

OSNOVNE KARAKTERISTIKE TURISTIČKE INVESTICIONE POLITIKE PO POJEDINIM ZEMLJAMA S OSVRTOM NA BOSNU I HERCEGOVINU

MAIN CHARACTERISTICS OF TOURISM INVESTMENT POLICY IN INDIVIDUAL COUNTRIES WITH EMPHASIS ON BOSNIA AND HERZEGOVINA

dr. sc. MAIDA DIZDAREVIĆ, vanredni profesor

Ekonomski fakultet Univerziteta “Džemal Bijedić” u Mostaru

***Sažetak:** Turizam je jedan od ekonomskih fenomena koji je posljednjih godina podvrgnut raznim analizama i istraživanjima zahvaljujući rastućim i vidljivim reperkusijama na ekonomiju. U radu će se analizirati karakteristike turističke investicione politike na primjeru razvijenih turističkih zemalja s ciljem utvrđivanja najboljih praksa investiranja u taj sektor. U okviru analiziranih zemalja pažnja će se posvetiti subjektima odgovornim za privlačenje investicija u turizam i različitim, ali kompatibilnim grupama investicionih poticaja i olakšica. Destinacije su odabrane na osnovu indeksa konkurentnosti turističke industrije širom svijeta.*

***Ključne riječi:** turizam, investicije, turistička investiciona politika, razvijene turističke zemlje, Bosna i Hercegovina*

***Abstract:** Tourism is the one of the economic phenomenon that has in recent years undergone various analyzes and studies due to the growing and visible repercussions on the economy. This paper will analyze the characteristics of tourism investment policy on the example of developed tourist countries to determine the best practices of investing in this sector. Within the countries analyzed attention will be given to entities responsible for attracting investment in tourism and different, but compatible groups of investment incentives and exemptions. Destinations are selected based on the index of competitiveness of the tourism industry worldwide.*

***Key words:** tourism, investment, tourism investment policy, developed tourism country, Bosnia and Herzegovina*

UVOD

U većini zemalja je prepoznat signifikantan doprinos turističke industrije u ekonomskom razvoju. Većina autora, koji se bave izučavanjem turizma, smatra da je turizam globalni fenomen, te da investiranje u ovaj sektor ima velike ekonomske koristi: turistička infrastruktura može služiti i lokalnim zajednicama, turizam može obezbijediti nova tržišta za lokalne proizvode, čime se stimuliraju drugi lokalni ekonomski sektori, turizam stimulira razvoj novih i modernijih maloprodajnih, rekreacijskih i drugih kapaciteta koje mogu koristiti i turisti i lokalno stanovništvo, razvoj turizma doprinosi unapređenju i zaštiti kulturnog naslijeđa i ekološkom poboljšanju, itd.

U 2018. godini, prema podacima Svjetske turističke organizacije broj međunarodnih dolazaka je dostigao 1,4 milijarde, dok je predviđanje da će međunarodni dolasci do 2030. godine dostići broj od 1,8 milijardi.¹

Svjetski ekonomski forum – *World Economic Forum* sprovodi od 2005. godine istraživanje koje je osmišljeno da mjeri faktore identifikovane kao poluge za poboljšanje konkurentnosti u turističkoj industriji. Indeks turističke konkurentnosti mjeri uspješnost pojedine zemlje u sektoru putovanja i turizma, a podijeljen je u tri kategorije koje obuhvaćaju:²

- zakonodavnu regulativu,
- povoljno okruženje za razvoj poslovanja i infrastrukture, te
- kvalitetu ljudskih resursa uz bogatstvo kulturnih i nacionalnih dobara.

Prema Izvještaju Svjetskog ekonomskog foruma iz 2019. godine - index konkurentnosti turizma, Španija se nalazi na prvom mjestu, Australija na sedmom, Austrija na jedanaestom mjestu, dok je Novi Zeland na sedamnaestom mjestu.³ U posmatrane zemlje, za koje se smatra da imaju najbolju praksu turističkog investiranja, spada i Crna Gora, kao zemlja iz okruženja. S obzirom na ove podatke, analizirat će se modeli razvoja turističkog sektora tih zemalja, odnosno njihovih pojedinih pokrajina.

1 www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019., pp.7.

2 www.weforum.org/The_Travel_&Tourism_competitiveness_Report_2019,.

3 www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf, World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, pp.15.

TURISTIČKI RAZVIJENE ZEMLJE

➤ Turizam je jedan od stubova španske ekonomije u kojoj je turizam prva privredna grana po izvozu koji doprinosi BDP-u sa preko 12%; 13% svih zaposlenih radi u ovom sektoru, a u nekim regijama i do 25%. S obzirom na ostvarene prihode od turizma, Španija ima dominantnu poziciju u Evropi i svijetu.⁴

Presudan utjecaj na razvoj turističkog sektora ima država. Od sredine 60-ih godina država je prepoznala značaj turizma za ekonomiju, te zemlje i osnovala organizacije koje su se bavile uređenjem i unapređenjem te privredne grane, a od 70-ih godina načinjen je preokret, u smislu formiranja organizacija na regionalnom i lokalnom nivou.

Danas je razvoj turizma u Španiji zasnovan na aktivnoj ulozi brojnih institucija zaduženih za razvoj ovog sektora. Za marketing i promociju Španije, kao turističke destinacije, zadužen je Institut turizma Španije. Njegovi zadaci su planiranje, razvoj i izvršavanje aktivnosti usmjerene na promociju, kooperacija sa regionalnim i lokalnim vlastima, kao i kooperacija sa privatnim sektorom, te uspostavljanje strategije i plana investiranja za nove projekte.⁵

Način na koji je Španija formirala i promovisala svoje turističke proizvode može da bude primjer drugim zemljama kako da iskoriste svoje prirodne i kulturne resurse, te formiraju nove turističke proizvode. Možemo konstatovati osnovne smjernice turističke politike Španije: aktivno učešće države, ulaganje u infrastrukturu, strategije za daljnji razvoj turizma, osnivanje regionalnih turističkih organizacija koje na lokalnom nivou doprinose poboljšanju turističkih usluga.

➤ Najveći i najbrže rastući sektor privrede u Australiji su uslužne djelatnosti koje obuhvaćaju građevinarstvo, trgovinu, finansije, komunikacije, obrazovanje, turizam, te poslovne usluge koje čine 70% BDP-a. Uslužne djelatnosti zapošljavaju najveći broj radnika, a u tim djelatnostima je zastupljen i najveći broj izvoznika.

Turistički sektor Australije u velikoj mjeri se oslanja na javne investicije. Vlade na svim nivoima razvijaju strategije koje utječu na investiranje u turističku ponudu što uključuje finansiranje:⁶

4 OECD, Tourism Trends and Policies, 2018, pp. 271.

5 OECD, Tourism Trends and Policies, 2018, pp. 273.

6 Australian Government Austrade, Tourism Investment Monitor, 2019, pp.4-5.

- prijevoza i turističke infrastrukture,
- javno-privatnog partnerstva,
- razvoja i provedbe politike za poticanje ulaganja u turizam,
- destinacijskih razvojnih planova, i
- upravljanja prirodnim i kulturnim resursima.

Australijska vlada je svjesna potrebe snažne podrške koordiniranog vodstva u cilju postizanja značajnih ishoda. Tako je Državni vladin odjel za resurse, energiju i turizam (*The Commonwealth Government Department of Resources, Energy and Tourism -RET*) zadužen za vođenje turističke politike, Turističko ministarsko vijeće (*Tourism Ministers Council-TMC*) je osnovni „forum“ za diskusiju o pitanjima turističke politike, koji povezuje interesne grupe u turističkoj industriji i osigurava balansirani fokus na izgradnju, odnosno investiranje u turističke proizvodne kapacitete i destinacijski marketing. Ova struktura usklađuje ključne prioritete između države, regija i turističke industrije. Nacionalni savjetodavni odbor za turizam i zrakoplovstvo (*The National Tourism and Aviation Advisory Committee -NTAAC*) formalizira odnose između navedenih organa, odnosno interesnih grupa u turizmu.⁷

Karakteristiku modela razvoja turističkog sektora Australije, osim koordiniranog vodstva i postojanja institucija koje pružaju statističke podatke za turistički sektor, čini i sprovođenje istraživačkih studija vezano za investiranje u tom sektoru, da bi se identifikovale i razvile smjernice u cilju prevazilaženja prepreka u turističkom investiranju, a koje se odnose na infrastrukturu, istraživanje, inovacije i obrazovanje.

Na osnovu svih navedenih podataka do kojih smo došli tokom istraživanja o modelu investiranja u turistički sektor Australije, može se zaključiti da se turistički sektor Australije u velikoj mjeri oslanja na javne investicije pri čemu Vlade na svim nivoima razvijaju strategije, kojima utječu na investiranje u različite segmente turističke ponude. Također, pri ovim institucijama osnivaju se različite konsultativne grupe koje analiziraju uslove investiranja u turističkom sektoru. Osim toga, ta zemlja ima jako koordinirano vodstvo koje upravlja turističkom industrijom, kao i dosta institucija koje istražuju turistička kretanja, odnosno sprovode razne istraživačke studije vezane za ovu temu.

⁷ Australian Government, National long-term tourism strategy, 2013, str. 6., preuzeto: www.ttf.org.au

➤ Turistička industrija u Novom Zelandu predstavlja najveći sektor izvoza i važan izvor uposlenosti. Ova industrija je, direktno ili indirektno, prisutna u svim sferama života. Turizam je najveća izvozna industrija u smislu zarade i ekonomskog utjecaja u Novom Zelandu.

Novi Zeland ima cjelovit pristup turističkog razvoja, što podrazumijeva određeni broj institucija i odjela koji rade zajedno u cilju poboljšanja međunarodne konkurentnosti i održive profitabilnosti poslovanja. Najvažnije institucije koje potiču investiranje u turistički sektor su: ⁸

- Nacionalna turistička organizacija (*Tourism New Zealand*), subjekt zadužen za privlačenje investicija u turistički sektor, dok je Ministarstvo turizma odgovorno za osiguranje kvalitetnih informacija, istraživanje i predviđanja u cilju zadovoljenja širokog spektra usluga,
- Kontaktna institucija za međunarodne ulagače (*Investment New Zealand*), vezana za poslovne prilike u zemlji, a također predstavlja vezu između visoko rastućih poslova u strateškim sektorima u Novom Zelandu i stranih investitora.
- Agencija vladinog ekonomskog nacionalnog razvoja (*New Zealand Trade and Enterprise*), fokusirana je na uspostavljanje veza između preduzeća ove zemlje i investicijskih prilika, i
- Investicijski Fond (*New Zealand Investment Fund*), osnovan od strane vlade Novog Zelanda, koji nudi program vlasničkih ulaganja inovativnim mladim preduzećima i preduzećima sa visokim potencijalom rasta.

Možemo konstatovati da je Novi Zeland prepoznao značaj turizma u ekonomskom razvoju i u tom smislu poduzeo je i poduzima različite oblike investiranja, osniva institucije koje su zadužene za poticanje investicija, te poduzima određene finansijske poticaje za unapređenje turističkog sektora.

➤ Turistička industrija je jedna od najvažnijih privrednih sektora u Austriji koja pokazuje stalni rast. Turizam je prepoznat kao jedan od stratejskih elemenata ekonomskog razvoja, a regionalna turistička politika predstavlja integralni dio regionalne ekonomske politike razvoja.

U Austriji postoji niz institucija koje podržavaju razvoj turističkog sektora. Među njima ističu se: ⁹

⁸ OECD, *Tourism Trends and Policies*, 2018, pp. 241-242.

⁹ www.tourismstrategy2020.vienna.info/downloads/wt-tourismusstrategie-2020_en.pdf, *Tourism Strategy*

- Austrijska nacionalna turistička agencija, privatno-pravna asocijacija, koja podržava marketinške aktivnosti i sa kojom je povezana Austrijska federalna vlada koja osigurava budžet ovoj asocijaciji.
- Austrijska turistička banka, specijalizovana finansijska institucija fokusirana na investiranje i poticanje investicija u turističkom sektoru, posebno hotelskih projekata. Investicijske poticajne aktivnosti su dizajnirane za projekte preko 2 miliona EUR-a.
- Austrijska ekonomska agencija, koja se bavi javnom podrškom i finansiranjem malih i srednjih preduzeća u turističkom sektoru, i
- Austrijska konferencija za regionalno planiranje, zadužena za razvoj nacionalnih i regionalnih koncepata.

Od navedenih institucija za poticanje turističkih investicija ključna je Austrijska turistička banka koja brojnim mjerama osigurava ciljanu i efikasnu podršku za inovativne poslove u turističkoj djelatnosti: ¹⁰

- ERP zajmovi za turističku djelatnost,
- Top turističko poticanje 2007-2013,
- poticanje „mladih“ preduzetnika, i
- EU grantovi.

U ovom radu osvrnut ćemo se na model investiranja u ruralni turizam Austrije koji je najpoznatiji primjer razvoja ovog vida turizma. Inače, ruralni turizam u Austriji se uglavnom razvija u planinskim područjima (alpski prostor). Velika pažnja je posvećena investiranju u biciklističke staze, staze za pješaćenje, planinarenje, pri čemu se ističe dobro urađena mreža biciklističkih staza. U toj regiji također je atraktivno kajakarenje i rafting.

Ruralni turizam u Austriji je visoko organizovana djelatnost koju karakterišu efikasan marketing i umreženost seoskih turističkih domaćinstava. Ovaj primjer nam najbolje govori kako se izolovani prostor može pretvoriti u turističku atrakciju i staviti u funkciju održivog razvoja primjenom odgovarajuće strategije investiranja.

Na primjeru Austrije može se uvidjeti koliko je značajna efektivna turistička politika, koja je bazirana na ciljanim i programsko koordiniranim

2020.

¹⁰ www.investinaustria.at/en/sectors/tourism/investment-incentives.php, Tourism Funding in Austria, 2017.

inicijativama i instrumentima koji potiču turistički razvoj. Također, može se uočiti i značaj subjekata koji su odgovorni za kreaciju i implementaciju turističke politike (Austrijska nacionalna turistička agencija), kao i specijalizovane turističke finansijske institucije (Austrijska turistička banka) fokusirane na poticanje investiranja u turističkom sektoru

➤ Turistička industrija za Crnu Goru ima veliki značaj i može se reći da se turizam odnosi na svaki aspekt njenog društva i utječe na razvoj privrede, životni standard, potiče otvaranje novih radnih mjesta i opšti prosperitet. Crna Gora je snažno posvećena razvoju turizma što nije iznenađenje kada se zna da je taj sektor izuzetno značajan za ekonomiju zemlje.

Investicijsku strukturu Crne Gore karakteriše visok procent u uslužnom sektoru koji je posljednjih godina iznosio 74,12%.¹¹ U okviru uslužnog sektora, turizam predstavlja sektor s najdinamičnijim razvojem. Razvoj u turizmu je imao prateći efekt ubrzanog rasta u drugim srodnim sektorima, uključujući i saobraćajnu infrastrukturu, telekomunikacije, prehrambenu industriju, industriju namještaja i sl.

Crna Gora predstavlja zemlju koja slijedi trendove kretanja stranih direktnih ulaganja, karakteristične za područje jugoistočne Evrope. Nakon značajnog priliva stranih direktnih investicija, zemlje centralne i istočne Evrope su, zbog veličine njihovog tržišta, postale top destinacija za SDI (posebno kroz proces privatizacije).

Od obnove nezavisnosti 2006. godine, Crna Gora je napravila ozbiljan iskorak u svom društveno-ekonomskom razvoju, učvrstila poziciju ekonomski najrazvijenije zemlje Zapadnog Balkana i pokazala da je bezbjedna, politički stabilna i ekonomski održiva država, koja ima potencijal da brzo raste. Aktuelna kretanja u crnogorskoj ekonomiji ukazuju na oporavak privredne aktivnosti od drugog kvartala 2016. godine, podstaknut prije svega intenziviranjem radova na realizaciji krupnih infrastrukturnih projekata, kao i projekata u turizmu. U uslovima svjetske ekonomske krize, programi eliminisanja barijera za razvoj novih investicionih projekata i stvaranje povoljnijeg poslovnog okruženja postali su imperativ. U tom pogledu, poslovni ambijent u Crnoj Gori je, usvajanjem novih zakona usklađenih sa EU regulativom i sprovođenjem institucionalne reforme u iskalnom sistemu i finansijskom sektoru, značajno poboljšan.

Stranom investitoru je omogućeno da investira u bilo koju oblast

¹¹ Ministarstvo za ekonomske odnose sa inostranstvom i evropske integracije, Foreign direct investment incentives strategy of Montenegro, 2006, pp. 11.

industrije i slobodno prenosi finansijska sredstva, imovinu i ostala dobra, uključujući dobiti i dividende. Strani investitori uživaju nacionalni tretman, što znači da imaju isti status kao i domaći investitori.¹²

Jedan od značajnih dokumenata je i Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori koji prikazuje i analizira turističke potencijale, te predstavlja ostvarive strateške razvojne ciljeve planinskog turizma u periodu do 2020. godine. U ovoj studiji definisani su, dakle, strateški pravci razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori na osnovu raspoloživih prirodnih, kulturnih, ljudskih i drugih resursa, zatim prioriteta razvoja, ciljni segmenti, te potrebna investicijska ulaganja i obim radne snage.

Na osnovu svega navedenog, možemo konstatovati da je Crna Gora svjesna značaja investiranja u razvoj turizma s obzirom na navedene ekonomske indikatore poslovanja turističkog sektora ove zemlje. Može se zaključiti da je napredak u razvoju turističkog sektora rezultat rada na razvoju turizma posljednjih godina, efikasnog marketinga, poboljšanja hotelske ponude i, što je najvažnije, dobre investicijske klime. Evidentna je tržišna orijentacija turističke privrede, fokus na kvaliteti i održivosti razvoja ponude, naravno u kombinaciji sa povoljnim okvirnim uslovima za investicije privlačne za strane investitore. Politička i makroekonomska stabilnost, regionalno konkurentan finansijski rizik, ubrzani razvoj tržišta kapitala i restrukturirani i privatizovani bankarski sektor, razvijena telekomunikacijska infrastruktura, relativno visoko obrazovane radne snage, niska carinska stopa i povoljan porezni sistem su neki od mnogih razloga za ulaganje u Crna Gora.

Ostvareni rezultati u oblasti turizma govore nam da su do sada realizovane investicije već dale rezultate, koji se ogledaju u povećanju kvaliteta turističke ponude i atraktivnosti Crne Gore kao turističke destinacije. U prilog tome govori i podatak da su najveći prihodi ostvareni u periodu 2006-2010. godina, što je u korelaciji sa visokim prilivom stranih direktnih investicija i opravdava značajne investicije koje su do sada realizovane.

Osvrt na uspješne turističke destinacije

Na osnovu analize modela možemo utvrditi zajedničke elemente u turističkom investiranju:

¹² www.srp.gov.me, Sekretarijat za razvojne poslove, Investiciona klima u Crnoj Gori, 2017, str. 4-6.

- a. pozicioniranje turizma kao ključnog elementa uspješnog, cjelokupnog privrednog razvoja programa;
 - b. uspostavljanje jasnih ciljeva;
 - c. aktivna uloga vlada;
 - d. povoljno investicijsko okruženje.
- a) Prvi zajednički element podrazumijeva posmatranje turizma kao ključnog u ekonomskom razvoju, a ne „dopunskog“ sektora. U tom smislu većina analiziranih destinacija u ovom radu imaju odjel – subjekt usmjeren na područje investiranja u turistički sektor.
- b) Sljedeća univerzalna karakteristika uspješnih destinacija je uspostavljanje jasnih ciljeva.

Iz postavljenih jasnih ciljeva uslijedio je koordiniran pristup kako bi se turizam uklopio u šire privredne strategije. Cilj mora biti mjerljiv, realan i dodijeljen pojedincima ili organizacijama, zajedno s jasnim odgovornostima.

- c) U većini analiziranih destinacija priznata je važnost turizma „od vrha“, jer pored značaja postavljanja jasnih ciljeva, značaj turizma treba biti priznat i prihvaćen od najviših rukovodioca zemlje. U svim destinacijama primjetni su naponi javnog sektora na poticanje razvoja turističkog sektora.
- d) Pristup u interakciji sa potencijalnim investitorima i osiguranje za investitore *friendly* okruženja razlikuju se u zavisnosti od prirode i obima ulaganja, uloge lokalne uprave i niza drugih faktora.

Whole of government approach -Pristup koncepta cijele vlade u provedbi programa poticaja, tj. privlačenja investicija, direktno je vezan za ukupnu ekonomsku strategiju i uključivanje turističke djelatnosti u ovu strategiju. Koncept cijele vlade podrazumijeva da turistički ciljevi i inicijative (one u skladu s opštom strategijom privrednog razvoja) trebaju biti pregledne, odnosno detaljne i konkretne za sve dijelove vlasti, ne samo na one koje se odnose na turizam.

BOSNA I HERCEGOVINA

Stanje u turističkom sektoru Bosne i Hercegovine

Po pitanju turizma, široko je rasprostranjeno mišljenje, od strane brojnih međunarodnih i lokalnih organizacija i agencija, da BiH ima mogućnosti za razvoj turističkog sektora. Istraživanja sugeriraju da je BiH vrlo zanimljiva turistička destinacija, s obzirom na povoljan geografski položaj, (nalazi se na raskrižju Alpa, Mediterana i Balkana), na prirodne raznolikosti, historijske i kulturne baštine i tradicije, što odražava „potražnju“, odnosno nove trendove suvremenog turista.

Iako je broj turističkih dolazaka u BiH u porastu u periodu od 2013. godine 2017. godine, udio BiH u regiji jugoistočne Evrope po broju međunarodnih posjeta je relativno malen.¹³

Tabela broj: 1

Godina	Ukupan broj dolazaka	Udio turizma u BDP %	Udio turizma u ukupnoj zaposlenosti %
2013.	989.838.	2,3	2,5
2014.	846.581.	2,3	4,5
2015.	1.029.000.	2,3	4,6
2016.	1.174.926.	2,4	4,8
2017.	1.379.754.	2,6	5

Turistička kretanja u BiH za period 2013.-2017. godine; Obrada autora prema: www.bhas.ba

U bh. turističkom sektoru još uvijek prevladavaju prepreke koje koče razvoj ovog sektora kao što su loša kvaliteta infrastrukture, prije svega prijevoz, nedostatak poznatih atrakcija i proizvoda, slaba zaštita okoliša, nerazvijen privatni sektor turizma kao i javno-privatno partnerstvo, administrativne barijere, slaba znanja i vještina u modernom upravljanju u turizmu, te neorganizirani marketing i promocija. Sve ove prepreke koče razvoj održivog turizma u BiH, odnosno turističkog proizvoda koji će zadovoljiti savremenog turista i, što je najvažnije, povećati ekonomski prihod od turizma.

Politika investicija u turizmu podrazumijeva ocjenu investicione politike u BiH i uslove investiranja u BiH. Ključni značaj za investiranje u

¹³ World Travel Tourism Council, *Travel and tourism economic impact BiH 2018*, 2018, str. 5.

turistički sektor imaju:¹⁴

- planovi prostornog i urbanističkog razvoja,
- politika investicija u turizmu,
- politika razvoja ljudskih resursa, i
- politika marketinga.

Turistički proizvod BiH potrebno je pozicionirati na turističkom tržištu, valorizirajući sve raspoložive resurse i, na taj način, temeljem postojećih komparativnih prednosti dosegnuti zadovoljavajući nivo konkurentnosti.

Preporuke i mjere za Bosnu i Hercegovinu

Odabrane destinacije identifikovane su s ciljem utvrđivanja najbolje prakse u turističkom investiranju. Sve nadležnosti i pristupi unutar svake destinacije nisu možda primjenjivi na BiH, ali su korisni za razumijevanje modela investiranja u turističke sektore, odnosno izgradnju uspješnog turističkog sektora .

U skladu sa naprijed navedenim saznanjima, do kojih smo došli analizirajući karakteristike turističke politike zemalja, mogu se navesti sljedeće mjere koje bi utjecale na stvaranje povoljne atmosfere za ulaganja u turističku infrastrukturu BiH:

1. Sprovođenje istraživačkih studija u cilju stvaranja jasne slike o ulozi turizma u rješavanju društvenih, ekonomskih i ekoloških problema u BiH. To će zahtijevati detaljne, istraživačke studije o turističkom sektoru BiH, po uzoru na analizirane zemlje.
2. Stvaranje turističkog investicijskog informativnog centra

Na sve konkurentnijem globalnom tržištu postoji potreba osiguranja relevantnih informacija potencijalnim investitorima o mogućnostima ulaganja u turističku infrastrukturu u vidu informacijskog investicijskog centra. Centri bi pružali *one-stop* usluge za turistička ulaganja pružanjem informacija o mogućnostima ulaganja i propisima u turizmu. Nakon sprovedenih istraživačkih studija o bh. turizmu, koje bi predočila barijere investiranju, pristupilo bi se formiranju odjela – centra pri ministarstvu turizma

¹⁴ Federalno ministarstvo okoliša i turizma, Strategija razvoja turizma FBiH za period 2008-2018. godine, str. 109.

koji bi putem Fonda za razvoj turizma poticao ulaganja u ovaj sektor (primjer Kanade).

3. Poticanje saradnje i integrisanog razvoja turističkog planiranja

Ova mjera podrazumijeva potrebu za saradnjom svih relevantnih sudionika turističkog sektora, a podrazumijeva uključivanje vladinih agencija u turističko investiranje, povećanu saradnju između različitih organizacija, uključujući međunarodne zajednice, privatni sektor i relevantne vladine agencije, kako bi se investiranje u turističku infrastrukturu smatralo legitimnim razvojnim alatom za ekonomiju zemlje.

4. Kreiranje pozitivne investicijske klime

Investitori za ulaganje traže stabilan i transparentan privredni sistem. Na osnovu analiziranih zemlja, mogle bi se predložiti sljedeće mjere i strategije koje se mogu primijeniti i na BiH:

- stvaranje službenih postupaka koji će potaknuti ulaganja u svim aspektima infrastrukture i ukloniti potrebu za korupcijom,
- razvoj sveobuhvatnog i transparentnog pravnog sistema i zakona,
- poboljšanje investicijskog okruženja na trajnoj osnovi, npr. ublažavanje administrativnih propisa i pružanje efikasne podrške za distribuciju informacija,
- uvođenje fleksibilnijih poticaja, putem konsultacija ili pregovora,
- pružanje snažne zaštite stranim ulaganjima, i
- izrada *revolving* kreditne linije, koja će biti na raspolaganju privatnom sektoru za turističke projekte koji podržavaju strateški društvene ciljeve.

5. Podrška razvoju ljudskih resursa

Privlačenje investicija zahtijeva da su sudionici turističkog razvoja, svjesni investicijskih procedura i postupaka u uslovima globalnog tržišta, jer investitori moraju biti sigurni da postoje pouzdano obučeno osoblje u svim aspektima turističke aktivnosti. U tom smislu, vlada i privatni sektor bi trebali razmotriti uspostavljanje turističkog instituta u cilju opskrbe potrebne radne snage, čije obučavanje treba biti u skladu sa zahtjevima aktuelne turističke potražnje.

ZAKLJUČAK

Sve veće značenje koje se pridaje turizmu i uvažavanje, koje mu daju vlade u pojedinim zemljama, određuju turističku djelatnost važnim razvojnim faktorom.

U istraživanju smo došli do saznanja da se sve zemlje, u velikoj mjeri, oslanjaju se na javne investicije, pri čemu vlade na svim nivoima razvijaju strategije usmjerene na investiranje u različite segmente turističke ponude. Osim toga, te zemlje imaju jako koordinirano vodstvo, koje upravlja turističkom industrijom, kao i institucije koje istražuju turistička kretanja, odnosno sprovode razne istraživačke studije vezane za ovu temu.

U tim zemljama zapažen je aktivan rad ministarstava za turizam, koji kreiraju akcijske planove sa tačno zacrtanim ciljevima i obavezama vlade, u cilju poboljšanja poslovne klime za ulaganje. Pri ovim ministarstvima osnivaju se različite konsultativne grupe pod nazivom investicioni razvojni biro ili agencije, koje su aktivno uključene u poticanje investicija u turističkom sektoru putem Fondova za turistički razvoj, dostupnih za projekte koji podržavaju razvoj destinacije, podršku najbolje prakse i projekte kojima se povećava konkurentnost strateškog proizvoda. Osim toga, u nekim zemljama (Austrija) postoje specijalizovane turističke finansijske institucije (Austrijska turistička banka) koje su fokusirane na poticanje investiranja u turističkom sektoru.

U radu su predložene mjere i preporuke za BiH u skladu sa savremenim trendovima na osnovu saznanja do kojih se došlo istražujući modele investiranja u turističku djelatnost u pojedinim zemljama. Sve predložene investicijske mjere - inicijative traže aktivnu ulogu države, koja je direktno uključena u razvoj turizma, jer BiH karakteriše nedostatak domaćih fondova i privatni sektor s minimalnom stručnošću u turističkom sektoru, što znači da je država - vlada glavni izvor ulaganja.

U Bosni i Hercegovini uloga države je veoma važna, jer je razvoj turističkog sektora na početku i iz tog razloga državne investicije su najvažnije, ako ne i jedino sredstvo, za daljnji razvoj turističkog sektora. Iz tog razloga, ključno je da država preuzme aktivnu ulogu i da formuliše planove koje će unaprijediti razvoj turizma. Za investicione projekte u oblasti turizma neophodno je uključiti oblike modernog finansiranja koji se primjenjuju u savremenim tržišnim privredama, uz državne stimulacije i poticaje, što će kreirati povoljne pretpostavke za rast ulaganja u turistički sektor i njemu srodne uslužne djelatnosti

Postoje dva moguća razvojna modela bh.turizma, prvi je da se razvoj i dalje događa sam po sebi, a drugi je da se definiše šta se želi i mjerama poticaja to i sprovede.

LITERATURA

1. Australian Government, *National long-term tourism strategy*, 2013, preuzeto: www.ttf.org.au
2. Australian Government Austrade, *Tourism Investment Monitor*, 2019.
3. Federalno ministarstvo okoliša i turizma, *Strategija razvoja turizma FBiH za period 2008-2018. godine*.
4. Ministry of Tourism and Culture, Ontario, *Ontario Tourism Investment Attraction*, Research Study, 2009, preuzeto sa: www.mtc.gov.on.ca
5. OECD, *Tourism Trends and Policies*, 2018.
6. World Travel Tourism Council, *Travel and tourism economic impact BiH 2018*, 2018.

Internet stranice:

1. www.investinaustria.at/en/sectors/tourism/investmentincentives.php, *Tourism Funding in Austria*, 2017.
2. www.bhas.ba
3. www.srp.gov.me, Sekretarijat za razvojne poslove, *Investiciona klima u Crnoj Gori*, 2017.
4. www.tourismstrategy2020.vienna.info/downloads/wttourismusstrategie-2020_en.pdf, *Tourism Strategy 2020*.
5. [www.weforum.org/The Travel &Tourism competitiveness](http://www.weforum.org/The_Travel_&Tourism_competitiveness), *Report 2019*.
6. www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*.
7. www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf, *World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*.