ПОДАЦИМА (СТАТИСТИКА, ИСТРАЖИВАЊЕ И АНАЛИЗА ПОДАТАКА)</b>

<p><b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b></p>	<p>Циљ ове мјере је створити боље пословно окружење за развој и раст туризма.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Спровести реформски програм заснован на конкурентности с циљем подстицања раста сектора туризма;</li> <li>• Развити годишњи програм конкурентности сектора и документа политике сектора којима ће се указивати на правне и регулаторне препреке и приоритетне реформе. Јавно-приватни програм реформи у области политика служиће у сврхе сталних побољшања правног оквира у складу с најновијим захтјевима тржишта и приватног сектора;</li> <li>• Ускладити законе и прописе о туризму између ФБиХ и кантона Израда смјерница/водича за пословне субјекте у туризму;</li> <li>• Побољшати статистички систем и ускладити га с европским и међународним стандардима (сарађивати у креирању ТСА);</li> <li>• Увести е-туризам ради прикупљања података у сектору туризма;</li> <li>• Организовати широке консултације учесника с представницима приватног сектора ради прикупљања улазних података;</li> <li>• Припремити попис обавезних елемената водича, формат (онлине) и обим водича;</li> <li>• Објавити позив за подношење приједлога;</li> <li>• Изабрати имплементатора;</li> <li>• Израдити водич и учинити га доступним у штампаном издању и онлајн верзији на БХС и енглеском језику;</li> <li>• Радити на усклађивању са стандардима ЕУ;</li> <li>• Редовна координација с релевантним тијелима/институцијама за промјену/усклађивање прикупљања статистичких података (ТСА рачун);</li> <li>• Увести е-туризам ради прикупљања података у сектору туризма</li> </ul>		
<p><b>Стратешки пројекти</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Израда програма у сврху побољшања конкурентности на нивоу Федерације БиХ</li> <li>- Сателитски рачун за туризам/Побољшана статистика за доношење одлука те маркетинг и промоцију дестинације</li> </ul>		
<p><b>Индикатори за мониторинг</b></p>	<p><b>Индикатори</b></p>	<p><b>Полазне вриједности</b></p>	<p><b>Циљне вриједности</b></p>

<b>результата мјере</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Усвојена Стратегија развоја туризма ФБиХ</li> <li>- Донесен Закон о туристичким заједницама/организацијама у ФБиХ</li> <li>- Број израђених и усвојених докумената политике сектора</li> </ul>	Не Не 0	Да Да 3
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Укључивање што шире мреже заинтересованих страна у припрему докумената политике сектора ( <i>white paper</i> ) осигураће њихову подршку и на тај начин олакшати спровођење политика након њиховог објављивања		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 600 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	Федерално министарство животне средине и туризма, кантони, П/Г комора ФБиХ, Федерални завод за статистику		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Сви заинтересовани актери, укључујући угоститељски сектор, пружаоце дјелатности, туристичке агенције, водиче, стручњаци.		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	Убрзан раст и развој сектора туризма
<b>Приоритет</b>	<b>IV УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>4.3. УСПОСТАВЉАЊЕ ПРИМЈЕНЕ ЕКОЛОШКИХ ПРИНЦИПА ОДРЖИВОСТИ У ТУРИЗМУ</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	Циљ ове мјере је успоставити примјењиве и одрживе еколошке принципе за туристичке дестинације и предузећа кроз:



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Унапређење система финансирања заштите животне средине и модела управљања заштићеним подручјима;</li> <li>• Усвајање програма за очување потенцијално угрожених локалитета и проглашавање нових заштићених подручја;</li> <li>• Развој планова управљања посјетиоцима и ангажовања заједница за заштићена подручја природе са освртом на развој туризма и начине одрживог коришћења датог подручја;</li> <li>• Побољшање планова и програма развоја туризма којима се уређују инфраструктурни радови у крхким природним окружењима, у близини или унутар заштићених подручја;</li> <li>• Увођење принципа одрживости и сертификацију за туристичке дестинације и предузећа;</li> <li>• Развијање Зелене шеме Босне и Херцеговине (Програм одрживог развоја);</li> <li>• Усвајање зелене сертификацијусертификације, ГСЦТ критеријума система сертификације;</li> <li>• Промовисати и подстицати одрживе туристичке операције и побољшати брендирање и привлачност дестинације;</li> <li>• Успостављање, промовисање и осигуравање имплементације еколошки прихватљивих пракси и зеленог система сертифицивања и награда за туроператере, хотеле и друге пружаоце смјештаја, као и за ресторане;</li> <li>• Уградња принципа одрживости у развојне планове општина и заштићена подручја;</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Побољшати планове и програме развоја туризма којима се уређују инфраструктурни радови у близини или унутар заштићених подручја.</li> <li>- Подржати смјештајне објекте који раде на промоцији еколошких стандарда и енергетски су самоодрживи, тзв. „зелене хотеле“</li> <li>- Усвојити зелену сертификацију и критеријуме система сертификације</li> </ul>		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	- Одрживост животне средине	- 4,3 (2019) - 0	• 5 • 10

	- Број сертифицираних субјеката		
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Сертификација зеленог туризма ће пружити фокус и шаблон за предузећа и субјекте за јачање својих производа, повећавајући њихову конкурентност на домаћем и међународном тржишту.		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 1.200 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	МВТЕО/Федерално министарство животне средине и туризма/Федерални фонд за животну средину/Министарство пољопривреде, водопривреде и шумарства Федерације Босне и Херцеговине		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Туроператори, хотели и други понуђачи смјештаја, ресторани		

<b>Веза са стратешким циљем</b>	Убрзан раст и развој сектора туризма
<b>Приоритет</b>	<b>IV УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА</b>
<b>Назив мјере</b>	<b>4.4. ПОВЕЋАЊЕ ОБИМА ИНВЕСТИЦИЈА И УНАПРЕЂЕЊЕ ПРИСТУПА ФИНАНСИЈАМА</b>
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је повећати обим инвестиција у сектору. Неке од предложених активности обухватају.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сачињавање листе приоритетних могућности за улагање и израдити план промоције улагања;</li> <li>• Унапријеђење сарадње са дијаспором с циљем улагања у туризам;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Олакшавање јавно-приватна партнерства ради реализације улагања;</li> <li>• Ревидирање, унапријеђење и проширење расположивих програма грантова и субвенција које финансира Влада;</li> <li>• Искориштавање постојећег кредитно-гарантни фонда за јачу подршку микро, малим и средњим предузећима у туризму;</li> <li>• Олакшавање приступа финансијским средствима за микро, мала и средња предузећа кроз изградњу капацитета;</li> <li>• Израда мастер плана за потребе улагања у туризам на цијелој територији ФБиХ током овог стратешког периода којим ће се показати могућности улагања у одмаралишта, смјештаје, ресторане и искуства посјетилаца (као што су ски центри, авантуристички паркови, забава и малопродајни центри) на кантоналном нивоу;</li> <li>• Израда детаљног списка расположивих могућности улагања у туризам, у које су институције јавног сектора спремне инвестирати, како би се кроз јавно-приватна партнерства привукли инвеститори из приватног сектора;</li> <li>• Израда Водича за улагања намијењеног потенцијалним инвеститорима, у којем ће се навести прописи и кораци везани за регистрацију предузећа и добијање дозвола на федералном, кантоналном и општинском нивоу, а који ће бити доступан путем интернета;</li> <li>• Израда плана промоције улагања за привлачење домаћих и страних инвеститора;</li> <li>• Организовање инвестиционих кампања у приоритетним секторима и циљним земљама, као и оних намјењених дијаспори;</li> <li>• Спровођење информативних кампања преко организација дијаспоре и амбасада, у циљу промоције улагања у туризам у БиХ;</li> <li>• Организовање годишње инвестиционе конференције дијаспоре у ФБиХ, као и</li> </ul>
--	---

	<p>теренске посјете различитим кантонима да би се показале могућности улагања широм ФБиХ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Пружање помоћи инвеститорима путем <i>one stop shopa</i>, с циљем олакшавања процеса регистрације и добијања дозвола;</li> <li>• Припрема годишњег водича расположивих фискалних подстицаја или грантова које дају сви нивои власти и објављивање на једном мјесту;</li> <li>• Сваки ниво власти у Федерацији БиХ треба везати подстицаје и грантове које даје с јасним програмом креирања нових и побољшања постојећих туристичких искустава или промоције дестинације;</li> <li>• Разматрање могућности давања подстицаја авиокомпанијама с федералног или кантоналног нивоа, како би се повећао број авиолинија с аеродрома у ФБиХ;</li> <li>• Припрема годишњег водича/директоријума расположивих фискалних подстицаја или грантова које дају владине агенције и њихово објављивање на једном мјесту;</li> <li>• Редовно ажурирање водича/директоријума;</li> <li>• У сарадњи са развојном банком осигурати линију повољних кредитних линија за улагања у туризам и предузећа из сектора туризма;</li> <li>• Свака владина агенција треба везати подстицаје и грантове које даје, са јасним програмом креирања нових и побољшања постојећих туристичких искустава или промоције дестинације;</li> <li>• Проширивање знања и побољшање вјештине туристичких предузећа за представљање за банке прихватљивих захтјева за добијање кредита, што се може постићи кроз услуге развоја пословања које могу пружати владе или регионалне развојне организација;</li> <li>• Уз подршку УСАИД-овог пројекта Туризам и других партнера који ће се идентификовати у наредном периоду, допринијети редовном ажурирању онлајн финансијског директоријума о доступним кредитима, грантовима, субвенцијама, подстицајима). Онлајн финансијски директоријум је развијен</li> </ul>
--	---

	од стране УСАИД Туризам пројекта и редовно ће се ажурирати како би се омогућило предузећима у туристичком сектору да на једном мјесту лако пронађу све релевантне опције финансирања и на тај начин им се омогући бољи приступ финансирању;		
<b>Стратешки пројекти</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Израда Водича за улагања и базу пројеката за улагање на нивоу ФБиХ</li> <li>- Израда базе података о грантовима и субвенцијама на федералном нивоу (уобзирити и грантове и субвенције кантона );</li> </ul>		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Укупне инвестиције у сектору туризму</li> <li>- Број новорегистрованих фирми у туристичком сектору основаних од м/ж</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повећање за 20%</li> <li>• Повећање за 20%</li> </ul>
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Јасно дефинисани пројекти за улагање, те Водич за инвеститоре убрзати ће инвестиције у туризму ФБиХ. Таргетирањем дијаспоре убрзати ће се процес инвестирања у сектор што ће у коначници резултовати понудом квалитетнијих производа и услуга, осигурати бољи квалитет у туризму и позитивно утицати на запошљавање.		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 1.870 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	ФМОИТ, кантоналне туристичке заједнице		
<b>Одговорни за мјеру</b>	Федерално Министарство животне средине и туризма/друга релевантна министарства/Агенција за унапређење страних инвестиција у БиХ/Спољнотрговинска комора БиХ. Бизниси из туристичког и угоститељског сектора, банке, министарства, привате И јавне организација/институције		

<b>Циљне групе</b>	Домаћи и страни инвеститори, локалне заједнице, дестинације и јавне организација/институције
--------------------	--

<b>Веза са стратешким циљем</b>	<b>Убрзан раст и развој сектора туризма</b>		
<b>Приоритет</b>	<b>IV. УНАПРЕЂЕЊЕ ПОДСТИЦАЈНОГ ОКРУЖЕЊА ЗА РАЗВОЈ ОДРЖИВОГ ТУРИЗМА</b>		
<b>Назив мјере</b>	<b>4.5. ПОДИЗАЊЕ СВИЈЕСТИ О ВАЖНОСТИ ТУРИЗМА</b>		
<b>Опис мјере са индикативним подручјима дјеловања</b>	<p>Циљ ове мјере је популаризација и приоритизација туризма у ФБиХ, те позиционирање туризма као једне од пет стратешких сектора.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Спровести кампању подизања свијести о вриједности индустрије туризма усмјерену на јавни сектор и креаторе политика, која може бити организована у форми објављивања редовних информација (newsletter) припремљених од стране фмоит и подијелити свим релевантним јавним институцијама, министарствима, агенцијама;</li> <li>• Спровести кампању подизања свијести о вриједности и предностима бављења туристичком дјелатношћу усмјерену на локалну заједницу и учеснике у сектору туризма који би требао бити усмјерен на промоцију успјешних предузетника и дестинација ФБиХ;</li> <li>• Спровести опсежну јавну анкету о ставовима према туризму, која ће служити и као информација о перцепцији грађана, али и као канал за добијање повратних информација од грађана о томе шта се може побољшати, увести, поправити;</li> <li>• Покренути свеобухватну кампању подизања свијести ради подстицања одрживих пракси пружалаца туристичких услуга с посебним освртом на инклузивне праксе, на нивоу цијелог ентитета;</li> <li>• Повећати ниво свијести јавности у области заштите природе;</li> </ul>		
<b>Стратешки пројекти</b>	- Подржати кампање подизања свијести о вриједности индустрије туризма		
<b>Индикатори за мониторинг резултата мјере</b>	<b>Индикатори</b>	<b>Полазне вриједности</b>	<b>Циљне вриједности</b>
	- Пословно окружење - Број покренутих кампања о	3,4 (2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4.5</li> <li>• 3</li> </ul>

	подизању свијести о значају туризма	2020. год 0	
<b>Развојни ефекат и допринос мјере реализацији приоритета</b>	Кампања ће директно водити унапређењу подстицајног окружења за одрживи развој туризма тако што ће се обезбједити опређељеност и одобравање различитих друштвених слојева и ентитетских управљачких структура у погледу будућих активности везаних за туризам и то подстицањем пословне заједнице да ради на унапређењу квалитета туристичких услуга и производа, мобилизацијом шире јавности у циљу заштите природних и културних добара, едуковањем креатора политика о економским вриједностима туризма.		
<b>Индикативна финансијска конструкција, са изворима финансирања</b>	Износ: 300 000		
<b>Период имплементације мјере</b>	2022 – 2027		
<b>Институције надлежне за координацију имплементације мјере</b>	Федерално министарство животне средине и туризма, туристичке заједнице и организације/Фонд за заштиту животне средине БиХ/Привредна комора ФБиХ/Невладине организација/страни пројекти (донатори), медији		
<b>Одговоран за мјеру</b>	ФМОИТ		
<b>Циљне групе</b>	Комплетна туристичка индустрија/локална заједница		

#### ПРИЛОГ 4) ВЕЗА С КАНТОНАЛНИМ СТРАТЕГИЈАМА РАЗВОЈА

При изради овог документа у обзир су узете и кантоналне стратегије развоја за период 2021-2027. године с циљем да се утврде предложене мјере везане за туристичке производе и искуства. Због количине информација, овај преглед дат је у прилогу, а не као посебно поглавље стратегије. У доњој табели дат је преглед споменутих мјера:

**Табела 17. Веза са кантоналним стратегијама**

<p><b>Унско-сански кантон – УСК</b>  <b>Извор:</b> Стратегија развоја Унско-санског кантона 2021–2027.  <b>Одговарајуће мјере:</b>  1.3.2. Увођење и подстицање иновација у привреди</p>
--

- 1.4.1. Унапређење туристичке понуде креирањем привлачних туристичких производа заснованих на локалним туристичким ресурсима
- 1.4.2. Промоција и привлачење инвестиција у циљане туристичке области у сектору туризма
- 1.4.3. Промоција УСК као атрактивне туристичке дестинације
- 3.2.3. Јачање транспортних и саобраћајних капацитета и повезаности с државним и међудржавним центрима

**Посавски кантон – ПК**

**Извор:** Стратегија развоја Посавског кантона 2021. – 2027. год.

**Одговарајуће мјере:**

- 1.3.1. Уређење локација и објеката културно-историјског и природног наслеђа (ријечног, ловног и риболовног туризма)
- 1.3.2. Промовисање туристичке понуде и подршка туристичким манифестацијама
- 3.1.1. Успостава функционално-институционалних капацитета за интегрално управљање простором и животном средином
- 3.1.2. Креирање одрживог система управљања отпадом уз подршку оптимизацији и рационализацији покривености комуналних услуга

**Тузлански кантон – ТК**

**Извор:** Стратегија развоја Тузланског кантона за период 2021–2027. година

Прилог 3 – Детаљан преглед Мјера

**Одговарајуће мјере:**

- 1.1.2. Унапређење пословања привредних субјеката на подручју Тузланског кантона
- 1.2.4. Подршка одрживом руралном развоју
- 1.3.1. Иновирање постојећих и развој нових атрактивних садржаја туристичке понуде с посебним акцентом на развој смјештајних капацитета
- 1.3.2. Развој туристичке инфраструктуре и подстицање инвестиција у туризам
- 1.3.3. Промоција и брендирање Тузланског кантона као пожељне туристичке дестинације
- 2.4.1. Унапређење услова за развој и бављење спортом
- 2.4.3. Унапређење услова за културно-историјски развој
- 3.1.1. Израда планске документације и информационих система за ефикасно коришћење простора и за заштиту животне средине
- 3.3.1. Изградња мреже аутопутева/брзих путева и магистралних путева на подручју Тузланског кантона
- 3.3.2. Реконструкција, рехабилитација и санација мреже регионалних путева на подручју Тузланског кантона
- 3.3.3. Јачање инфраструктуре ваздушног саобраћаја

**Зеничко-добојски кантон – ЗДК**

**Извор:** Нацрт Стратегије развоја Зеничко-добојског кантона за период 2021–2027. година

**Одговарајуће мјере:**



- 1.2.1 Унапређење квалитета и конкурентности пољопривредно-прерамбене производње уз јачање капацитета за већи степен финализације, извоза и одрживости пољопривредних произвођача
- 1.2.5 Развој руралне инфраструктуре и доступности услуга
- 1.3.1 Повећање квалитета туристичке понуде и валоризације туристичких ресурса
- 1.3.2 Унапређење туристичке инфраструктуре и ревитализација културно-историјских објеката и туристичких дестинација
- 1.3.3 Промоција туристичке понуде и потенцијала уз интеграцију у регионалне туристичке производе
- 2.2.1. Подршка развоју спортских активности и инфраструктуре
- 2.2.2. Подршка развоју културних активности и инфраструктуре
- 3.4.1. Развој путне инфраструктуре регионалног и локалног карактера

#### **Босанско-подрињски кантон Горажде – БПК**

**Извор:** Нацрт Стратегије развоја Босанско-подрињског кантона Горажде 2021–2027.

##### **Одговарајуће мјере:**

- 1.2.1. Унапређење пољопривредних капацитета и развој система за откуп и пласман пољопривредних производа
- 1.2.2. Подршка повећању обима и конкурентности пољопривредне производње уз модернизацију
- 1.2.3. Коришћење шумских ресурса за одрживи рурални развој
- 1.3.1. Унапређење туристичке понуде засноване на атрактивним ресурсима
- 1.3.2. Промоција туристичке понуде и подршка туристичким манифестацијама
- 2.2.1. Унапређење система подршке спорту и развој спортске инфраструктуре
- 2.2.2. Обогаћивање културних садржаја
- 3.2.3. Изградња и реконструкција путне инфраструктуре

#### **Средњобосански кантон – СБК**

**Извор:** Стратегија развоја Средњобосанског кантона 2021. – 2027. година

##### **Одговарајуће мјере:**

- 1.1.1. Унапређење капацитета, квалитета, промоције и конкурентности пољопривредне производње
- 1.1.2. Подршка развијању перспективних биљних култура и самозапошљавању у пољопривреди
- 1.3.1. Повећање квалитета и промоције туристичке понуде уз валоризацију туристичких ресурса
- 1.3.2. Унапређење туристичке инфраструктуре и ревитализација културно-историјских објеката и туристичких дестинација
- 2.2.1. Обнова и опремање простора за спровођење културних активности и подизање свијестимлади о важности културе
- 2.2.2. Обнова и опремање спортских објеката и подизање свијести омладине о важности бављења спортским активностима
- 3.3.2. Повећање заштите и очувања природних подручја која имају немјерљиву природну и

културно-историјску вриједност

**Херцеговачко-неретвански кантон – ХНК**

**Извор:** Стратегија развоја Херцеговачко-неретванског кантона за период 2021–2027. година

**Одговарајуће мјере:**

- 1.1.1. Унапређење пословног окружења кроз смањење административних препрека и
- 1.1.2. Јачање институционалне подршке постојећим и новим пословним субјектима
- 1.1.3. Подршка унапређењу конкурентности постојећих и нових предузећа и заната
- 1.1.4. Подршка успостави и развоју пословних зона и предузетничких институција за подршку
- 1.3.1. Развој нових и квалитетних садржаја туристичке понуде
- 1.3.2. Промоција и брендирање ХНК као препознатљивог и пожељног туристичког одредишта
- 1.3.3. Повезивање туризма и пољопривреде
- 1.3.4. Развој људских потенцијала у туризму
- 2.1.2. Побољшање квалитете основног, средњег и високог образовања
- 2.1.3. Јачање капацитета научно-истраживачких и високообразовних институција у складу с нормама ЕУ
- 2.1.5. Развој цјеложивотног учења
- 2.2.3. Јачање културе и спорта кроз туризам
- 3.1.2. Подстицање сарадње, израде и хармонизације стратешко-планске документације у области заштите животне средине
- 3.1.3. Јачање самоодрживости заштићених подручја
- 3.2.3. Подстицање одрживог и еколошко прихватљивог просторног планирања

**Западнохерцеговачки кантон – ЗХК**

**Извор:** Радна верзија Стратегије развоја Западнохерцеговачког кантона 2021. – 2027.

**Одговарајуће мјере:**

- 1.2.2. Подршка производњи, преради и продаји пољопривредних производа
- 1.2.3. Организовано повезивање пољопривредних произвођача и прерађивача хране ради промоције, продаје и повећања извоза
- 1.2.4. Подизање квалитета и стандардизација пољопривредних производа
- 1.3.1. Развој туристичке инфраструктуре
- 1.3.2. Подршка развоју предузетништва у туризму и повећање смјештајних капацитета
- 1.3.3. Промоција ЗХК као туристичке и пословно привлачне регије
- 2.3.3. Подршка развоју спортске инфраструктуре и спортских активности
- 3.3.3. Развој система управљања заштићеним подручјима
- 3.4.3. Подизање квалитета путне саобраћајне инфраструктуре у ЗХК
- 3.5.1. Побољшање институционалних и инфраструктурних услова за развој, промоцију и управљање културно-историјском баштином
- 3.5.2. Стварање услова за очување, преношење и промоцију Народне традиционалне баштине

- 3.5.3. Побољшање инфраструктурних услова за развој, промоцију и управљање културно-историјском баштином
- 3.5.4. Подршка развоју и промоцији културних и креативних индустрија
- 3.5.5. Подизање свијести о заштити културно-историјске баштине и њена промоција

**Кантон Сарајево – КС**

**Извор:** Стратегија развоја Кантона Сарајево 2021–2027. (нацрт)

**Одговарајуће мјере:**

- 1.3.3. Системска подршка развоју креативних индустрија
- 1.6.1. Успостављање ефикасног дестинацијског менаџмента
- 1.6.2. Унапређење амбијента за развој предузетништва и развој људских капацитета у туризму
- 1.6.3. Развој туристичке инфраструктуре
- 1.7.1. Унапређење пољопривредно-прехранбеног сектора и руралног развоја
- 1.7.2. Развој руралне инфраструктуре и доступности јавних услуга у руралним подручјима
- 2.4.1. Успостављање система подршке развоју културе и креативних индустрија
- 2.4.2. Унапређење заштите културно-историјског наслеђа
- 2.4.3. Успостављање одрживог система развоја спорта
- 3.2.1. Валоризација и заштита биодиверзитета и осталих природних вриједности уз непрекидни мониторинг
- 3.4.1. Изградња и реконструкција јавне саобраћајне инфраструктуре
- 4.5.1. Креирање и управљање брендом

**Кантон 10**

**Извор:** Развојна стратегија Кантона 10 за период 2021. – 2027. година

**Одговарајуће мјере:**

- 1.1.2. Подршка оснивању и развоју МСП-а
- 1.1.4. Подстицање развоја предузетништва
- 1.1.5. Спровођење активне политике запошљавања и самозапошљавања
- 1.2.1. Подршка развоју биљне и анималне производње
- 1.2.2. Подршка руралном развоју
- 1.2.3. Унапређење квалитета и јачање конкурентности пољопривредне производње
- 1.3.1. Интеграција понуде кроз унапређење система руралних туристичких искустава и промоција руралног туризма
- 1.3.2. Јачање одрживости руралног предузетништва
- 1.4.4. Стимулација повезивања с бх. дијаспором
- 2.1.2. Подршка даљњем развоју спорта и културе
- 3.1.3. Изградња и одржавање путне инфраструктуре
- 3.2.1. Очување биолошке разноликости и одрживо коришћење природних ресурса

Осим тога, у кантоналним стратегијама развоја утврђени су и одређени стратешки пројекти које треба имати на уму приликом утврђивања

стратешких приоритета и мјера везаних за развој туристичког производа. Споменути пројекти су наведени у сљедећој табели:

#### **Унско-сански кантон – УСК**

**Извор:** Стратегија развоја Унско-санског кантона 2021–2027.

#### **Одговарајући пројекти:**

- 1: Припрема и имплементација Стратегије пољопривреде и руралног развоја
- 2: Успостављање пословног инкубатора
- 3: Припрема имплементације Стратегије развоја туризма УСК
- 4: Реконструкција и повећање смјештајних капацитета, као и бољег коришћења природних ресурса Љечилишта „Гата“

#### **Посавски кантон – ПК**

**Извор:** Стратегија развоја Посавског кантона (2021. – 2027. )

#### **Одговарајући пројекти:**

- Изградња туристичког насеља „Језера Циглане“  
Изградња наутичке ријечне луке на ријечи Сави, на подручју града Орашје  
Проглашавање подручја еколошке мреже Натура 2000 – Ријека сава (Оџак) заштићеним подручјем  
Проглашавање подручја еколошке мреже Натура 2000 – Тишина (Домањевац-Шамац) заштићеним подручјем  
Проглашавање подручја Старача Војскова (Оџак) заштићеним пејзажом  
Проглашавање подручја Вучијак (Оџак) заштићеним пејзажом

#### **Тузлански кантон – ТК**

**Извор:** Стратегија развоја Тузланског кантона за период 2021–2027. година

Прилог 3 – Детаљан преглед мјера

#### **Одговарајући пројекти:**

- Изградња аутопута/брзог пута Тузла – Брчко – Орашје (ријека Сава), као дијела аутопута/брзог пута Сарајево – Тузла – Београд  
Изградња брзог пута Зворник – Тузла – Добој  
Изградња дионице магистралног пута М-18 Шићки Брод – Кладањ  
Заштита акумулације језера Модрац – I Фаза  
Формирање Научно-технолошких паркова у Тузли и Живиницама  
Израда просторног плана за подручје Тузланског кантона за период 2026–2046. године (веза с М3.1.1)  
Успостављање јединственог информационог система (ГИС-а) на подручју ТК (веза с М3.1.1)  
*Business Start Up Fond* Тузланског кантона (веза с М1.1.2)  
Јачање административних капацитета у циљу спровођења пројеката по моделу јавно-приватног партнерства (веза с М1.1.4)  
Опремање општинских и градских структура цивилне заштите (веза с М2.5.1)  
Планинска трансверзала „Пут Сребреничке повеље“ (веза с М1.3.2)

### **Зеничко-добојски кантон – ЗДК**

**Извор:** Нацрт стратегије развоја Зеничко-добојског кантона за период 2021–2027. године

#### **Одговарајући пројекти:**

- 1.1.2.5 Подршка увођењу е-трговине и е-пословања
  - 1.1.3.7 Подршка развоју научноистраживачке инфраструктуре (техно-парк, лабораторије за безбједност производа, иновациони центри...)
  - 1.2.1.9 Подстицаји за пољопривредну производњу с прилагођеним критеријумима, укључујући подстицаје за инвестиције и техничко-технолошко опремање пољопривредних газдинстава
  - 1.2.4.6 Примјена ФСЦ стандарда
  - 1.3.1.7 Увођење шеме туристичких ваучера за подстицај развоју домаћег туризма
  - 1.3.2.5 Изградња трим и бициклистичких стаза на погодним локалитетима
  - 1.4.1.4 Кредитно-гарантни фонд – програм за одржавање ликвидности предузећа
- Стратешки пројекат
- 2.2.2.2. Измјене и допуне законског оквира у области културе
  - 2.2.2.4. Израда/ажурирање Стратегије о заштити и очувању културних и историјских ресурса у ЗДК
  - 2.2.2.6. Дизајнирање *онлајн* културних манифестација и успостава система за реализацију иновативних догађаја у области културе
  - 3.3.1.1. Промоција и едукација о одрживости природних ресурса
  - 3.3.1.3. Успостава јединствене базе заштићених подручја у ЗДК и одређена граница заштићеног подручја
  - 3.4.1.1. Подршка изградњи и реконструкцији путне инфраструктуре у најнеразвијенијим подручјима ЗДК
  - 3.4.1.2. Израда саобраћајних пројеката за постојеће и нове путеве (сигнализација,обилјежавање и сл)

### **Босанско-подрињски кантон Горажде – БПК**

**Извор:** Нацрт Стратегије развоја Босанско-подрињског кантона Горажде 2021–2027.

#### **Одговарајући пројекти:**

Изградња пута Горажде – Сарајево

### **Средњобосански кантон – СБК**

**Извор:** Стратегија развоја СБК/КСБ 2021–2027.

**Одговарајући пројекти:** У стратегији нема прецизно дефинисаних пројеката.

### **Херцеговачко-неретвански кантон – ХНК**

**Извор:** Стратегија развоја Херцеговачко-неретванског кантона за период 2021–2027. година

#### **Одговарајући пројекат:**

Изградња Велетржнице „Херцеговина“ у ПЗ Звировићима

### **Западнохерцеговачки кантон– ЗХК**

**Извор:** Радна верзија Стратегије развоја Западнохерцеговачког кантона 2021. – 2027.

#### **Одговарајући пројекти:**

Шема за финансирање пољопривреде, руралног развоја (Рурална Херцеговина)  
Отварање и опремање мреже центара за посјетиоце у општинама и градовима у ЗХК  
Програм подршке развоју малог бизниса и породичног смјештаја у туризму  
Успостављање и организациони развој туристичке заједнице ЗХК  
Стратешки пројекат  
Израда студије о успостављању заштићених подручја у ЗХК  
Израда стратегије развоја и одржавања јавних путева на подручју ЗХК  
Израда Регистра и дигитализација културно-историјског наслеђења

### **Кантон Сарајево – КС**

**Извор:** Стратегија развоја Кантона Сарајево 2021–2027. (нацрт)

#### **Одговарајући пројекти:**

Даља реализација програма развоја инфраструктуре  
Стратешки пројекат: Побољшање туристичко-ресурсне основе олимпијских планина Игмана и Бјелашнице  
Креирање стратегије развоја одрживог туризма КС  
Туристичка сигнализација у КС  
Креирање стратегије руралног развоја  
Креирање стратегије развоја културе Кантона Сарајево  
Попис угрожених дивљих врста и подврста биљака, животиња и гљива у заштићеним природним подручјима Кантона Сарајево према Црвеној листи Федерације БиХ  
Истраживање биодиверзитета у заштићеним природним подручјима, преваходно врста флоре, фауне и фунгије који нису обухваћени Црвеном листом Федерације БиХ  
Израда управљачке и просторно-планске документације за заштићена природна подручја и остале заштићене природне вриједности  
Реализација активности дефинисаних плановима управљања заштићеним подручјима у функцији њихове заштите, одрживог коришћења и промоције  
Развој немоторизованих видова превоза и кретања  
Изградња примарних градских саобраћајница  
Укључивање жељезнице у јединствен систем јавног превоза путника  
Унапређење комуналне хигијене јавно-саобраћајних површина Кантона Сарајево  
Олимпијски прстен Сарајева  
Паметни Град Сарајево  
Зелена економија  
Сарајевски еколошки колодвор

### **Кантон 10**

**Извор:** Стратегија развоја Кантона 10 за период 2021.–2027. година

#### **Одговарајући пројекти:**

Пројектовање и изградња мултифункционалних мелиорационих система крашких поља  
 Развој летишта Брда у контексту јачања повезаности Кантона с регијом и свијетом, али и у служби заштите и спасавања људи и животне средине

#### ПРИЛОГ 5

#### Средње стручне школе с програмима за туристички сектор

	Назив школе	Локација	Понуђени програми (Број година)
1	Средња школа др. Фра Славко Барбарих Читлук	Читлук	Хотелско-туристички техничар (4), Кувар (3), Конобар (3)
2	Мјешовита средња школа Грачаница (+ЦОО)	Грачаница	Туристички техничар (4), Кувар (3), Конобар (3)
3	Средња школа Јабланица (+ЦОО)	Јабланица	Хотелско-туристички техничар (4), Кувар (3), Конобар (3)
4	Средња школа Купрес	Купрес	Туристички техничар (4), Угоститељски техничар (4), Хотелско-туристички техничар (4), Конобар (3), Кувар (3)
5	Средња стручна школа Силвија Страхимира Крањчевића – Ливно (+ЦОО)	Ливно	Хотелско-туристички техничар (4), Конобар (3), Кувар (3), Помоћни кувар (3)
6	Мјешовита економска и хемијска средња школа Лукавац	Лукавац	Конобар (3), Кувар (3)
7	Средња економско-туристичко-угоститељска школа Мостар (+ЦОО)	Мостар	Хотелско-туристички техничар (4), Кувар (3), Конобар (3)
8	Средњошколски центар Хаџићи (+ЦОО)	Сарајево	Туристички техничар (4), Кувар (3)
9	Средња угоститељско-туристичка школа Сарајево (+ЦОО)	Сарајево	Туристички техничар (4), Угоститељски техничар (4), Конобар (3), Кувар (3), Посластичар (3)
10	Друга средња школа Велика Кладуша (+ЦОО)	Велика Кладуша	Кувар (3)
11	Мјешовита угоститељска школа Зеница	Зеница	Угоститељски техничар (4), Кувар (3), Посластичар (3)

1 2	Мјешовита средња школа Бихаћ	Бихаћ	Туристички техничар (4), Конобар (3), Кувар (3)
1 3	Средња школа Чапљина	Чапљина	Кувар (3), Конобар (3)
1 4	Средња стручна школа	Томи славград	Агротуристички техничар (4), Кувар (3)
1 5	Средња стручна школа Посушје	Посушје	Конобар (3), Кувар (3)
1 6	Средња школа Антуна Бранка Шимића Груде	Груде	Конобар (3), Кувар (3)
1 7	Средња школа Столац	Столац	Конобар (3), Кувар (3)
1 8	Средња стручна школа Јајце	Јајце	Хотелско-туристички техничар (4), Кувар (3)
1 9	Средња школа Бусовача	Бусовача	Угоститељски техничар (4), Кулинарски техничар (4), Хотелско-туристички техничар (4), Конобар (3), Кувар (3)
2 0	Мјешовита економско-угоститељска средња школа Травник	Травник	Хотелско-туристички техничар (4), Конобар (3), Кувар (3)
2 1	Средња школа Травник – Нова Била	Нова Била	Конобар (3), Кувар (3)
2 2	Средња школа Витез	Витез	Конобар (3), Кувар (3)
2 3	Средња економска школа Зеница	Зеница	Угоститељски техничар (4)
2 4	Мјешовита средња школа Тешањ (+ЦОО)	Тешањ	Кувар (3)
2 5	Угоститељско-туристичка средња школа Тузла	Тузла	Туристички техничар (4), Угоститељски техничар (4), Конобар (3), Посластичар (3), Кувар (3)
2 6	Мјешовита средња школа Сребреник	Сребреник	Конобар (3), Кувар (3)
2 7	Друга средња школа Цазин	Цазин	Угоститељски техничар (4), Туристички техничар (4), Кувар (3)
2 8	Средња угоститељско-туристичка школа	Мостар	Хотелско-туристички техничар (4), Кувар (3), Конобар (3)
2 9	Мјешовита средња школа Сански Мост	Сански Мост	Хотелско-туристички техничар (4), Кувар (3), Конобар (3)
3 0	Мјешовита средња школа Босански Петровац	Босански Петровац	Хотелско-туристички техничар (4), Кувар (3), Конобар (3), Посластичар (3)



31	Центар за слушну и говорну рехабилитацију	Сарајево	Кувар (3)
32	Средња школа за стручно образовање и професионално усавршавање	Сарајево	Кувар (3)

### Центри за образовање одраслих/Локација и понуђени програми

	Назив	Локација	Програм
1	Центар за образовање одраслих Грачаница	Грачаница	Конобар, Кувар, Посластичар, Угоститељски техничар
2	„Жижа Леарнинг Хотел“	Мостар	Домаћинство, Ф&Б менаџмент, рецепција
3	Центар за образовање и истраживање „Нахла“	Сарајево	Мултикултурални тренинг, основне језичке вјештине у угоститељству, кетеринг
4	Центар за образовање одраслих „Нова Занимања“ Сарајево	Сарајево	Конобар, Кувар, Туристички и Угоститељски техничар
5	Центар за образовање одраслих Тузла	Тузла	Конобар, Кувар, Туристички техничар, Угоститељски техничар
6	ЕДУКА БХ Центар за образовање одраслих	Тешањ	Конобар
7	Приватна школа „Центар за едукацију“ Мостар	Мостар	Конобар, Кувар, Туристички и Угоститељски техничар
8	Приватна средња стручна школа „Веритас“ Широки Бријег	Широки Бријег	Конобар, Кувар, Туристички и Угоститељски техничар
9	Приватна средња стручна школа „Либар“	Широки Бријег	Конобар, Кувар, Туристички и Угоститељски техничар
10	Приватна средња стручна школа „Вербум“ – Мостар	Мостар	Конобар, Кувар, Посластичар, Угоститељски и Кулинарски техничар
11		Јабланица	Конобар, Кувар, Туристички техничар

### Универзитети који нуде студијске програме за сектор туризма

	Назив	Мјесто	Назив одсјека/програма
1	Природно - математички факултет, Универзитет у Сарајеву	Сарајево	Географија – Туризам и заштита околиша
2	Висока школа за туризам и менаџмент, Коњиц	Коњиц	Менаџмент у туризму и угоститељству

3	Економски факултет и Природно - математички факултет, Универзитет у Тузли	Тузла	Менаџмент у туризму
4	Факултет за менаџмент и пословну економију, Универзитет у Травнику	Кисељак	Географија/Туризам
5	Универзитет „Џемал Биједић“, Мостар	Мостар	Менаџмент у туризму и угоститељству
6	Факултет природословно - математичких и одгојних знаности, Свеучилиште у Мостару	Мостар	Студиј туризма
7	Свеучилиште Херцеговина	Мостар	Туризам и заштита околиша
8	Економски факултет, Универзитет у Бихаћу	Бихаћ	Туризам и екологија; Туризам и рекреација, Менаџмент дестинацијског маркетинга