

**РЕПУБЛИКА СРПСКА  
ВЛАДА**

**СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА ТУРИЗМА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ  
ЗА ПЕРИОД 2011–2020. ГОДИНЕ**

**Бања Лука, јуни 2011. године**



## САДРЖАЈ

1. МЕТОДОЛОГИЈА ИЗРАДЕ СТРАТЕГИЈЕ .....	6
2. ЦИЉЕВИ СТРАТЕГИЈЕ .....	7
3. КЉУЧНА ПИТАЊА СТРАТЕГИЈЕ.....	7
4. ЗНАЧАЈ ТУРИЗМА И НИВО РАЗВИЈЕНОСТИ У РЕПУБЛИЦИ СРПСКОЈ.....	8
4.1. Ниво развијености .....	8
4.2. Значај туризма.....	9
5. ФАКТОРИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА.....	9
5.1. Географски и туристичко-географски положај Републике Српске.....	9
5.1.1. Географски положај РС .....	9
5.1.2. Политичко-географски положај РС.....	11
5.1.3. Туристичко-географски положај РС.....	11
6. ПРИРОДНИ РЕСУРСИ ОД ПОСЕБНОГ ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА РС .....	12
6.1. Клима и њен значај у туристичкој понуди Републике Српске.....	12
6.2. Воде у туристичкој понуди РС.....	13
7. СОЦИОЛОШКО-КУЛТУРОЛОШКА ОБИЉЕЖЈА РС.....	15
8. КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКИ ПОТЕНЦИЈАЛИ РС И МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА .....	17
8.1. Категоризација објеката културно-историјског наслијеђа.....	17
8.2. Валоризација у контексту диверзитета .....	18
8.3. Научно-истраживачки и едукативни потенцијали.....	18
8.4. Ограничавајући фактори у коришћењу културно-историјског наслијеђа као туристичког ресурса .....	18
8.5. Неопходне мјере за повећање квалитета коришћења културно-историјског наслијеђа као потенцијала у развоју туризма.....	19
9. ЉУДСКИ РЕСУРСИ РС / КАДРОВИ У ТУРИЗМУ .....	20
9.1. Улога и значај кадрова у туризму .....	20
10. ПРИВРЕДНИ СИСТЕМ И ТУРИЗАМ РС.....	22
10.1 Економске функције туризма РС.....	22
11. САОБРАЋАЈ У ФУНКЦИЈИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА РС .....	24
11.1. Саобраћајни положај .....	24
11.2. Саобраћајна инфраструктура и комуникације.....	24
11.3. Саобраћајна доступност .....	26
12. ТУРИСТИЧКА СУПРАСТРУКТУРА РС /СМЈЕШТАЈНИ КАПАЦИТЕТИ.....	28
12.1. Смјештајни капацитети .....	28
12.2. Домаћинства у функцији туристичког смјештаја.....	32
12.3. Туристички смјештај у камповима .....	32
12.4. Категоризација туристичког смјештаја (стање 2009. год).....	32
13. ТУРИСТИЧКА ПОСЈЕЋЕНОСТ РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ .....	33
14. ВАНПАНСИОНСКА ПОТРОШЊА У РС.....	39
15. СТАЊЕ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ .....	39
15.1. Законски основ.....	39
15.2. Показатељи стања.....	40
15.3. Мјере заштите животне средине од туристичке пресије и негативних утицаја туризма .....	42
16. ИНСТИТУЦИОНАЛНА ОРГАНИЗОВАНОСТ И НАДЛЕЖНОСТИ У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА РС ....	43
16.1. Унутрашњи правни и организациони оквир.....	43
16.2. Нови институционални облик туризма РС .....	44
16.3. Мјере унапређења институционалног оквира организованости и надлежности у туризму:.....	45
16.4. Међународни правни и институционални оквир .....	45
16.5. Универзални ниво .....	45
17. ПОТРАЖЊА ЗА ТУРИСТИЧКИМ ПРОИЗВОДОМ РС И КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОСТОЈЕЋИХ КОРИСНИКА .....	46
18. ПРЕГЛЕД ВЕЋ РАЗВИЈЕНИХ И МОГУЋНОСТИ ЗА РАЗВОЈ НОВИХ ВИДОВА ТУРИЗМА У РС	47
18.1. Транзитни туризам .....	47
18.2. Планински туризам .....	50
18.3. Бањски туризам .....	53
18.3.1.Обим туристичког промета у бањама Републике Српске .....	53
18.4. Туризам градова РС .....	56
18.5. Манифестациони туризам .....	59
18.6. Ловни туризам .....	60

18.7. Риболовни туризам .....	61
18.8. Вјерски туризам.....	65
18.9. Еко туризам.....	66
18.10. Рурални туризам.....	67
18.11. Сеоски туризам.....	70
18.12. Спортско-авантуристички туризам .....	71
18.13. Омладински туризам.....	73
18.14. Културни туризам .....	75
19. ОЦЈЕНА СТАЊА И КЉУЧНИ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМА РС .....	77
20. УПОРЕДНА АНАЛИЗА ТУРИЗМА РС И КОНКУРЕНТСКИХ ЗЕМАЉА .....	78
21. ОКВИР БУДУЋЕГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА РС .....	79
22. SWOT АНАЛИЗА ТУРИЗМА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ .....	80
23. MILLENIUM VISION .....	81
24. ПРИОРИТЕТНИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА У РАЗВОЈУ ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА РС .....	83
25. РАЗВОЈНА ВИЗИЈА И СТРАТЕШКИ ЦИЉЕВИ ТУРИЗМА РС ДО 2020. ГОДИНЕ .....	83
25.1. Визија .....	84
25.1.1. Стратешки циљеве .....	85
25.2. Акциони план и временски оквир реализације стратешких циљева туризма .....	92
25.3. Неопходне хитне мјере у складу са стратешким циљевима .....	98
25.4.1. Акциони план приоритетних мјера .....	101
25.4.2. Акциони план приоритетних мјера-субвенционисање дијела камате по кредитима за туристички развој .....	109
25.5. Очекивања у туристичком промету 2011–2020. година .....	112
26. НАЧЕЛО ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА И ОДРЖИВИ ТУРИЗАМ.....	112
27. УСЛОВИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ .....	113
27.1. Планови просторног и урбанистичког развоја .....	113
27.1.1. Просторни план Републике Српске .....	113
27.1.2. Просторни планови општина .....	114
27.1.3. Урбанистички планови .....	114
27.1.4. Планови развоја туризма у заштићеним подручјима.....	114
27.1.5. Оцјена стања организације и коришћења простора – основни показатељи .....	115
27.2. Политика инвестиција у туризму - оцјена инвестиционе политике и услови инвестирања у туризму.....	115
27.3. Политика побољшања квалитета и освајање нових производа у туризму.....	117
27.4. Политика развоја људских ресурса .....	118
27.4.1. Образовање .....	118
27.4.2. Култура .....	118
27.4.3. Иновативност.....	118
27.5. Политика маркетинга.....	119
28. ИЗВОРИ И СТРУКТУРА УЛАГАЊА .....	120
28.1. Процјена обима и структуре инвестиција.....	120
29. КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ И ЊИХОВЕ УЛОГЕ У ПАРТНЕРСКОМ МОДЕЛУ ВОЂЕЊА ТУРИСТИЧКЕ ПОЛИТИКЕ РС .....	121
29.1. Партнерски модел организованости туризма у Републици Српској .....	122
30. УЛОГА ВЛАДЕ И ОСНОВНЕ МЈЕРЕ .....	122
31. УЛОГА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ РС И ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА ОПШТИНА .....	123
31.1. Туристичка организација Републике Српске - ТОРС .....	123
31.2. Туристичке организације општина /туристичке организације градова.....	124
31.3. Међуопштинска туристичка организација /МТО/.....	124
32. УЛОГА ЛОКАЛНИХ ЗАЈЕДНИЦА .....	124
33. УЛОГА НВО И РАЗНИХ УДРУЖЕЊА .....	125
34. УЛОГА ПРИВРЕДНИХ СУБЈЕКТА .....	125
35. УЛОГА МЕДИЈА.....	126
36. СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКИХ ДЕСТИНАЦИЈА РС (развијни модел МТО као основа за израду мастер планова за дефинисана подручја).....	126
36.1. Стратегија развоја МТО .....	126
36.2. Кључни циљеве стратегије туризма МТО .....	126
36.3. Организација и управљање МТО.....	127
36.4. Улога локалне управе у туристичком развоју и планирању .....	128
36.5. Институционална инфраструктура МТО .....	130

36.5.1. Међуопштинска туристичка организација (МТО) .....	131
36.5.2. Финансирање МТО .....	132
36.5.3. Центри за информисање туриста – Info centers (IC).....	133
36.6. Пословно планирање МТО.....	134
36.7. Дестинацијски маркетинг .....	134
36.8. Истраживање и мониторинг .....	135
36.9. Брендинг МТО РС .....	135
36.10. Истраживање тржишта - модели за праћење туристичке потражње у МТО РС .....	137
36.11. Канали дистрибуције .....	138
36.12. Развој туристичког производа.....	139
36.13. Е - бизнис (електронско пословање) .....	142
36.13.1. Бизнис МТО: смјернице и акциони план .....	142
36.14. Домаћи туризам.....	143
36.16. Туризам потенцијалних МТО РС.....	144
36.16.1. Основна обиљежја туристичког производа потенцијалних МТО Републике Српске .....	144
36.17. Развојни правци МТО РС .....	145
36.17.1. Бањалучка МТО .....	146
36.17.2. Добојска МТО.....	150
36.17.3. Зворничко-бијељинска МТО.....	153
36.17.4. Сарајевска МТО .....	157
36.17.5. Фочанска МТО .....	160
36.17.6. Требињска МТО .....	164
36.18. Примјер развоја туристичког производа Требињске МТО.....	167
36.19. Акциони планови МТО РС .....	169
36.20. Акциони план дестинацијског менаџмента МТО РС .....	170
36.21. Акциони план дестинацијског маркетинга МТО РС .....	171
37. МОНИТОРИНГ .....	172
38. МОДЕЛ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКИМ АКТИВНОСТИМА РС .....	172
39. ИНСПЕКЦИЈСКИ НАДЗОР НАД ПРИМЈЕНОМ ЗАКОНА О ТУРИЗМУ РС И ПРОПИСА ЗА ЊЕГОВО ПРОВОЂЕЊЕ .....	179
40. ЗАКЉУЧАК .....	175

## 1. МЕТОДОЛОГИЈА ИЗРАДЕ СТРАТЕГИЈЕ

---

Стратегија развоја туризма Републике Српске за период 2011–2020. године је стратешки документ на основу којег ће надлежно министарство у Влади Републике Српске проводити дефинисане активности у циљу остварења стратешких циљева развоја туризма. Концептуално, овај документ чине два дијела:

-**први**, у којем су обрађени фактори развоја и стање туризма у Републици Српској, и  
-**други** дио, у којем је постављена визија, те утврђени стратешки циљеви туризма РС, дефинисане мјере за рјешавање утврђених проблема, утврђена улога бројних учесника у туристичкој привреди и дефинисан модел организације и управљања туристичким активностима. Исто тако, у овом дијелу су предложени Акциони план и хитне мјере у циљу остварења стратешких циљева развоја туризма Републике Српске.

### Методолошки приступ

Да би се дошло до кључних елемената за израду Стратегије развоја туризма у Републици Српској, неопходно је сагледати услове у којима се одвија туристичка дјелатност. Те услове дефинишу бројни фактори: општи амбијент развоја, расположивост и бонитет природних туристичких потенцијала, антропогене туристичке вриједности /људски ресурси, социјални статус, привредни амбијент развоја, туристичка инфра- и супраструктура/, институционални оквир развоја, туристичка тражња, конкурентност на туристичком тржишту итд.

Методолошки приступ даје акценат на само нека релевантна питања фактора развоја, од значаја за израду Стратегије, односно развоја и унапређења туризма у Републици Српској.

- **Општи амбијент.** Овај фактор дефинишу: имиџ државе и облик државног уређења, географски, посебно политичко-географски положај, степен политичке стабилности, сигурност боравка, слобода кретања и сл. Поменути елементи су полазни основ квалитета туристичког производа и његове атрактивности на туристичком тржишту.

- **Природна средина.** Стање у туризму и квалитет туристичког производа а тиме и укупан тренд развоја туризма дефинисан је **природном средином**. Њена разноврсност, атрактивност, очуваност и сл. само су претпоставка развоја туризма, односно посебних видова туризма, а оцјена стања нужан елемент за израду Стратегије.

- **Антропогена средина.** Стање у туризму, квалитет туристичког производа и развој туризма у цјелини, доминантно су зависни од **људског фактора**. **Социјална структура** чини полазни основ развоју туризма заснованом да домаћем туристи. Показатељи социјалног статуса, и културолошких потреба, домицилног становништва илуструју могућности тзв. домаћег туризма.

Кључни сегмент антропогене средине чине **културно-историјски потенцијали**. Њихове вриједности, атрактивност, очуваност, заштићеност, територијалност, организована понуда и сл. претпостављају могућност различитих видова туризма /градског, вјерског, манифестационог и сл/. Анализе појединих видова туризма, мјерено расположивим показатељима развијености, пружиће основ за сагледавање стања, проблема и могућности развоја.

Стање и квалитет **кадрова у туризму** (образованост, стручност, професионалност) чине темељ развоју. Показатељи стања јасно ће показати потребу превентивних мјера.

Познато је да општа и посебна обиљежја **привредног система**, структура БДП, вриједност производње по глави становника, ..... услови инвестирања и сл. показују оријентацију у развоју, степен развијености, финансијске могућности становништва и сл. Поменути показатељи јасно ће показати услове у којима се налази и развија туристичка привреда РС. На основу њих могуће је дефинисати стратешки приступ унапређењу туристичке привреде кроз одговарајући модел развоја.

- **Инфраструктура.** Инфраструктурна уређеност праћена квалитетом супраструктуре у туризму је елемент без којег нема туризма. Анализа стања у овом домену значи видјети да ли Република Српска има или нема квалитетну инфраструктуру. Квалитетна инфраструктура и респектабилни капацитети чине предуслов повећаном обиму туристичког промета и одрживом туризму и обрнуто. Показатељи стања пружиће основ за стратешки приступ рјешењу кључних

проблема туристичке инфраструктуре.

- **Институционални оквир** развоја туризма РС (правна уређеност туристичке дјелатности и туристичког тржишта) такође је полазни основ стања у туризму и **може** бити претпоставка унапређења. Закон о туризму РС, сагласно са стањем у развијеним туристичким земљама, мора имати оптималне претпоставке одрживог туризма. Позиција свих учесника у туристичкој дјелатности мора бити јасна и одржива, заснована на високим стандардима. Институционални оквир (правни оквир) морао би бити подстицајан за домаћа и страна улагања.

У цјелини, организација туризма и туристичких предузећа мора бити заснована на позитивним искуствима развијених туристичких земаља. Дакле, институционални оквир мора бити у функцији подстицаја ефикасном туризму, а не његова кочница на туристичком тржишту.

- **Развијеност појединих видова туризма и обим туристичког промета.** Анализа развијености појединих видова туризма и проблема у њиховом развоју, обима туристичког промета и учешће домаћих односно страних туриста у том обиму, указују на стање у нашем туризму и на тренд развоја. Све скупа чини неизоставан елемент за израду Стратегије тј. визије развоја туризма Републике Српске.

- **Конкурентско окружење.** На развој туризма у Републици Српској, пракса је показала, у многоме утиче туристичко тржиште сусједних земаља. Приморске дестинације Хрватске и Црне Горе привлачне су за туристичку клијентелу Републике Српске. Иста констатација се односи на атрактивност планинских и бањских дестинација Србије. У методолошком смислу стратешки приступ конкурентском окружењу подразумева сагледавање могућности унапређења домаћег туризма вреднујући транзитност домаћег простора и могућност заједничког наступа на отвореном тржишту. Са практичне стране утицај конкурентског окружење „тјера“ на додатне напоре унапређења туристичког производа домаћих дестинација, већу конкурентност на тржишту, афирмацију компаративних предности, унапређење квалитета и ефеката транзитног туризма на транзитним правцима ка Хрватској и Црној Гори, заједничке наступе РС и Србије на туристичком тржишту, прекограничну сарадњу и сл. Претходна констатација се може примијенити и на релевантне туристичке тачке /транзитне дестинације/ према Федерацији БиХ.

## 2. ЦИЉЕВИ СТРАТЕГИЈЕ

---

Стратегија развоја туризма Републике Српске 2011–2020. године треба да унаприједи конкурентност туризма Републике Српске. Тиме ће се обезбиједити **раст обима туристичког промета**, веће учешће туризма у БДП, већи девизни прилив, **раст запослености**, општи напредак у социоекономском развоју (побољшање квалитета живота). Стратегија треба да допринесе дугорочној заштити природног и културног наслеђа, те заштити туристичких потрошача.

## 3. КЉУЧНА ПИТАЊА СТРАТЕГИЈЕ

---

- **Којим правцем развијати туризам Српске?**

Да бисмо одговорили на постављено питање, утврдили смо стање у туризму РС, услове у којима се развија, идентификовали проблеме, утврдили приоритете, поставили стратегију, утврдили главне стратешке циљеве, оперативне циљеве и програме.

- **Како подстаћи развој туризма?**

А/ Позитивна искуства развијених туристичких земаља наглашавају значај институционалног оквира. У први план ставља се позиција кластера и локалног оквира. У ствари, интегралан регионални развој, а у оквиру њега рурални, чини основ одрживом туризму.

Б/ Туристички производи различитог вриједносног система, њихова аутентичност и сл. могу бити основ конкурентности на туристичком тржишту.

В/ Укључивање интересних партнера један је од принципа без чије примјене није реално очекивати висок домет ове Стратегије.

Г/ Стварање слике о туризму као профитабилној привредној грани мотививише становништво да се активније укључи у ову привредну област.

Д/ Унапређењем квалитета и структуре кадрова у туризму, већим нивоом опште културе и сл. стварају се кључне претпоставке унапређења туризма.

## 4. ЗНАЧАЈ ТУРИЗМА И НИВО РАЗВИЈЕНОСТИ У РЕПУБЛИЦИ СРПскоЈ

### 4.1. Ниво развијености

На основу истраживања Свјетског економског форума и годишњих извјештаја о индексу компетентности у сектору путовања и туризма, Босна и Херцеговина је од 130 рангираних земаља заузела 105 мјесто, знатно иза земаља у окружењу. Индекс не представља исказ о туристичким љепотама и атрактивностима појединих дестинација. Индекс мјери факторе који чине потенцијал неке земље за развој туристичког сектора (туристичку инфраструктуру, кадрове, квалитет услуга, безбиједност, презентацију туристичке понуде и слично<sup>1</sup>).

Сасвим је очигледно да туризам у Републици Српској и Босни и Херцеговини у цјелини заостаје за туризмом сусједних земаља, а поготово високоразвијених туристичких земаља Европе. Са 388.739 домаћих и 237.103 ноћења страних туриста у туризму Републике Српске је, према процјени, у 2008. години остварено око 80 милиона КМ или 0,95 БДП. С обзиром на високо присуство сиве економије, реално је овај износ увећати за 30 %, што даје висину туристичког промета (у 2008) од око 105 милиона КМ<sup>2</sup>. У туристичкој привреди је (2008) било запослено 15.000 радника, што је 5,8 % укупног броја запослених. Боравак туриста је веома кратак и износи свега 2,5 ноћења (222.729 туриста је остварило 561.995 ноћења-2007).

Боравак домаћих туриста је нешто дужи (2,7 ноћења) од страних (2,3) што је, мора се признати, неуобичајено. То говори да је међу страним туристима повећан број пословних посјета.

Приближно је подједнако учешће страних (42 %) и домаћих (58 %) туриста. Страни туристи најчешће долазе из Србије (42 %), Хрватске (10 %), Словеније (9 %). У осталом дијелу остварених долазака учествује преко 40 земаља, од којих су најбројнија учешћа из Италије 5,3 %, Црне Горе 4,8 %, Њемачке и Аустрије по 3,2 %, Велике Британије 1,3 %, САД 1,1 %.

Туризам Републике Српске је изузетно скуп, односно приход по туристичком ноћењу је веома висок. Према статистичким подацима он у 2007. години износи 137 КМ, а према процјени, у 2008. години износи 127 КМ. По једном кревету се оствари годишње свега 73 спавања, што даје податак да се смјештајни капацитети користе са свега 20 %. Од укупно могућих 3.074.760 ноћења на 8.424 кревета остварено је свега 625.842 ноћења (2007). У околностима крајње оскудности смјештајних капацитета, они се, уз то, крајње недовољно користе. То говори да је проблем туризма широм отворен.

О степену неразвијености туризма у Републици Српској говоре упоредни подаци са Европом.

Показатељи у туризму	Република Српска	Европа <sup>3</sup>
- број туристичких ноћења по становнику	0,39	6,0
- дужина боравка (ноћења)	2,5	10,0
- учешће туризма у БДП	0,9 %	12 %
- учешће запослених у туризму у укупно запосленим	6 %	13 %
- кориштење смјештајних капацитета	20 %	50 % (у бањама 70 %)
- просјечна дневна потрошња	70 €	97 €

Мјерено бројем туристичких ноћења по становнику Република Српска заостаје за туризмом Европе 15 пута. Учешће туризма у БДП је мање за 13 пута, а код запослености тај број износи

<sup>1</sup> <http://www.eubusiness.com/transport/eu-tourism-sector/>, 16.04.2009.

<sup>2</sup> Prema statističkim podacima u 2007. godini приход од туризма је износио 77 милиона КМ, што је 0,9 % БДП (Републички завод за статистику, Угоститељство и туризам, Билтен бр. 4/2008, стр. 9).

<sup>3</sup> European tourism insights 2007, Brussels, May 2008, ETC Market Intelligence Report No 2008/1, стр. 27



око два. Боравак туриста у Републици Српској је краћи четири пута од просјека Европе, док се смјештајни капацитети користе 2,5 пута мање.

## 4.2. Значај туризма

Туризам одмара и духовно обогаћује човјека, шири хоризонте и приближава људе. Туризам мијења слику о људима и просторима, унапређује квалитет живота, убрзава развој. Сем општих цивилизацијских вриједности туризам све више постаје водећа грана привреде. У многим земљама свијета ту позицију одавно има.

Туризам шири тржиште, то га чини непролазним и веома снажним утицајним економским фактором. Увећавајући обим потрошње туризам на страни развијених, веома успјешно доприноси рјешавању основног проблема оскудности тражње. На страни мање развијених, повећана туристичка тражња снажно подстиче производњу. Посебна је вриједност туризма у подстицају мање развијених подручја. То је економија очуваних природних вриједности. Ништа као туризам није у стању да допринесе убрзању развоја мање развијених подручја.

Туризам је извоз код куће. При томе, „продаје“ се „оно“ што се ни на који други начин неби могло продати (природа, историјски споменици, култура, домаћа кухиња, забава...). Робе и услуге се не отпремају у иностранство, по њих долазе купци из иностранства. Ту је управо посебна вриједност и посебан економски значај туризма за развој мање развијених.

Туризам није дјелатност за себе. То је дјелатност свих. Ништа као туризам не повезује укупну привреду, то даје изузетно високе екстерне ефекте. Туризам је покретач широке сарадње у привреди, у заједничком пружању туристичке услуге (саобраћај, смјештај, исхрана и слично). Мултипликатор дохотка у туризму је 2,5 а запослености 1,65. Због тога су многе земље туризам уврстиле у своје развојне приоритете, третирајући га као извозну и јавну дјелатност. Развојем туризма заправо се најуспјешније покреће развој укупне привреде.

Туризам је дјелатност са највећом стопом раста. У последњих двадесет година стопа раста туризма је два пута већа од стопе раста бруто друштвеног производа. Непрекидан раст туризма након Другог свјетског рата довео је ову привредну грану на мјесто најразвијеније индустрије на свијету. Приходима надвисује услуге здравства, енергетику или пољопривреду. У многим земљама спада међу три водеће индустрије. Остварује највећи или се креће према највећем обиму промета на мало и највећој запослености<sup>4</sup>.

Закључак о значају развоја туризма за наш економски развој, скоро да се намеће. Да би убрзали властити развој нужно је да се потпуније окренемо развоју туризма. Потребно је, уз посебне друштвене напоре, смањивати постојеће изузетно високе разлике у развијености. Наше туристичко заостајање је великим дијелом узрок нашег укупног економског заостајања. Развојем туризма дјеловало би се на смањење нашег платног дефицита. Истовремено, већа туристичка тражња допринијела би општем порасту привредних активности како у дијелу производње тако и у дијелу услуга. Мултипликативни туристички ефекти би убрзали раст БДП и запослености.

## 5. ФАКТОРИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА

### 5.1. Географски и туристичко-географски положај Републике Српске

---

*Развој туризма РС условљен је бројним факторима. Међу њима географски и туристичко-географски положај имају посебно мјесто и значај.*

#### 5.1.1. Географски положај РС<sup>5</sup>

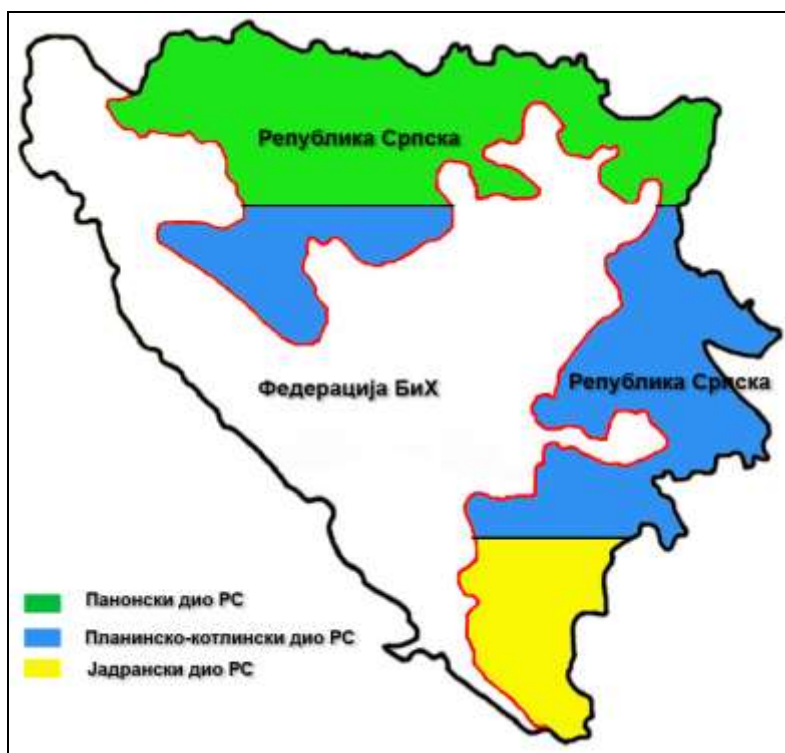
Републику Српску одликује сложен и у много чему специфичан географски положај. У вези с тим је

---

<sup>4</sup> William F. Theobald, Global tourism, Elsevier, Amsterdam, 2004, str. 26.

<sup>5</sup> Проблематика обрађена на основу: Р. Ђато и група аутора (2005): Република Српска, туристички потенцијали, Завод за уџбенике и наставна средства Источно Сарајево, стр. 11–14.

и изражена диверзификованост њеног туристичког производа. Припадност РС великим природним регијама (Панонској, Планинско-котлинској и Јадранској) то потврђује.



**Сјеверни дио** Републике Српске: ниска Посавина, Лијевче, Семберија; острвске планине: Козара, Просара, Мотајица и планине у јужном ободу Панонског басена: Грмеч, Мањача, Чемерница, Борја, Мајевица... висине до 1.000 м, припадају Панонској регији.

**Природне туристичке вриједности:** хидротермални потенцијал, еоклиматске и екотуристичке вриједности планина у ободу Панонског басена, те водни потенцијал равничарских ријека, чине основ развоја бањског, планинског, излетничког, рекреативног, еко, ловног и риболовног туризма. Примат има бањски туризам у афирмисаним центрима: Мљечаница код Дубице, Слатина код Бањалуке, Кулаши код Прњавора, Врућница код Теслића, Дворови поред Бијељине. **Потенцијални развој бањског туризма односи се на локалитет Љешњани** код Новог Града, те на бању Српске Топлице у Бањалуци.

Еко-туристичку вриједност има барски комплекс Бардача, познато станиште птица и слатководних риба, те ниске планине, посебно Козара, са веома садржајним туристичким производом (зимски, љетни, излетнички, здравствени, ловни, едукативни и конгресни туризам).

**Средњи дио** Републике Српске: простор између Панонске регије на сјеверу и Јадранске на југу, припада Планинско-котлинској области.

**Природне туристичке вриједности:** високе и средње високе планине и дубоке ријечне долине, паркови природе и резервати, специфичан биљни и животињски свијет, ендемичне и реликтне врсте, различити појавни облици вода и сл. чине основ разних видова туризма (авантуристичког, здравственог, еко, излетничког, ловног, риболовног...). Суштина туристичког производа тиче се валоризације простора: Трескавице, Лелије, Зеленгоре и Волујака, те Тјентишта – простора интегралне туристичке понуде.

**Југоисточни дио** РС (источна Херцеговина) припада Јадранској регији.

**Природне туристичке вриједности:** Простор измијењених јадранских еоклиматских и ековегетацијских обиљежја, крашки рељеф, крашка хидрографија, деградирана вегетација, љековито биље, специфична фауна. Посебан туристички значај има подручје Требиња са Поповим пољем, у којем еоклиматске, биоклиматске, пејсажне и амбијенталне вриједности овај дио Републике Српске

издвајају од осталог простора.

### 5.1.2. Политичко-географски положај РС

Један је од кључних фактора развоја туризма, посебно са становишта учешћа страних туриста у туристичком промету, тиче се политичко-географског положаја. У цјелини посматрано, још увијек је **неповољан**. Посљедице распада претходне државе (СФРЈ), нарочито посљедице минулог рата, лош имиџ државе у цјелини, несређено политичко стање у земљи и сл. не иду у прилог снажнијем приливу страних туриста. Предстоји мукотрпан пут изградње позитивних вриједности друштва како би туристички потенцијали РС и БиХ у цјелини добили на значају.



### 5.1.3. Туристичко-географски положај РС

Овај сегмент положаја подразумева позиционираниост РС у односу на емисионе центре и главне правце (коридоре) туристичких кретања, те положај РС у односу на туристичка тржишта и центре туристичке понуде у ширем и непосредном окружењу.

Највећи обим туристичког промета током године, посебно у лјетној туристичкој сезони, на простору бивше Југославије, обави се у туристичким центрима на Јадранском приморју, а главна емисиона подручја туриста су: **западноевропско, средњеевропско, сјеверноевропско и источноевропско**. Изузев **средњеевропског и сјеверноевропског** туристичког емисионог подручја, из којих туристи **једним дијелом** обаве туристички транзит копненим путевима и кроз Републику Српску, туристи из осталих емисивних подручја стижу на Јадран туристичким коридорима који мимоилазе нашу републику.

На обим туристичког промета, нарочито транзитног, знатно утиче туристичко тржиште Србије.

У цјелини посматрано, географски положај Републике Српске веома је сложен. Ову сложену појмовну категорију сачињавају бројне компоненте: природногеографски, културногеографски политичкогеографски, саобраћајногеографски, туристичкогеографски и низ осталих компоненти географског положаја.

Са аспекта развоја туризма од посебног је значаја природногеографски, политичкогеографски и саобраћајногеографски положај. Природногеографски положај РС изузетно је повољан и претпоставља могућност различитих облика туризма. Политичкогеографски положај има промјењив карактер. У стабилним условима претпоставља снажне привредне, културне и

остале везе са ближим и ширим окружењем и доприноси афирмацији туристичких вриједности и развоју туризма РС. Напротив, у нарушеним политичким односима, као што је показало протекло вријеме, има изузетно неповољан утицај на укупан развој па и развој туризма. Слична констатација се односи и на саобраћајногеографски положај РС. У стабилним приликама до пуног изражаја долази транзитност простора и, с тим у вези, могућност унапређења транзитног али и стационарног туризма. Нарушени политички, економски и културни односи са окружењем, прецизније речено неким земљама из окружења, умањују или у потпуности искључују значај транзитних праваца кроз Републику Српску.

Нови политички односи у РС и регионалном окружењу претпостављају унапређење свих облика сарадње РС са земљама из окружења. Овим туристички потенцијали Републике Српске добијају на значају а туризам добија нову шансу развоја и унапређења.

## 6. ПРИРОДНИ РЕСУРСИ ОД ПОСЕБНОГ ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА РС<sup>6</sup>

### 6.1. Клима и њен значај у туристичкој понуди Републике Српске

Клима све више утиче на здравље људи, па тиме постаје све значајнији фактор туристичких кретања. Глобалне промјене климе условљавају пораст температуре ваздуха, измјену топлотних режима, промјену режима падавина и сл. Негативне последице испољавају се у режиму падавина, посебно у погледу количине сњежних падавина и времену трајања снијежног покривача. Планински центри зимског туризма, с тим у вези, већ трпе последице измијењене климе, па су упућени на алтернативне видове стварања снијега, како би обезбиједили неопходне услове за одвијање спортских активности. У овом погледу, истичемо проблеме у вези са климатским условима Јахорине и Козаре, наших најзначајнијих центара зимског туризма, у којима је неопходно обезбиједити техничке услове као алтернативну могућност формирања снијежног покривача.

Поменуте климатске промјене /глобално отопљавање/ имају и снажно климатско односно биоклиматско дејство, како на човјека тако и на укупан живи свијет. Најјаче промјене климе евидентне су у већим урбаним и индустријским центрима. Клима градова поприма обиљежја нездраве климе, па становништво градова, сходно могућностима и култури живљења, све више тражи одмор и окрепљење у климатски здравим срединама, тзв. ваздушним бањама – на планинама, у бањским центрима, парковима, излетиштима поред чистих ријека, језера и сл.

У цјелини, Републику Српску одликује различита и здрава клима. Поједини дијелови РС показују видне разлике, што чини основ типолошкој детерминацији.

**Сјеверни дио Републике Српске (Панонски дио - Посавина, Лијевче, Семберија, ниске острвске планине** (Просара, Козара, Мотајица), одликује **панонска клима**. Љета су топла, сува и веома осунчана, док су зиме хладне са мало падавина. У низинама, посебно у градовима, температуре су нешто веће него на острвским планинама. Просјечне јануарске температуре сјеверног дијела Републике Српске крећу се око 0°C, а просјечне јулске око 21°C. Просјечне годишње температуре прелазе 11°C. Просјечна годишња количина падавина износи око 900 мм у низијском, до 1.200 мм у јужним ободним дијеловима овог простора. Падавина са снијегом је мало. Трајање снијежног покривача, у појединим годинама, је различито, али ипак кратко. Просјечно задржавање сњежног покривача, са 30 и више см, износи између 10 и 20 дана,<sup>7</sup> што је, посматрано с становишта услова и могућности зимског туризма, недовољно. Из тих разлога, још увијек, ниске планине сјеверног дијела Републике Српске првенствено су у функцији излетничког, еко- и здравственог туризма. Уствари, имају функцију тзв. ваздушних бања. **Но, развој зимског туризма на Козари** све више добија на значају. Проблем у вези с зимским туризмом на овој веома атрактивној планини рјешава се „вјештачким“ снијегом.

<sup>6</sup> Р. Гњато и група аутора (2005): Република Српска, туристички потенцијали, Завод за уџбенике и наставна средства, Источно Сарајево, стр. 25–31.

<sup>7</sup> Атлас климе СФРЈ. Хидрометеоролошка служба СФРЈ, Београд, 1969.

**Средишњи дио Републике Српске (Планинско-котлински)** има планинску и котлинску климу. Од посебног је значаја клима планина, јер се на планинама одвија један од најзначајнијих видова туризма Републике Српске – планински туризам.

У односу на котлине, на планинама су љета краћа и свјежија, погодна за боравак, активан одмор и организацију различитих видова туризма: **здравственог, излетничког, рекреативног, спортског, ловног, риболовног** и сл. Најзначајније туристичке дестинације средњег дијела РС, са планинском климом, су Јахорина, Борике, Јавор, Борја. Перспективно, значајнију туристичку функцију у планинском простору средњег дијела РС, са изразито планинском климом, треба да добију: Зеленгора, Маглић, Волујак, Романија, Лисина. Близина емитивних центара, саобраћајна доступност и туристичка потражња претпостављају њихово вредновање.

**Јужни дио Републике Српске (источну Херцеговину)** одликује **измијењена јадранска клима**. Љета су веома топла, топлија у односу на јадранска острва и Јадранско приморје, а зиме, у односу на тај простор, су нешто хладније. Просјечне јануарске температуре крећу се од 2°C, у Билећи, Љубињу и Берковићима, до 5°C у Требињу и простору Попова поља, док су просјечне јулске, на укупном простору, између 20 и 24°C.

Годишња количина падавина, углавном у облику кише, незнатно у облику снијега, креће се између 1.400 и 1.900 мм. Најобилније падавине су крајем јесени, крајем зиме и почетком прољећа. **Осуњаност** на читавом простору **је велика** и креће се око 2.000 часова годишње. **Влажност ваздуха је умјерена**, магле су права ријеткост, вјетрови су најчешће суви, зими хладни а љети топли. Свјежину повремено доносе вјетрови са околних планинских простора.

У цјелини, **измијењена јадранска клима источне Херцеговине има изузетно повољна биоклиматска дејства**. Повољно утиче на здравље човјека, нарочито у хладнијем дијелу године. **Препоручује се свим људима којима је потребан одмор и опоравак од физичке и психичке исцрпљености, а не могу се излагати екстремним зимским елементима (ниским температурама, великим колебањима дневног тока температуре, повећаној влажности).** У овом погледу Требиње је јединствено мјесто у Републици Српској, које богатом туристичком понудом привлачи све већи број туриста из ширег окружења.

Биоклиматска типологија РС и припадност туристичких дестинација појединим типовима		
Сјеверни дио РС	Тип климе	Главне туристичке дестинације
	умјерена пл. клима умјерено конт. клима	Козара, Борја, Бања Врућица сва градска насеља; Бања Дворови, Бања Мљечаница, Бања Љешљани, Бања Лакташи, Бања Слатина, С. Топлице, Бања Лука
Средњи дио РС	Тип климе	Главне туристичке дестинације
	планинска клима умјерена пл. клима жупна клима /веома блага	Кнежево, Борја, Јахорина, Јавор, Борике, Тјентиште Бања Вилина Влас
Јужни дио РС	Тип климе	Главне туристичке дестинације
	планинска клима измијењена јадранска кл.	Чемерно, Клиње Требиње

## 6.2. Воде у туристичкој понуди РС<sup>8</sup>

Републику Српску одликују равничарске, планинске ријеке и ријеке крашких простора, знатан број

<sup>8</sup> Р. Ђато и група аутора (2005): Република Српска, туристички потенцијали, Завод за уџбенике и наставна средства, Источно Сарајево, стр. 31–37.

природних и вјештачких језера, те термалних и минералних извора. Сваки од поменутих појавних облика има посебан значај у погледу развоја туризма.

Посебну вриједност у туризму РС имају термалне воде, распрострањене од Новог Града на западу до Бијељине и Вишеграда на истоку. Оне су основ **балнео туризма**. На бази искориштавања љековитих вода развили су се бројни балнеолошки центри: Врућица крај Теслића, Слатина, Лакташи, Мљечаница, Српске Топлице, Кулаши и Дворови. **Извори термо-минералне воде Љешњани поред Новог Града претпоставка су развоја још једног балнеолошког центра у Републици Српској.** Поменуте бање имају низ функција, првенствено **здравствену**, али све више и **туристичку**, у оквиру које се остварују све већи захтјеви у сфери **спортског, конгресног, етно, манифестационог** и сл. видова туризма.

У источном дијелу Републике Српске **балнео функцију треба да успостави Бања Губер** крај Сребренице, а значајније да **унаприједи Бања Вилина Влас** крај Вишеграда.

У високим планинама РС налазе се бројна **ледничка језера**. Окружена су четинарском шумом, имају чисту, бистру и хладну воду, богата су рибом и представљају омиљена мјеста **излетника, планинара, риболоваца, авантуриста**. Најзначајнија су на Зеленгори (Орловачко, Котланичко, Штиринско, Црно, Бијело, језеро Доње баре и језеро Горње баре). Саобраћајну доступност, теренским возилима, има само Орловачко језеро. У љетним мјесецима релативно је посјећено камперима и спортским риболовцима. Вредновањем укупних природних, дијелом и антропогених, потенцијала ширег локалитета Орловачког језера могуће је развити посебне видове туризма, својствене туристима посебних захтјева (авантуризам, планинарење, лов, фото-лов, спортски риболов, посјета сточарским катунима и сл).

У туристичкој понуди и развоју туризма РС све већи значај имају **вјештачка језера**: Перућачко и Зворничко на Дрини, Билећко и Горичко на Требишњици и Бочац на Врбасу. Сем спортова на **мирним водама**, који се већ традиционално одржавају, ова језера имају све значајнију **излетничку и спортско-риболовну функцију**.

Изградња неопходне туристичке инфра- и супраструктуре у зони вјештачких језера, може знатно допринијети развоју и унапређењу различитих видова туризма на поменутих језерима. Постојеће стање, у поменутом смислу, није адекватно и dostatно. Уз транзитне комуникације преовлађују мотели и ресторани намијењени туристима у транзиту. У потпуности изостају рибарска насеља и објекти прилагођени потребама туриста и туризма на мирним водама. У том погледу, неопходни су подстицаји који ће створити предуслове развоја туризма на вјештачким језерима, поштујући еколошке стандарде, стандарде у туризму, локалну архитектуру и сл.

**Туризам на планинским ријекама** представља бренд у савременом туризму и све је више у интересу туриста посебних захтјева. Све већи значај у том погледу има **рафтинг** на Тари, оном дијелу који припада РС, и на Врбасу, **сплаварење** на горњем дијелу тока Дрине, те **излетнички, еко, и риболовни** туризам на Јању, Пливи, Рибнику, на горњем току Неретве и др. Различите могућности туристичке валоризације имају и **равничарске ријеке**, посебно Сава. У ту сврху неопходно је адекватно уредити поједине локалитете, изградити мања пристаништа, марине, шеталишта и сл.

### Постојећи и могући облици туристичког вредновања вода РС

Воде	Постојећи облици валоризације у туризму	Могућности
<b>Термо-мин. воде</b>		
<b>Врућица</b>	здравствени, конгресни, манифестациони	спортски, велнес, фитнес
<b>Слатина</b>	здравствени	спортски, велнес, фитнес
<b>Мљечаница</b>	здравствени	спортски, велнес, фитнес
<b>С. Топлице</b>	спортски, рекреациони	здравствени, едукативни
<b>Кулаши</b>	здравствени	спортски, велнес, фитнес
<b>Дворови</b>	здравствени	спортски, велнес, фитнес

<b>Губер<sup>9</sup></b>	здравствени	-
<b>Вилина Влас</b>	здравствени	спортски, велнес, фитнес
<b>Љешљани</b>	здравствени	спортски, велнес, фитнес
<b>Планинска језера</b>	постојећи облици валоризације у туризму	Могућности
<b>Језера на Зеленгори</b>	авантуризам, риболов, рекреација	еко, едукација, научни/стационарни – кампинг/
<b>Вјештачка језера</b>	постојећи облици валоризације у туризму	Могућности
<b>Клиње</b>	излетнички, риболовни/стационарни/	/здравствени, еко,
<b>Вилећко</b>	спортски /риболов једриличарење/	/еко, едукативни
<b>Горица</b>	риболовни	-
<b>Зворничко</b>	риболовни, еко-	-
<b>Вишеградско</b>	излетнички, спортски	-
<b>Ријеке</b>	постојећи облици валоризације у туризму	Могућности
<b>планинске:</b> Тара, Дрина	сплаварење, риболов авантуризам, еко, едукација	-
<b>планинске:</b> Јањ, Плива, Рибник, Уна	еко, излетнички, риболовни, сплаварење-Врбас; еко, излетнички, спортски риболов - Уна/Плива/Рибник/Сана/Сутјеска	едукативни –Уна, Јањ, Плива, Рибноик, Сана, Сутјеска
<b>равничарске:</b> Сава, доњи токови Сана, Уне, Врбаса, Босне, Дрине	риболовни, еко, излетнички	спортови на мирним водама

## 7. СОЦИОЛОШКО-КУЛТУРОЛОШКА ОБИЉЕЖЈА РС<sup>10</sup>

Према процјенама, РС данас има око 1.400.000 становника, што је за око 200.000 становника мање у односу на број становника који је на овом простору живио 1991. године. Опадање броја становника последица је пада стопе природног прираштаја и изражене емиграције. **Природни прираштај** у 2007. г. износио је **-2,8%**. Просјечна густина насељености је 57 стан./км<sup>2</sup>, са највећом концентрацијом у сјеверном дијелу РС, гдје на простору **Бањалучке и Добојско-бијељинске** нодално-функционалне регије живи око 75% укупног становништва РС, просјечне густине преко 80 стан./км<sup>2</sup>, а око регионалних средишта и преко 100 стан./км<sup>2</sup>. Бројност становништва и социјални статус у пуној мјери утичу на обим туристичког промета, нарочито домаћих туриста. Учешће домаћих туриста у укупном туристичком промету по локланим средиштима и на нивоу регија веће је у сјеверном у односу на источни и јужни дио Републике Српске.

**Сарајевско-зворничка** нодално-функционална регија има око 230.000 становника просјечне густине насељености од 44 стан./км<sup>2</sup>. Процјењује се да око 40% популације ове регије чини становништво избјегло у грађанском рату, са високом стопом незапослености. Наведена

<sup>9</sup> Смјештајни и остали капацитети Бање Губер у потпуности су девестирани ратним збивањима 1992-1995. године. Предстоје напори на обнови и изградњи неопходне инфра- и супраструктуре успостави, балнео-функција.

<sup>10</sup> Р. Гњато и група аутора (2005): Република Српска, туристички потенцијали, Завод за уџбенике и наставна средства, Источно Сарајево, стр. 43–55.

социјална обиљежја становништва регије чине неповољну основу развоју туризма и умањују могућност учешћа локалног становништва у туристичким кретањима и туристичкој потрошњи. Најрјеђе је насељена **Требињско-фочанска** нодално-функционална регија, око 17 стан./км<sup>2</sup>. Око 2/3 становништва у тој регији живи у општинским средиштима, док је у селима изражен процес депопулације и старења, што не чини добру претпоставку развоја туризма.

Преко 60% становништва РС спада у категорију зрелог, радно способног, доби између 35 и 64 године. Привидно, то је потенцијал који би могао имати значајну претпоставку развоја туристичке дјелатности. Но, образовна и професионална структура, што ћемо касније показати, не одговара захтјевима савремене туристичке праксе.

**У сјеверном дијелу РС сеоска домаћинства у просјеку имају већи број чланова, повољније су старосне и образовне структуре, за коју се процјењује да око 40% има средњу школу (трогодишњу или четворогодишњу).** У брдско-планинском простору просјечно домаћинство је мање, често искључиво старачко и самачко, слабе економске моћи и нижег степена образовања, што није добра основа за развој сеоског, етно, еко, ловног, риболовног и спортско-авантуристичког туризма. Из тих разлога туристичка понуда и смјештај туриста темеље се на хотелском смјештају и капацитетима планинарских домова и кампова, којих нема у довољном броју нити са потребним капацитетима и квалитетом понуде.

**У руралним подручјима живи око 50% популације РС.** Улагање у развој индивидуалних смјештајних капацитета и развој сеоског, етно, еко, излетничког и ловног туризма дало би позитиван економски ефекат у приходима сеоских домаћинстава и било подстицај обнови села и развоју руралних подручја.

**Развој сеоског туризма изискује финансијску подршку сеоским домаћинствима у циљу јачања социјалног статуса и унапређења туристичке понуде (инфраструктуре, услуга). Овај вид туризма подразумијева потребне мјере едукације локалног становништва.**

**Према незваничним подацима, Република Српска је крајем 2009. г. имала око 300.000 запослених и око 120.000 незапослених.** Иако је просјечни БДП по становнику порастао, мањи је у односу на окружење. За повољнију економску основу, у којој становништво може учествовати у туристичким кретањима и улагати у развој туризма **потребан је приход од најмање 3.500 долара по становнику.**

Брзим социјалним раслојавањем становништва и сиромашењем средњег слоја смањен је број учесника у туристичким кретањима и туристичкој потрошњи. У наредном десетогодишњем периоду није реално очекивати рапидно повећање учешћа средњег слоја у туристичкој потрошњи, како на иностраном тако и домаћем туристичком тржишту. Међутим, стратешки приступ развоју туризма РС треба да омогући активирање развојних потенцијала у руралним подручјима, прије свега пољопривреде и домаће радности, што ће на најбољи могући начин активирати радне ресурсе у руралним просторима и унаприједити туристичку привреду а тиме и социјални статус становништва.

Културолошка основа Републике Српске отвара могућност развоја и унапређења различитих видова туризма /етно, вјерског, манифестационог/. Почива на богатој и изворној култури етничких заједница. Очуван фолклор, гастрономија, традиционално занатство, народне манифестације и сл. дио су богате туристичке понуде, недовољно афирмисане и вредноване. Сваки подстицај култури и културним манифестацијама допринијеће обликовању туристичког производа туристичких дестинација и Републике Српске у цјелини.



## 8. КУЛТУРНО-ИСТОРИЈСКИ ПОТЕНЦИЈАЛИ РС<sup>11</sup> И МОГУЋНОСТИ РАЗВОЈА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

### 8.1. Категоризација објеката културно-историјског наслијеђа

Република Српска посједује богато и разноврсно културно-историјско наслијеђе које представља значајан потенцијал и у области развоја туризма.

У генералној категоризацији објекти културно-историјског наслијеђа у Републици Српској који представљају развојни ресурс у области туризма могу да се сврстају у *непокретно* и *покретно* културно наслијеђе.

*А) Непокретно наслијеђе* може да се посматра унутар неколико категорија и то:

**1. Историјске грађевине и споменици**, као и **градитељске цјелине**, чија намјена може да буде стамбена, вјерска, меморијална, административна, јавна, школска, инфраструктурна, индустријска ...

**2. Подручја**, чији карактер може да буде урбани, рурални, археолошки, историјски, индустријски, подручја која се везују за извјесни обред или традицију, или она која се дефинишу као културни пејсаж.

*Б) Покретно наслијеђе*, појединачно или унутар збирки (музејских, галеријских, архивских, библиотечких, приватних) такође може да се категоризује у подврсте, као што су слике, скулптуре, књиге, архивска грађа, нумизматичка грађа, предмети примијењене умјетности – намјештај, одјећа, оруђа, алати, оружје и слично.

Међу најатрактивнијим **историјским грађевинама и споменицима сакралне и меморијалне намјене** у Републици Српској треба да се издвоје:

- православни манастири и католички (фрањевачки и трапистички) самостани,
- цркве са очуваним зидним сликарством и други сакрални објекти наглашене историјске и архитектонске вриједности, заједно са вриједним покретним наслијеђем у њима,
- цркве брвнаре,
- некрополе са стећцима.

Историјске грађевине, чију вриједност као могућих туристичких циљева треба истаћи, су **средњовјековни утврђени градови**.

Изузетну вриједност у културно-историјском наслијеђу Републике Српске, али и посебан туристички потенцијал представљају **стари камени мостови**.

Туристички атрактивне објекте културно-историјског наслијеђа, јавне и административне намјене, представљају **зграде управе, позоришта, школе, банке, жељезничке станице из 19. и 20. вијека**, у Бањалуци, Бијељини, Новом Граду, Дервенти, Приједору, Требињу ...

Међу историјским грађевинама стамбене намјене посебну пажњу заслужују **градске куће из 19. вијека, традиционалних архитектонских обиљежја, као и објекти из 19. и 20. вијека са одликама историцистичких стилова**.

Према није заступљено већим бројем примјера, наслијеђе инфраструктурне и индустријске намјене такође може да се представи у туристичкој понуди Републике Српске – донекле сачувана **оригинална постројења индустрије дрвета, метала, дувана или пива с краја 19. и почетка 20. вијека**.

Неколико градова у Републици Српској сачувало је своја стара **урбана језгра** која имају вриједност градитељских цјелина и која обједињују јавну, стамбену, трговачку и занатску функцију, са специфичним урбанистичким и архитектонским концептима.

Међу туристички најзанимљивија културно-историјска подручја у Републици Српској спадају **археолошки локалитети** на којима артефакти датују из праисторије, као и из времена римске доминације, раног хришћанства, раног и зрелог средњег вијека.

<sup>11</sup> Љ. Шево (2003): Културна баштина РС, Православна реч, Нови Сад, 2003.

Ранија пракса је показала да значајан потенцијал у туристичкој понуди представљају и **меморијална подручја и комплекси**.

Посебно занимљива културно-историјска **подручја** су она **руралног карактера**, у којима се културно-историјска компонента сједињује са изузетним природним вриједностима и тако добијају значај културног пејсажа.

**Покретно културно-историјско наслеђе** изузетне вриједности изложено је у Народном музеју Републике Српске, али и у музејима у већим градским центрима (Бијељина, Требиње, Приједор, Добој). Посебно вриједне колекције покретног наслеђа чувају се у неким манастирима и црквама (Добрун, Чајниче) те у католичким самостанима (Траписти, Плехан).

## **8.2. Валоризација у контексту диверзитета**

Вриједност овдашњег културног наслеђа не лежи у његовој монументалности нити репрезентативности. Оно, међутим, посједује наглашен значај, у смислу туристичког ресурса, у првом реду са становишта своје разноликости и испреплетености различитих културних утицаја. Географски на граници Запада и Истока, још од касне антике овај простор примао је разноврсне утицаје и асимиловао их на јединствен начин, што се наставило током средњег вијека, који је обиљежен истовременим упливом византијских и романо-готичких стилских карактеристика (пристиглих са јадранске обале). Период османске владавине овом је културном амалгаму додао и утицаје културе ислама, а печат је оставила и четрдесетогодишња аустро-угарска окупација. Тако се културно-историјско наслеђе РС формирало као изузетна, може се рећи јединствена, синтеза различитих, каткад међусобно супротстављених културних струјања, што га чини посебно привлачним за туристе.

**На основу ових потенцијала у туризму може да се промовише вјерска и етничка разноликост територије као предност и основ за дијалог у развоју. Такође, коришћење културно-историјског наслеђа у туристичке сврхе дало би допринос у социјалном развоју становништва кроз додатну едукацију, преквалификацију и обуку како би у области туризма било омогућено повећано запошљавање.**

**Побољшање животних услова на темељу туризма утицало би, истовремено, на развој свијести о заштити наслеђа као вриједног извора могућности за квалитетнији живот. Коришћење културно-историјског наслеђа као туристичког ресурса омогућило би интеракцију са другим областима привређивања, пољопривредом (рурална подручја са очуваном културно-историјском вриједношћу), развојем услужних дјелатности, саобраћаја, али и очувањем и јачањем традиционалног занатства (обrade метала, текстила, дрвета, кулинарства ..).**

## **8.3. Научно-истраживачки и едукативни потенцијали**

Република Српска располаже културно-историјским и природним наслеђем које није довољно истражено и представљено изван домаће стручне јавности. Стручњаци и истраживачи, као и студенти из региона, али и из Европе и свијета, веома су заинтересовани за простор Републике Српске управо у смислу научно-истраживачких пројеката.

**Република Српска располаже очуваним природним ресурсима (нарочито прашуме) у проценту који је готово незамислив за Европу, те стога истраживања у области биодиверзитета постају посебан потенцијал за стратегијска настојања туристичких радника.<sup>12</sup>**

## **8.4. Ограничавајући фактори у коришћењу културно-историјског наслеђа као туристичког ресурса**

Укључивање културно-историјског наслеђа у развојне процесе у области туризма ограничено

---

<sup>12</sup> Подаци преузети из дописа Републичког завода за заштиту културно-историјског и природног наслеђа Републике Српске број 07/1.20.30/624-065-1/10, од 22. јануара 2010. године.

је, а у неким случајевима и у потпуности блокирано. Негативне факторе у овом процесу представљају:

- неизграђеност инфраструктуре – у првом реду саобраћајница,
- непостојање пратећих туристичких садржаја – хотелски или други видови смјештаја, информациони пунктови, трговачки садржаји ..
- лоша очуваност и стање неких споменика у конзерваторско-рестаураторском смислу,
- недовољно развијена свијест о значају очувања културно-историјског наслеђења код локалног становништва, али неријетко и у структурама локалне, па и ентитеске власти,
- неуезаност такозваног активног амбијента, манифестација и нематеријалне компоненте културног и историјског наслеђења,
- готово потпуно одсуство концепције рецептивног туризма, неразвијеност идеје о могућности пласирања богатог културно-историјског наслеђења РС у смислу развојног ресурса у области туризма,
- недовољно припремљена водичка служба.

Анализом наведених фактора који ограничавају коришћење културно-историјског наслеђења као потенцијала за развој туризма долази се до следећих закључака:

- Република Српска на међународном тржишту није позната као туристичка дестинација, с обзиром да **не посједује национални туристички бренд** који је циљно позициониран и преноси слику туристима какве туристичке производе она нуди, што произилази између осталог и **из ниског промотивног буџета који се за те намјене издваја,**
- Још увијек је **недовољно осмишљена и успостављена, просторно урбанистичка регулатива већине постојећих и будућих туристичких садржаја** (центара), проистекла из недовољне сарадње институција Владе РС и интересних група у туризму,
- **Недовољна је заштита и одржавање главних културних ресурса**, те правно и организационо позиционирање и финансирање институција које су везане са својим дјелатностима уз ове ресурсе
- У изузетно великој мјери негативан фактор представља **недостатак квалитетних путева, као и туристичке путне сигнализације,**
- На недовољну искоришћеност културно-историјског наслеђења као туристичког потенцијала знатно утиче **недостатак кадрова у новим туристичким занимањима** (анимација, забава, манифестације, забавни тематски паркови, гастрономија ...), као и **врхунски образованих туристичких менаџера.**

## **8.5. Неопходне мјере за повећање квалитета коришћења културно-историјског наслеђења као потенцијала у развоју туризма**

### **а) истраживачки радови и мапирање дестинација са културно-историјским садржајем**

- посебну пажњу посветити евидентирању објеката традиционалне архитектуре у руралном подручју, идентификовању старих заната, идентификовању других видова нематеријалне културе

### **б) санација и рестаурација**

- потребно је извршити санацију и рестаурацију најзначајнијих споменика градитељског наслеђења (примарно утврђених градова),
- неопходно је и ургентно извршити санацију и конзервацију сачуваних објеката етно архитектуре,
- потребно је извршити санацију покретног наслеђења археолошког и етнолошког значаја

### **в) прилагођавање новој намјени**

- неки од објеката градитељског наслијеђа који више нису у првобитној функцији, треба да се прилагоде новој намјени која би била усмјерена ка презентацији културног наслијеђа – туристички инфо пунктови, мали галеријски простори, продајни објекти специјализоване намјене (рукотворине, стари музички инструменти и њихове реплике ..), ресторани са искључивом понудом домаћих специјалитета,
- након завршених систематских археолошких истраживања на неким локалитетима могуће је успоставити археолошки парк са репликама артефаката и симулацијом привређивања, становања и култних радњи из раздобља из којих налази потичу,
- након завршеног рекогносцирања терена у смислу идентификовања аутентичног етно градитељства, покретног наслијеђа са етнографском вриједношћу и свједочанстава нематеријалне културе потребно је и препоручљиво извршити презентацију овог дијела културног наслијеђа са могућношћу израде реплика и отварања специфичних смјештајних капацитета са мини музејским поставкама,

**д) развијање партнерских односа између републичких институција, локалне власти и потенцијалних носилаца пројеката развоја културног туризма,**

**ђ) презентације културно-туристичких дестинација РС у амбасадама Босне и Херцеговине, и у представништвима РС и БиХ у иностранству,**

**е) укључивање културно-историјског наслијеђа у развој (туристички проиизвод) транзитног, манифестационог и градског туризма,**

**ж) едуковање туристичких водича.**

## **9. ЉУДСКИ РЕСУРСИ РС / КАДРОВИ У ТУРИЗМУ**

### **9.1. Улога и значај кадрова у туризму**

У структури запосленог становништва Републике Српске 1999. године угоститељство и туризам учествовали су са 3,1%, а **2008. г. са 5,5%.**

**Хотелијерство и угоститељство ангажује** претежно кадар са средњом стручном спремом, а затим висококвалификоване и квалификоване раднике. Једна од специфичности туристичке дјелатности јесте **флукуација** у броју запослених у току године јер се дио радне снаге ангажује само у вријеме туристичке сезоне за поједине видове туризма и одређене послове. Без разлике на врсту посла и дужину ангажовања, за већину учесника у туристичкој индустрији неопходна је додатна едукација у циљу подизања на виши ниво професионалности.

#### **Запослени у туризму и њихов размјештај**

Наведени подаци односе се на запослене у хотелима и ресторанима и не укључују запослене у туристичким организацијама и агенцијама, па је број укупно ангажованих у туристичкој привреди нешто већи од наведених показатеља.

*Табела 1. Кретање броја запослених у туризму и угоститељству и укупно запослених у РС у периоду 1990 – 2008. г.<sup>13</sup>*

Година	Број укупно запослених у РС	Број запослених у туризму и угоститељству	Удио запос. у туризму и угост. у укупно запос.
<b>1990.</b>	353.975	10.883	<b>3,1%</b>
1999.	220.782	8.828	3,8%
2001.	211.628	9.637	4,5%
2003.	238.190	13.595	5,7%
2006.	257.110	15.334	5,9%
2007.	258.236	15.598	6,0%

<sup>13</sup> Подаци Републичког завода за статистику, Бања Лука.

2008.	255.283	14.153	5,5%
-------	---------	--------	------

Разлике у броју запослених у туризму и угоститељству по општинама један су од показатеља разлика у развијености туризма и валоризације туристичких потенцијала појединих дијелова Републике Српске.

Општина Бања Лука је 2008.г. имала највише запослених у туризму и угоститељству, 21,9% од укупног броја запослених у овим дјелатностима у РС, а општина Приједор 7,6%. У само седам општина (Бања Лука, Приједор, Бијељина, Пале, Добој, Градишка и Лакташи) запослено је 54,2% свих ангажованих у туризму и угоститељству РС. Туризам и угоститељство знатно учествују у структури запосленог становништва општина Ново Горажде (13,4%), Пале (12,6%), Вишеград (10,1%) и Источна Илиџа (9,0%). Општине Доњи Жабар, Берковићи, Осмаци, Калиновик, Трново, Вукосавље, Петровац, Општра Лука, Источни Стари Град и Крупа на Уни мале су површине, слабе инфраструктуре, привредно неразвијене и имају испод 20 запослених у туризму и угоститељству. Општине Језеро, Купрес и Источни Дрвар, према званичним показатељима, нису имале 2008. г. запослених у овим дјелатностима<sup>14</sup>.

С обзиром на структуру, сложеност и разноликост послова везаних за туристичку дјелатност, од великог је значаја образовна структура запослених.

Прецизних статистичких података о стручној спреми запослених у туризму у Републици Српској нема, али се на основу парцијалних података може закључити да кадар **са високом и вишом стручном спремом чини тек 10–15% запослених**. Највише, чак **трећину запослених, чини квалификована радна снага**.

Република Српска има мрежу од 46 средњих школа, од којих се у 16 образују кадрови потребни за развој туризма и угоститељства. Школске **2006/2007.** године похађало је средњу школу укупно 50.046 ученика, од тога 4.182 (8,3%) су ученици средњих туристичких и угоститељских школа. Од наведеног броја ученика средњих туристичких и угоститељских школа 55% чиниле су дјевојчице. У школској **2009/10.** години у први разред средњих туристичких и угоститељских школа у РС уписано је 1.050 ученика, што чини 7,2% од укупног броја уписаних.

Ученици четворогодишњих туристичких школа чине 14,1% од укупног броја ученика који се тренутно школују за потребе туризма и угоститељства, 50,5% ученици четворогодишњих угоститељских школа, а 35,4% ученици трогодишњих угоститељских школа (кувари, конобари, посластичари). Туристички техничари школују се у девет општинских средишта (Бања Лука, Козарска Дубица, Приједор, Добој, Власеница, Пале, Источно Ново Сарајево, Вишеград и Требиње), а трогодишње угоститељске школе, уз наведене, раде у Градишци, Новом Граду, Челинцу, Котор Варошу, Кнежеву, Рибнику, Српцу, Прњавору, Теслићу, Дервенти, Вукосављу и Фочи. Размјештај школа углавном одговара туристичкој валоризацији РС и стању туристичке привреде, али не и размјештају туристичких потенцијала.

**Кадрове из области туризма са високом стручном спремом образује Висока школа за туризам и хотелијерство у Требињу.** Она би у најскорије вријеме требало да прерасте у факултет за туризам и хотелијерство, па би та високошколска институција могла да обезбиједи потребан број високообразовног кадра за потребе туризма РС. **Озбиљан приступ развоју високог образовања у сфери туризма, хотелијерства и кулинарства (гастрономије) подразумева стручну праксу студената.** Садашња Висока школа и будући факултет за туризам и хотелијерство треба да добију адекватан простор који ће обезбиједити потребну/квалитетну/ студентску праксу.

**Овај проблем треба да ријеше два министарства заинтересована за проблематику кадрова у туризму (Министарство просвјете и Министарство трговине и туризма) у сарадњи са одговарајућом локалном заједницом и образовном институцијом.**

**С обзиром на чињеницу да је одговарајући кадар у туризму кључна претпоставка развоја, ово питање заслужује хитност у рјешавању претходно поменутих страна.**

**Анализа образовне структуре и територијалне заступљености запослених у туризму РС**

<sup>14</sup> Исто као под 13.

показује:

- мало учешће запослених у туризму и угоститељству, свега 5,5% укупног броја запослених у РС (2008. године),
- знатне разлике броја запослених по појединим општинама,
- мало учешће запослених са одговарајућом високом и вишом школом, свега 10 – 15%,
- 1/3 запослених чини ниско квалификована радна снага,
- кадрове из области туризма и угоститељства образује 16 (шеснаест) средњих школа и 1 (једна) висока школа /подаци се односе на јавне установе/.

## 10. ПРИВРЕДНИ СИСТЕМ И ТУРИЗАМ РС

---

### 10.1 Економске функције туризма РС

Економске функције туризма су подсистем привредног система. Туризам је значајна компонента одрживости економског система. Због своје мултифункционалности, он је и покретач других привредних и непривредних дјелатности /пољопривреда, прехранбена индустрија, занатство, саобраћај, култура.../.

Економске функције туризма су:

- Акцелераторска и индуктивна /убрзава национални, регионални и локални развој/
- Запошљавање /туризам је радно интензивна и на знању заснована дјелатност/
- Конверзијска /јер природне и културне вриједности чини профитабилним/
- Мултипликативна /јер покреће већину приврених грана/
- Извозна /јер поспјешује платни биланс/.

Посебан развојни аспект туризма огледа се у екстерним ефектима које туризам има на низ дјелатности у економији и друштву. **Висок утицај** туризам има на сљедеће економске секторе: пољопривреду, производњу хране и пића, грађевинарство, саобраћај, телекомуникације итд. Све ово има позитивне импликације на тржиште некретнина, сектор забаве и спорта, образовање (средње и универзитетско) итд. Ове активности утичу на раст запослености, побољшавају платни биланс и животни стандард.

Туризам дјелује и на сљедеће секторе: електроенергетику, малопродају, банкарски сектор, услуге осигурања и друге финансијске услуге. У развоју туризма, значајно мјесто могу наћи и маркетинг агенције, различити субјекти културе и умјетности, могу се развијати мала и средња предузећа итд.

И поред великих потенцијала, туризам у БиХ се налази у почетној фази развоја. Према процјенама датим у Глобалном извјештају о конкурентности у туризму за 2009. годину, процјењује се да индустрија туризма (ужи приступ туризму са директним ефектима у угоститељству, хотелима и другим дјелатностима) остварује 461 мил. долара, тј. учествује у БДП БиХ са 2,9%, а да запошљава 26.000 радника и учествује у укупној запослености са 2,3%. Међутим, туристичка привреда (шири приступ туризму који укључује и индиректне ефекте у дјелатностима повезаним са туризмом као што су трговина, банкарство, финансијске услуге, услуге забаве, грађевинарство, некретнине, спорт, култура и остало) даје веће ефекте за БиХ. Тако се процјењује да она ствара 1.637 мил. долара, учествујући са 10,3% у БДП БиХ, те да ствара 95.000 радних мјеста и учествује у укупној запослености са 8,3%. Ако се има у виду да је туризам у Републици Српској 40 до 45% укупног туризма у БиХ, онда се може процијенити да туристичка индустрија ствара око 200 мил. долара БДП са око 11.000 радних мјеста, а да туристичка привреда ствара око 700 мил. долара БДП и око 40.000 радних мјеста. Имајући у виду да су ово процјене, и да у туризму влада високи степен сиве економије, ови се показатељи могу повећати за 35 до 40%.

Но, званични показатељи за Републику Српску, за 2008. годину, показују да у туризму учествује свега 5,8% укупног броја запослених, а да туризам остварује свега 0,9% бруто друштвеног производа, што је сасвим сигурно мање од реалног.

*Пројекција основних макроекономских индикатора Републике Српске*

Индикатор	Остварено	Пројена	Пројекција
	2008.	2009.	2010.
БДП, текуће цијене (милиона КМ)	8,489	8,410	8,749
▪ % - текуће цијене	15.5	(0.9)	4.0
▪ % - сталне цијене	6.2	(0.8)	1.8
БДП по становнику			
• КМ	5,906	5,852	6,097
• EUR	3,020	2,992	3,117
• US\$	4,419	4,486	4,673
Инфлација (цијене на мало, %)	3.6	0.1	1.5
Раст индустријске производње (%)			
➤ Укупно	16.8	17.3	6.0
➤ Енергија	52	43.8	2.0
➤ Интермед. произв. осим енергије	2.9	(29.0)	7.0
➤ Капитални производи	(10.8)	100.7	10.0
➤ Трајни произв. за широку потрошњу	32.3	(65.5)	5.0
➤ Нетрајни произв. за широку потрошњу	4.8	11.4	3.5
Запосленост	259,205	251,700	257,000
➤ %	4.0	(2.9)	2.1
Лица која траже запослење	133,100	139,700	135,000
➤ %	(5.4)	5.0	(3.4)
Основни индикатори радне снаге (%)			
➤ Стопа активности становништва	47.0	47.4	48
➤ Стопа запослености	37.3	37.2	37.5
➤ Стопа незапослености	20.5	21.4	
Извоз (милиона КМ)	1,922	1,757	1,913
➤ %	15.0	(8.6)	8.9
Увоз (милиона КМ)	4,147	3,666	3,985
➤ %	23.9	(11.6)	8.7
Дефицит/суфицит (милиона КМ)	(2,225.0)	(1,909.0)	(2,072.0)
➤ %	32.8	(14.2)	8.5
Покривеност увоза извозом (%)	46.3	47.9	48.0
Дефицит робне размјене (% БДП)	26.3	22.7	23.7
Укупни јавни расходи (милиона КМ)	3,261	3,121	3,151
➤ Буџет РС (без трансфера и доприноса)	1,157	1,155	1,153
➤ Општине (без доприноса)	720.4	567.64	560.9
➤ Фондови	1,383	1,398	1,437
Удио јавних расхода у БДП (%)	38.5	37.1	36.0
Јавни расходи – структура (%)	100.0	100.0	100.0
➤ Буџет РС	35.5	37.0	36.6
➤ Општине	22.1	18.2	17.8
➤ Фондови	42.4	44.8	45.6
Инвестиције:			
➤ У милионима КМ	1,368	1,597	1,798

➤ <i>Инвестиције/БДП (%)</i>	16.2	19.0	20.6
Број становника (у 000)	1,438	1,437	1,435

*Извор: Економска политика Републике Српске за 2010. годину*

## 11. САОБРАЋАЈ У ФУНКЦИЈИ РАЗВОЈА ТУРИЗМА РС

### 11.1. Саобраћајни положај

Приликом вредновања саобраћајног положаја, битног фактора развоја туризма, постоји неколико одредница:

- саобраћајна повезаност и доступност дестинације у односу на регионално окружење;
- положај туристичке дестинације у односу на важније емитивне регије;
- положај дестинације у односу на важније туристичке правце.

**Саобраћајна повезаност Републике Српске** са окружењем дефинисана је друмским, жељезничким и авионским саобраћајем. С обзиром на низак степен развијености жељезничког и авио-саобраћаја у Републици Српској, може се констатовати да друмски саобраћај игра пресудну улогу у повезивању РС са регионалним и ширим окружењем. У том смислу, важан је положај Републике Српске у односу на „Европску мрежу међународних путева – Е путева“<sup>15</sup>. Преко територије Републике Српске пролази неколико путних праваца означених као Е-путеви:

- **Е-73:** Будимпешта–Осијек–Шамац–Добој–Сарајево–Плоче;
- **Е-661:** Мађарска (крак пута Е-71 Загреб–Будимпешта)–Хрватска–Градишка–Бањалука–Јајце–Лашва;
- **Е-761:** Крак пута Е-59 (Марибор–Загреб–Сплит), Бихаћ–Јајце, Сарајево–Вишеград–Граница са Србијом–Београд–Подгорица;
- **Е-762 :** Сарајево–Брод на Дрини–Шћепан поље–Подгорица–Скадар.

Коридор Vc иде правцем пута Е-73 и огранак је коридора V (Трст–Љубљана– Будимпешта–Кијев), тако да једним дијелом пролази и кроз Републику Српску (Шамац –Добој).

За саобраћајну повезаност Републике Српске важна је и близина коридора X и његових кракова (Салзбург–Љубљана–Загреб–Београд–Солун–Истанбул).

Релативна близина коридора X (десетак км од границе на Сави), те међународни путни правци Е-73 и Е-661 указују на релативно добру саобраћајну повезаност сјеверног дијела Републике Српске са средњом и западном Европом.

Источни дио Републике Српске у цјелини, посебно источна Херцеговина, има лошију повезаност са мрежом међународних путева и паневропских коридора. У том смислу одређени значај имају друмске саобраћајнице које воде ка коридору X у Србији, Е-761 и ка Црној Гори.

У пројекцијама **европских транспортних коридора** кроз Републику Српску и Босну и Херцеговину пролази само један мањи огранак паневропских коридора, коридор Vc. Ова карактеристика указује на периферност саобраћајног положаја Републике Српске и БиХ у европским оквирима.

**Жељезнички, авио и водни саобраћај** немају значајнију улогу у развоју туризма РС. Жељезницом и авио-превозом обави се симболичан обим промета путника, а водени саобраћај практично и не постоји.

### 11.2. Саобраћајна инфраструктура и комуникације

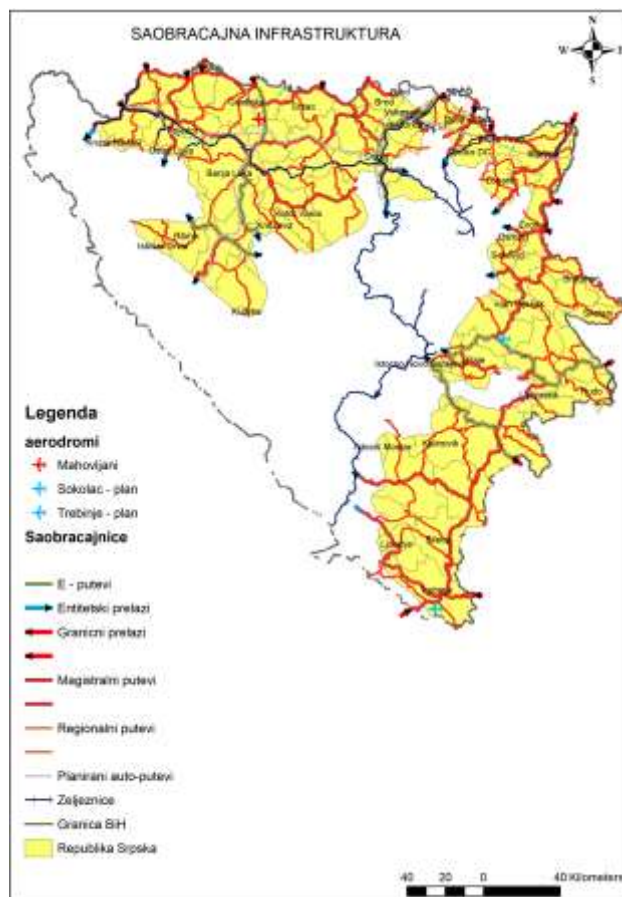
Путну мрежу Републике Српске сачињавају **магистрални (1.779 км), регионални (2.183 км) и локални путеви**. Магистрални и регионални путеви имају примарни значај у просторно-

<sup>15</sup> Европска мрежа међународних путева („Европски путеви“ или „Е - путеви“) јесте мрежа путева и аутопутева у Европи која има значај у међународном промету људи и роба. Ови путеви су означени стандардизованим ознакама које почињу одредницом Е.



функционалној интеграцији Републике Српске, њеној повезаности са окружењем, те у развоју туристичке привреде.

Око **87%** друмске саобраћајне мреже (магистрални и регионални путеви) једва задовољава основне стандарде (безбједност путовања, брзину кретања, пратеће услуге). Нарочито је проблематична ширина коловоза (7 м на магистралним и 6 на регионалним путевима). Брзих путева у РС још нема, као ни аутопутева, изузев на дионици Бањалука–Клашнице као дијелу будућег аутопута Бањалука–Градишка–Окучани<sup>16</sup>.



С обзиром на стање путне мреже брзина слободног тока на путевима Републике Српске **лимитирана је на 80 км/х**. Међутим, просјечна вриједност брзине кретања возила на путевима РС једва досеже **60 км/х**. То никако не доприноси афирмацији транзитног положаја РС нити развоју транзитног туризма.

**Неопходни су огромни напори на ревитализацији путне мреже на главним транзитним правцима кроз РС, посебно на транзитном правцу кроз источни дио Републике (Брод на Дрини–Тјентиште–Гацко), те на транзитном правцу Мркоњић–Шипово–Српски Купрес.**

Изградњом планиране мреже аутопутева у Републици Српској знатно би се поправило стање друмске саобраћајне мреже, те убрзали саобраћајни токови. То би у знатној мјери повећало обим туристичких кретања на главним (транзитним) туристичким правцима. Међутим, простори источног и југоисточног дијела Републике Српске (сарајевско-романијски, подрињски и простор источне Херцеговине) и даље би остали „периферни“ у односу на главне саобраћајнице кроз РС.

<sup>16</sup> Д. Бајић (2005): Друмски саобраћајни систем као фактор просторно-функционалне организације Републике Српске, магистарски рад, Географски факултет, Београд.

Главни саобраћајни и уједно транзитни туристички правци кроз РС су:

- Вишеград–Устипрача–Фоча–Гацко–Билећа–Требиње–Зупци
- Градишка–Бањалука–Мркоњић–Шипово
- Бијељина–Зворник–Соколац–Рогатица–Вишеград–Фоча–Требиње
- Шамац–Модрича–Добој –јадранско приморје
- Нови Град–Приједор–Бања Лука– Јадранско приморје /Бања Лука- Бијељина

*Жељезнички саобраћај* у РС је на ниском нивоу, како у погледу инфраструктурне опремљености, тако и у погледу просторне развијености. Није реално очекивати да ће у наредних 10 година жељезнички саобраћај у РС имати значајнију улогу у развоју туризма.

**Када су у питању жељезнице и њихова будућа улога у развоју туризма РС, посебну пажњу треба посветити ревитализацији ускотрачних пруга.**

Узимајући у обзир свјетска искуства, нарочито у Енглеској, те искуства у непосредном регионалном окружењу (Србија), постоји неколико значајних траса у РС које би требало ревитализовати (обновити) у периоду реализације ове Стратегије:

- Шипово–Српска Гора,
- Чапљина–траса по ободу Поповог поља–Хум–Требиње–Билећа–и даље према Никшићу (ЦГ)<sup>17</sup>,
- Вишеград–Вардиште /главни радови завршени/.

*Авионски саобраћај* у савременим туристичким кретањима има незамјењиву улогу. Једини аеродром у Републици Српској намијењен за међународни промет људи јесте аеродром у Маховљанима, у близини Бања Луке. Још увијек број летова и промет путника немају било каквог знатнијег удјела у обиму туристичког промета.

Изградња аеродрома на Сокоцу и у Требињу (предвиђено просторним планом Републике Српске до 2015. г.) омогућила би нешто већи туристички промет у неким од туристичких центара РС. Ипак, обим туристичког и укупног промета не би обезбиједио њихову рентабилност, као што то, још увијек, не може да обезбиједи постојећи аеродром у Маховљанима.

*Ријечни саобраћај*, с обзиром на природне претпоставке, искључиво је оријентисан на ријеку Саву, која већим дијелом представља сјеверну границу Републике Српске према Хрватској. Због ратних дешавања (1992–1995) ријечни саобраћај, и то трговачки, скоро у потпуности је замро. Реално је очекивати ревитализацију ријечног саобраћаја, у смислу транспорта и трговине различитим робама. **Међутим, није реално очекивати да би ријечни саобраћај на ријечи Сави у наредних 10 година могао имати знатнијег удјела у развоју туризма РС. Недостатак укупне инфраструктуре коју подразумијева ријечни саобраћај (пловила, луке, кадар...) и општи оквир друштвених процеса не иде у прилог развоју међурегионалних туристичких токова, поготово не у овој сфери туризма.**

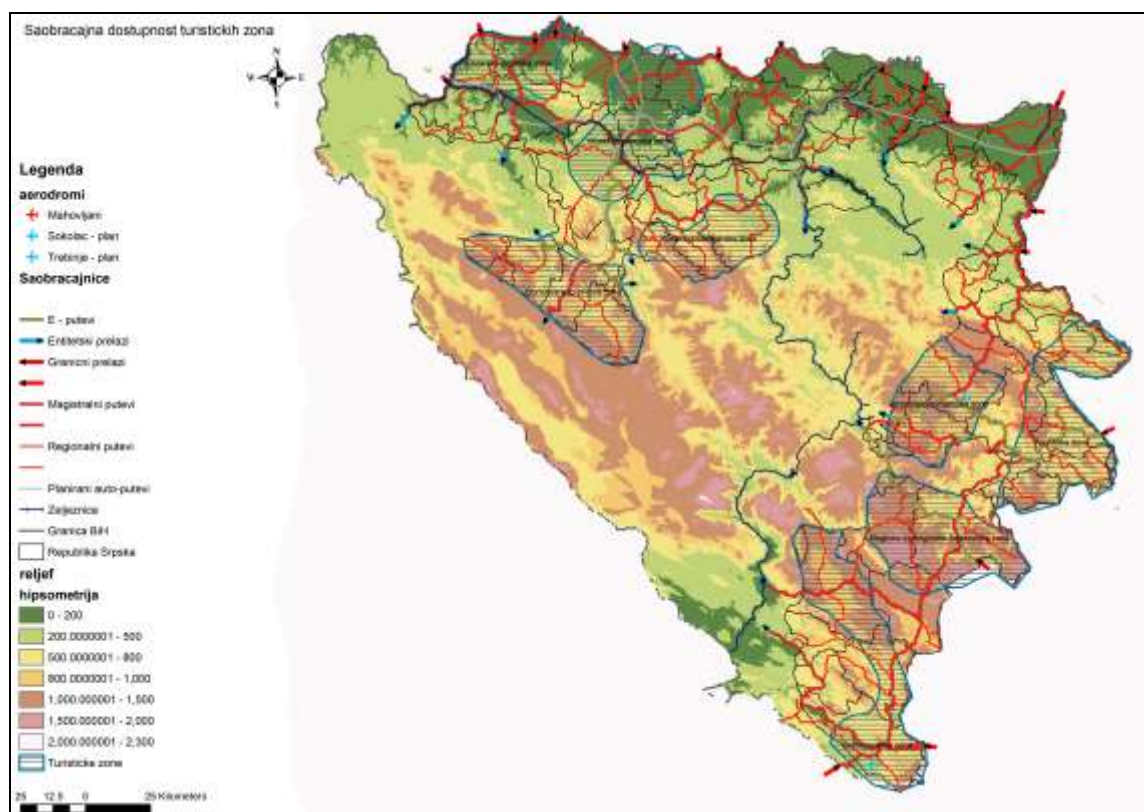
### 11.3. Саобраћајна доступност

При планирању развоја туризма битно је утврдити саобраћајну доступност туристичким дестинацијама. Према Просторном плану Републике Српске до 2015. године, на простору Републике Српске издвојено је **осам туристичких зона**, различитог степена саобраћајне

---

<sup>17</sup> Прелиминарни разговори (договори) обављени на државном нивоу између Црне Горе и БиХ. Идеје о изградњи пруге нормалног колосијека на поменутој траси су илузорне. Не постоје било какве реалне претпоставке о њеној рентабилности, као ни студија изводљивости. **Остаје констатација да једино обнова ускотрачне пруге, на дефинисаној траси, чини реалан и изводљив пројекат.**

ДОСТУПНОСТИ:



Козарско-поунска зона, Врбаско-мотајичка зона, Горњосанско-пливска зона, Кнежевачко-борјанска зона, Јахоринско-романијска зона, Подрињска зона, Маглићко-зеленгорска зона, Херцеговачка зона<sup>18</sup>.

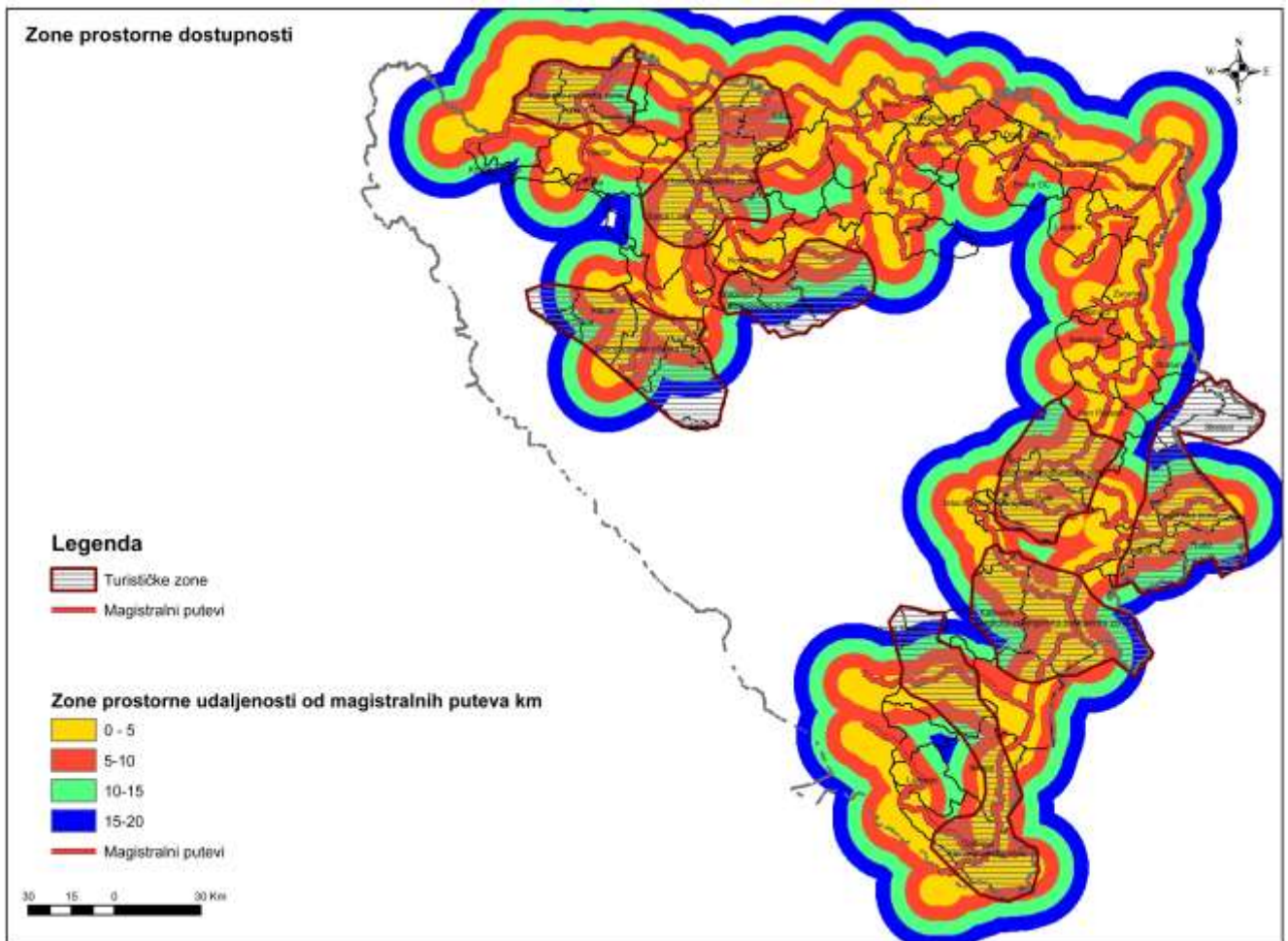
*Саобраћајна доступност туристичких зона*

	Број магистралних путева који пресијецају зону	Број Е путева који пресијеца зону	Број државних граничних прелаза на магистралним путевима у непосредној близини зоне	Број издвојених путних праваца који су потенцијални туристички правци а који пресијецају зону	Непосредна близина аеродрома – до 50 км (1 – да, 0 – не)	<b>СУМА БОДОВА</b>
Козарско-поунска зона	3	0	4	1	1	9
Врбаско-мотајичка зона	3	1	1	2	1	8
Горњосанско-пливска зона	1	1	0	1	0	3
Кнежевачко-борјанска зона	1	0	0	0	1	2
Јахоринско-романијска зона	2	2	0	3	1	8
Подрињска зона	1	1	1	1	0	4
Маглићко-зеленгорска зона	1	1	1	2	0	5
Херцеговачка зона	3	0	2	2	0	7

<sup>18</sup> Урбанистички завод РС (2008): Просторни план РС до 2015.

Козарско-поунска, Врбаско-мотајичка и Јахоринско-романијска туристичка зона имају знатно већи степен саобраћајне доступности од осталих туристичких зона у РС.

Просторне удаљености мјерене ваздушним растојањем између магистралног пута и туристичке дестинације (са вриједностима 5, 5–10, 10–15 и 15–20 км) показују добру покривеност Републике Српске мрежом магистралних путева.



Мало је простора унутар територије Републике Српске који није у зони до 20 км удаљености од магистралног пута (видјети у картографском прилогу).

**Закључак:**

- Друмска саобраћајна мрежа РС у погледу развијености саобраћајне инфраструктуре не задовољава захтјеве савременог туризма; има ограничавајућу улогу.
- Мрежа магистралних путева и њена просторна димензија може да буде добар основ развоју туризма.
- Изградња планиране мреже аутопутева допринијела би већем обиму туристичког промета, посебно у сфери транзитног, али и стационарног туризма.

## 12. ТУРИСТИЧКА СУПРАСТРУКТУРА РС /СМЈЕШТАЈНИ КАПАЦИТЕТИ

### 12.1. Смјештајни капацитети

Смјештајне туристичке објекте чине: хотели, мотели, туристички апартмани, пансиони,

преноћишта и гостиионице, бањска и климатска лјечилишта, планинарски домови и куће, кампови, туристичка насеља, одмаралишта, домаћинства, омладинска и дјечија одмаралишта. **Хотели и мотели**, различитих функција и категорија, најбројнији су објекти за смјештај туриста.

Табела 2. Број објеката за туристички смјештај по врсти, Република Српска, 2003-2008. године

	2003.		2004.		2005.		2006.		2007.		2008.	
	број	%	број	%	број	%	број	%	број	%	број	%
Хотели	46	59	50	56	48	47	59	42	62	41	63	37
Мотели	22	29	25	27	32	31	48	35	56	36	57	34
Пансиони и преноћишта	6	8	13	14	15	15	22	16	27	17	36	21
Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Остало	3	4	3	3	7	7	10	7	10	6	14	8
<b>УКУПНО</b>	<b>77</b>	<b>100</b>	<b>91</b>	<b>100</b>	<b>102</b>	<b>100</b>	<b>139</b>	<b>100</b>	<b>155</b>	<b>100</b>	<b>170</b>	<b>100</b>

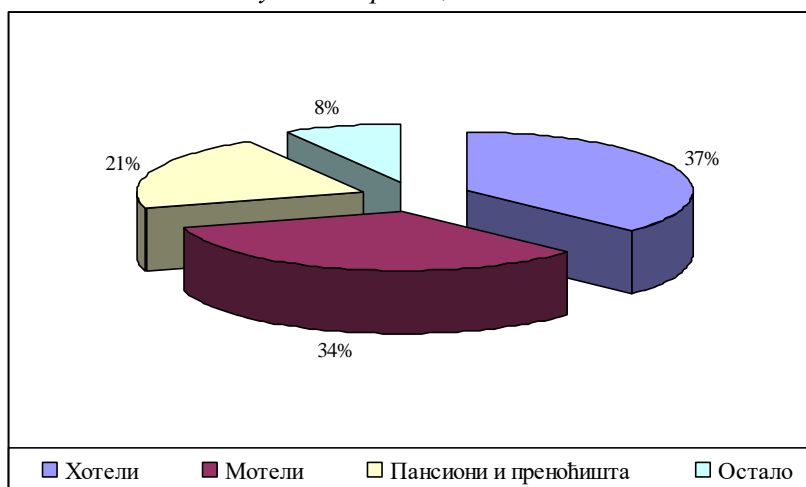
Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

У периоду од 2003. до 2008. године број објеката за смјештај туриста константно је био у порасту. Број хотела у посматраном периоду биљежи лагани раст. Иако број хотела расте, процентуално учешће хотела у укупном броју смјештајних објеката опада, са 59% у 2003. години на 37% у 2008. години. У истом периоду (2003–2008) забиљежено је повећање броја осталих смјештајних објеката. Број мотела са 22 повећао се на 57, колико је износио у 2008. години. Учешће мотела у укупном броју туристичких објеката порасло је са 29% у 2003. години, на 34% у 2008. години.

У претходно наведеном периоду број пансиона и преноћишта је порастао шест пута (2003. године било их је само шест, а 2008. године 36). Учешће пансиона и преноћишта у укупном броју смјештаја је са 8% у 2003. години порасло на 21% у 2008. години.

Број објеката сврстаних у категорију **Остали** је са три, колико их је евидентирано 2003. године, порастао на 14, колико их је евидентирано у 2008. години. Учешће ове категорије туристичког смјештаја у укупном броју туристичких објеката кретало се од 4% у 2003. години до 8% у 2008. години.

Графикон 1. Учешће објеката по врсти у укупном броју објеката за туристички смјештај, Република Српска, 2008. године



Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Табела 3. Број соба по врсти објеката за туристички смјештај, Република Српска, 2003–2008. године

	2003.		2004.		2005.		2006.		2007.		2008.	
	број	%	број	%	број	%	број	%	број	%	број	%
Хотели	2.285	86	2.447	82	2.377	77	2.658	73	2.749	70	2.582	65
Мотели	274	10	336	11	393	13	561	15	664	17	699	18
Пансиони и преноћишта	60	2	149	5	185	6	311	8	373	9	457	12
Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Остало	63	2	72	2	128	4	166	4	168	4	214	5
<b>УКУПНО</b>	<b>2.692</b>	<b>100</b>	<b>3.004</b>	<b>100</b>	<b>3.083</b>	<b>100</b>	<b>3.696</b>	<b>100</b>	<b>3.954</b>	<b>100</b>	<b>3.952</b>	<b>100</b>

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

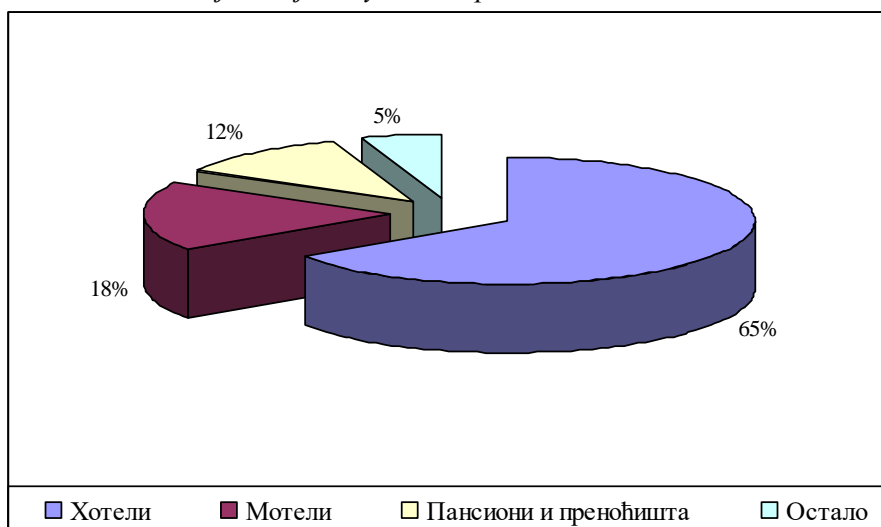
С порастом броја туристичких објеката растао је и број соба у њима. Број соба је са 2.692, колико их је било у 2003. години, порастао на 3.952 у 2008. години. Пораст броја соба није пратио пораст туристичких објеката. Наиме, број туристичких објеката (2003–2008. година) порастао је 2,2 пута, док је број соба порастао за мање од 1,5 пут. **Ово нам указује на чињеницу да су у посматраном периоду отворени објекти са скромнијим смјештајним капацитетима.**

Број соба у хотелима до 2007. године пратио је промјену броја хотела. Тако је број соба у хотелима у периоду од 2003. до 2005. године био у порасту, да би се у 2005. години број соба у хотелима смањило, а до 2007. године поново порастао. Година 2008. је специфична по томе што је број соба у хотелима опао у односу на 2007. годину, иако је број хотела порастао. У периоду од 2003. до 2008. године број соба у хотелима је незнатно увећан (1,1 пут). **Учешће хотелских соба у укупном броју соба за смјештај туриста је смањено, са 86% у 2003. години на 65%, колико је износило у 2008. години.**

У периоду од 2003. до 2008. године евидентиран је пораст броја соба у мотелима. **Учешће мотелских соба у укупном броју соба у свим туристичким објектима је са 10% у 2003. години порасло на 18% у 2008. години.**

Број соба у пансионима и преноћиштима је у том периоду порастао преко 7,6 пута. **Порастао је и број објеката и број соба сврстаних у категорију Остало – са 2% у 2003. на 5% у 2008. години.**

Графикон 2. Учешће броја соба по врсти објеката у укупном броју соба за туристички смјештај, Република Српска, 2008. године



Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Капацитет објеката за смјештај туриста може бити приказан и кроз број кревета у објекту. Категоришу се као стални и помоћни лежајеви (кревети).

Табела 4. Број кревета по врсти објеката за туристички смјештај, Република Српска, 2003–2008. године

	2003.		2004.		2005.		2006.		2007.		2008.	
	број	%	број	%	број	%	број	%	број	%	број	%
Хотели	4.568	85	5.016	81	5.100	77	5.643	73	5.838	70	5.525	66
Мотели	551	10	685	11	777	12	1.132	14	1.350	16	1.433	17
Пансиони и преноћишта	120	2	301	5	368	6	619	8	743	9	944	11
Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Остало	176	3	176	3	333	5	424	5	426	5	522	6
<b>УКУПНО</b>	<b>5.415</b>	<b>100</b>	<b>6.178</b>	<b>100</b>	<b>6.578</b>	<b>100</b>	<b>7.818</b>	<b>100</b>	<b>8.357</b>	<b>100</b>	<b>8.424</b>	<b>100</b>

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

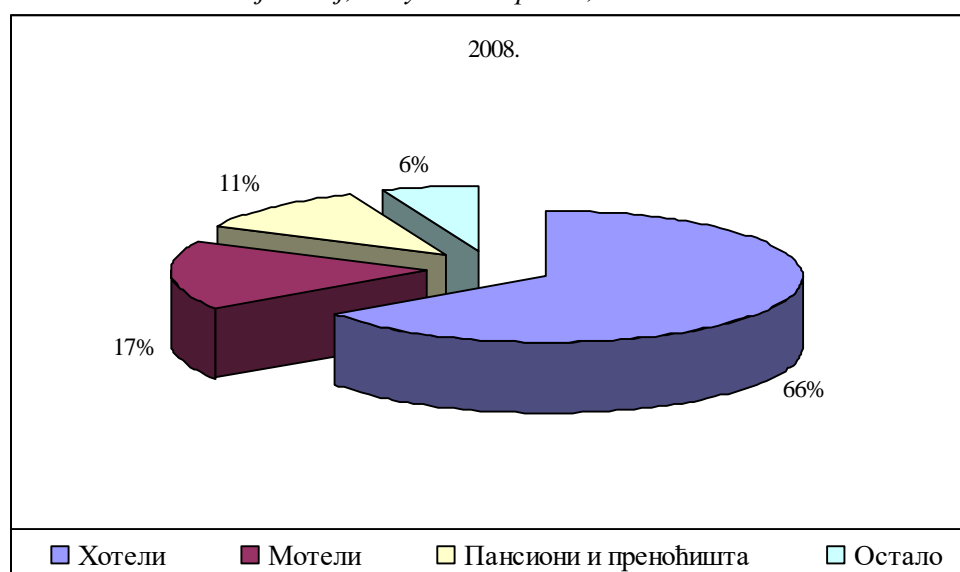
Укупан број кревета 2003. године износио је 5.415, а 2008. године 8.424, што је пораст од 1,5 пута. Број кревета у хотелима је у периоду од 2003. до 2008. године порастао за нешто мање од 1,3 пута (са 4.568 у 2003. години, на 5.525, колико их је евидентирано у 2007. години).

Посматрамо ли учешће броја кревета у хотелима у односу на укупан број кревета у свим туристичким објектима, видљиво је опадање учешћа, са 85% у 2003. години на 66% у 2008. години.

У евидентираним мотелима у Републици Српској број кревета је са 551, колико их је било 2003. године, порастао на 1.433 кревета у 2008. години, што износи пораст од 2,6 пута. Учешће броја кревета у мотелима у укупном броју кревета у истом периоду повећало се са 10% на 17%. Највиши пораст броја кревета у посматраном периоду остварен је у пансионима и преноћиштима, са 120, колико их је било у 2003. години, на 944, колико их је евидентирано у 2008. години.

Број кревета у категорији **Остало** повећао се са 176 у 2003. на 522 у 2008. години (са 3 на 6%).

Графикон 3. Учешће броја кревета по врсти објеката у укупном броју кревета за туристички смјештај, Република Српска, 2008. године



Анализом смјештајних капацитета у испитиваном периоду (2003–2008. године), а на основу претходно утврђених показатеља, констатујемо извјестан напредак у овом сегменту туристичке понуде. Међутим, структура објеката неопходних туристичкој привреди није задовољавајућа. Недостају одговарајући смјештајни објекти за масовни туристички смјештај, са инфраструктуром која ће задовољити стандарде у савременом туризму. То се посебно односи на недостатак одговарајућих хотела у планинским центрима зимског туризма, те хотела са пратећом инфраструктуром у скоро свим балнеолошким центрима, с изузетком Бање Врућица. Индикативан је пораст смјештајних објеката са мањим смјештајним капацитетима (мотела, пансиона и преноћишта), што упућује на закључак да су у функцији транзитног и пословног туризма.

## 12.2. Домаћинства у функцији туристичког смјештаја

На основу расположивих података, пријава и уплата боравишне таксе, услуге приватног смјештаја пружају домаћинства Јахорине и Кнежева. Објекти нису категорисани, што отежава пласман на туристичком тржишту.

Табела 5. Смјештај у домаћинствима

Дестинација	Број домаћинстава	Број лежаја
Јахорина	300	2000
Кнежево <sup>19</sup>	око 20	око 100
Шипово	18	око 120
Невесиње	5	око 50

## 12.3. Туристички смјештај у камповима

У Туристичкој организацији Републике Српске евидентирана је понуда смјештаја и у **камповима**. Највеће учешће у овој врсти смјештаја има општина Фоча. Евидентирани кампови раде сезонски, од априла до септембра. Углавном, у функцију су авантуристичког туризма (рафтинг, сплаварење, планинарење, активан одмор...). Број лежајева у камповима варира, тако да наведени капацитети представљају оквирно стање смјештаја.

**Проблеми туристичког производа:** доступност, инфраструктурна уређеност, алтернативна понуда, организована понуда, маркетинг.

Смјештај у камповима на територији Републике Српске

ЛОКАЦИЈА	УКУПНО КАМПОВА	КАПАЦИТЕТ
Долина ријеке Дрине	девет	651
Долина ријеке Таре	један	100

Извор: Туристичка организација Републике Српске

## 12.4. Категоризација туристичког смјештаја (стање 2009. год)

1. **Највећи обим туристичког промета у РС мјерен бројем ноћења обави се у хотелима:**
  - само два хотела су прве категорије са пет звјездица (укупно 62 лежаја);
  - свега 11 хотела су прве категорије са четири звјездице (укупно 1.069 лежаја);
  - доминантно учешће имају хотели треће и друге категорије, са три односно двије звјездице;

<sup>19</sup> Процјена на основу анкете.



- четири хотела су у петој категорији, са једном звјездицом.  
**Закључак: Туризму РС недостају хотели веће категорије и са већим смјештајним капацитетима.**
2. На другом мјесту, међу категорисаним објектима, по обиму туристичког промета су **мотели**:
    - 36 мотела су прве категорије са три звјездице;
    - 20 мотела су друге категорије са двије звјездице;
    - седам мотела су треће категорије са једном звјездицом.
  3. На трећем мјесту, међу категорисаним објектима, по обиму туристичког промета су **пансион и преноћишта**
    - 10 припада првој категорији са три звјездице;
    - 10 припада другој категорији са двије звјездице.

### 13. ТУРИСТИЧКА ПОСЈЕЋЕНОСТ РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ

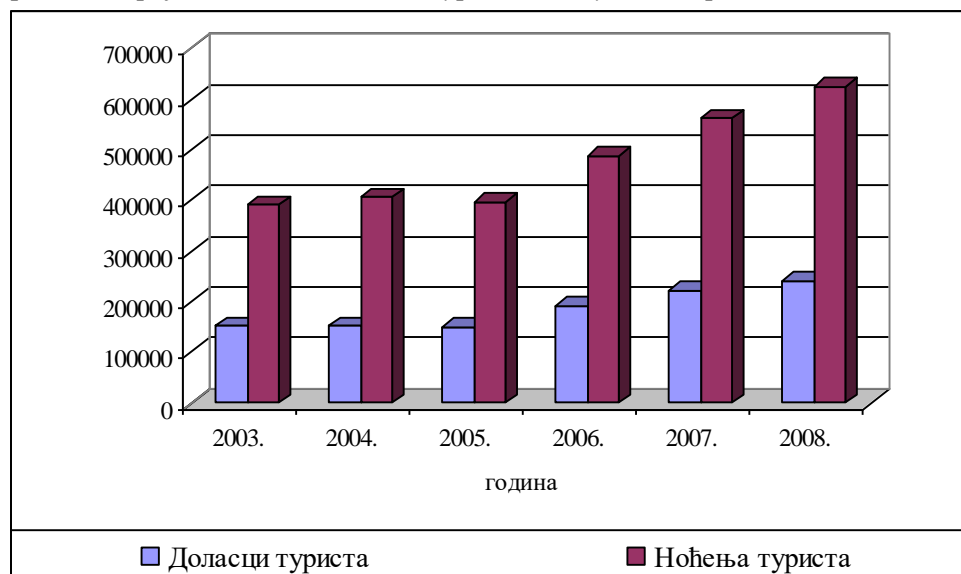
Анализа туристичке посјећености Републике Српске урађена је на основу статистичких података Републичког завода за статистику. Приказан је број туристичких долазака и ноћења (домаћих и страних) у периоду од 2003. до 2008. године.

Табела 6. Број долазака и ноћења туриста, Република Српска, 2003–2008. године

	Доласци туриста			Ноћења туриста		
	домаћи	страни	укупно	домаћи	страни	укупно
<b>2003.</b>	102.201	50.240	152.441	270.888	121.107	391.995
<b>2004.</b>	97.741	53.539	151.280	270.679	137.070	407.749
<b>2005.</b>	95.547	54.979	150.526	275.461	122.515	397.976
<b>2006.</b>	118.997	72.937	191.934	322.129	167.312	489.441
<b>2007.</b>	132.057	90.672	222.729	356.557	205.438	561.995
<b>2008.</b>	139.961	101.184	241.145	388.739	237.103	625.842

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Графикон 4. Број долазака и ноћења туриста, Република Српска, 2003–2008. године



Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Број долазака и ноћења домаћих и страних туриста остварених у периоду од 2003. до 2008.

године знатно је порастао, са изузетком 2005. године, у којој се биљежи лагани пад долазака и ноћења туриста у односу на претходну годину.

Доласци туриста са 152.441 у 2003. години порасли су на 241.145 у 2008. години. Примјетно је да се у овом периоду битније повећао долазак страних туриста у односу на домаће, и он се у испитиваном периоду скоро удвостручио. Слично стање је и у евиденцији ноћења туриста. Број ноћења је са 391.995 у 2003. години порастао на 625.842 у 2008. години. И овдје се број ноћења која су остварили страни туристи готово удвостручио у испитиваном периоду.

Табела 7. Доласци туриста по врсти објекта за смјештај, Република Српска  
2003–2008. године

		2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.
Домаћи туристи	Хотели	89.769	82.398	75.401	87.484	96.380	96.563
	Мотели	8.394	9.417	11.425	17.890	19.644	21.321
	Пансиони и преноћишта	2.083	3.893	5.074	8.362	10.748	13.912
	Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-
	Остало	1.955	2.033	3.647	5.261	5.285	8.165
	<b>УКУПНО</b>	<b>102.201</b>	<b>97.741</b>	<b>95.547</b>	<b>118.997</b>	<b>132.057</b>	<b>139.961</b>
Страни туристи	Хотели	43.929	44.702	45.693	57.109	70.290	77.477
	Мотели	5.155	6.369	5.544	9.483	12.620	13.635
	Пансиони и преноћишта	997	2.166	3.041	4.414	4.988	5.402
	Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-
	Остало	159	302	701	1.931	2.774	4.670
	<b>УКУПНО</b>	<b>50.240</b>	<b>53.539</b>	<b>54.979</b>	<b>72.937</b>	<b>90.672</b>	<b>101.184</b>
ПНО	Хотели	133.698	127.100	121.094	144.593	166.670	174.040
	Мотели	13.549	15.786	16.969	27.373	32.264	34.956
	Пансиони и преноћишта	3.080	6.059	8.115	12.776	15.736	19.314
	Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-
	Остало	2.114	2.335	4.348	7.192	8.059	12.835
	<b>УКУПНО</b>	<b>152.441</b>	<b>151.280</b>	<b>150.526</b>	<b>191.934</b>	<b>222.729</b>	<b>241.145</b>

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Будући да хотели располажу највећим бројем смјештајних капацитета, логично је и очекивати да је у њима евидентиран највећи број долазака и ноћења. Број долазака у хотеле је са 133.698 у 2003. години порастао на 174.040 у 2008. години. Доласци туриста у мотеле су у испитиваном периоду порасли чак 2,5 пута: са 13.549 у 2003. на 34.956 у 2008. години. Доласци туриста у пансионе и преноћишта порасли су преко шест пута, у апсолутном износу са 3.080 у 2003. години на 19.314 у 2008. години. Доласци туриста у смјештај сврстан у категорију Остало повећао се преко шест пута – са 2.114 у 2003. на 12.835 у 2008. години.

**Домаћи туристи су остварили већи број долазака у односу на стране туристе у свим врстама смјештаја.**

Евидентно је да се подаци о **оствареном броју ноћења** туриста, домаћих и страних, у различитим објектима за смјештај, подударају са подацима о доласцима туриста.

Табела 8. Ноћења туриста по врсти објекта за смјештај, Република Српска,  
2003–2008. године

		2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.
Домаћи туристи	Хотели	230.637	226.903	218.147	249.679	277.769	288.753
	Мотели	13.755	13.118	16.798	26.286	30.225	36.346
	Пансиони и преноћишта	2.893	6.891	7.843	12.708	15.494	20.942
	Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-
	Остало	23.603	23.767	32.673	33.456	33.069	42.968
	<b>УКУПНО</b>	<b>270.888</b>	<b>270.679</b>	<b>275.461</b>	<b>322.129</b>	<b>356.557</b>	<b>388.739</b>
Страни туристи	Хотели	111.560	121.152	107.690	142.554	171.917	192.601
	Мотели	7.741	10.391	9.366	15.078	21.033	26.146
	Пансиони и преноћишта	1.367	4.739	4.138	6.756	7.888	10.356
	Домаћинства (приватне)	-	-	-	-	-	-

	собе)						
	Остало	439	788	1.321	2.924	4.600	7.999
	<b>УКУПНО</b>	<b>121.107</b>	<b>137.070</b>	<b>122.515</b>	<b>167.312</b>	<b>205.438</b>	<b>237.103</b>
<b>УКУПНО</b>	Хотели	342.197	348.055	325.837	392.233	449.686	481.354
	Мотели	21.496	23.509	26.164	41.364	51.258	62.493
	Пансиони и преноћишта	4.260	11.630	11.981	19.464	23.382	31.298
	Домаћинства (приватне собе)	-	-	-	-	-	-
	Остало	24.042	24.555	33.994	36.380	37.669	50.697
	<b>УКУПНО</b>	<b>391.995</b>	<b>407.749</b>	<b>397.976</b>	<b>489.441</b>	<b>561.995</b>	<b>625.842</b>

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Доласци и ноћења туриста разликују се по врсти туристичког мјеста (бањска мјеста, планинска мјеста, остала туристичка мјеста и остала мјеста.

Табела 9. Доласци туриста по врсти мјеста, Република Српска, 2003–2008. године

		Бањска мјеста	Планинска мјеста	Остала туристичка мјеста	Остала мјеста	УКУПНО
Домаћи туристи	2003.	28.262	17.613	49.707	6.619	102.201
	2004.	28.397	16.517	46.991	5.836	97.741
	2005.	28.498	17.000	44.955	5.094	95.547
	2006.	30.953	23.213	57.876	6.955	118.997
	2007.	33.553	23.468	64.612	10.424	132.057
	2008.	30.765	27.074	68.696	13.426	139.961
Страни туристи	2003.	8.306	8.360	29.822	3.752	50.240
	2004.	7.988	10.545	32.065	2.941	53.539
	2005.	6.187	11.680	34.344	2.768	54.979
	2006.	8.200	16.993	43.728	4.016	72.937
	2007.	10.964	20.749	53.023	5.936	90.672
	2008.	9.730	21.435	62.057	7.962	101.184
УКУПНО	2003.	36.568	25.973	79.529	10.371	152.441
	2004.	36.385	27.062	79.056	8.777	151.280
	2005.	34.685	28.680	79.299	7.862	150.526
	2006.	39.153	40.206	101.604	10.971	191.934
	2007.	44.517	44.217	117.635	16.360	222.729
	2008.	40.495	48.509	130.753	21.388	241.145

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Највећи обим туристичког промета, мјерен бројем долазака, остварен је у категорији Остала туристичка мјеста. То практично значи да је у питању градски (пословни) туризам.

Друго мјесто припада планинама а треће бањама.

Највећи обим промета у посматраном периоду, 2003–2008. године, мјерен бројем ноћења, остварен је у бањским мјестима, слиједе остала туристичка мјеста, а на трећем су планинска туристичка мјеста.

Табела 10. Ноћења туриста по врсти мјеста, Република Српска, 2003–2008. године

		Бањска мјеста	Планинска мјеста	Остала туристичка мјеста	Остала мјеста	УКУПНО
Домаћи туристи	2003.	127.128	45.441	81.669	16.650	270.888
	2004.	141.640	43.083	70.516	15.440	270.679
	2005.	150.294	42.616	67.096	15.455	275.461
	2006.	169.177	52.937	87.031	12.984	322.129
	2007.	184.527	58.411	97.774	15.845	356.557
	2008.	195.611	63.376	107.148	20.604	388.739

<b>Страни туристи</b>	<b>2003.</b>	20.062	40.507	49.119	11.419	121.107
	<b>2004.</b>	22.026	43.764	54.313	16.967	137.070
	<b>2005.</b>	18.895	39.527	56.198	7.895	122.515
	<b>2006.</b>	30.068	57.329	72.069	7.846	167.312
	<b>2007.</b>	36.213	65.846	91.646	11.733	205.438
	<b>2008.</b>	41.789	69.183	110.994	15.137	237.103
<b>УКУПНО</b>	<b>2003.</b>	147.190	85.948	130.788	28.069	391.995
	<b>2004.</b>	163.666	86.847	124.829	32.407	407.749
	<b>2005.</b>	169.189	82.143	123.294	23.350	397.976
	<b>2006.</b>	199.245	110.266	159.100	20.830	489.441
	<b>2007.</b>	220.740	124.257	189.420	27.578	561.995
	<b>2008.</b>	237.400 (38 %)	134.559 (21,5)	218.142 (34,8 %)	35.741 (5,7%)	625.842 100%

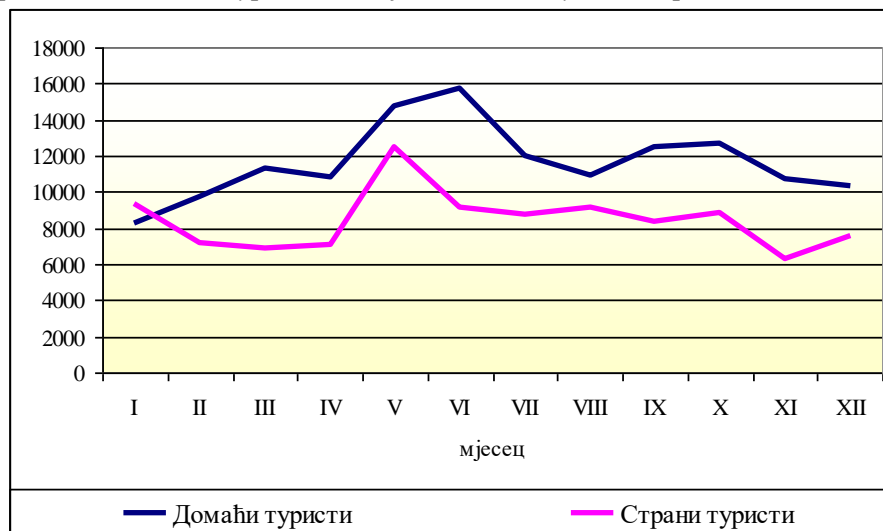
Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Табела 11. Доласци туриста по мјесецима, Република Српска, 2003–2008. године

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
<b>Домаћи туристи</b>	<b>2003.</b>	5.451	5.637	8.657	7.974	10.594	12.909	9.303	8.640	11.142	7.278	7.265	7.351
	<b>2004.</b>	5.112	6.332	7.482	6.356	9.141	11.230	8.559	9.910	11.769	7.962	6.522	7.366
	<b>2005.</b>	5.075	5.123	7.203	6.909	9.795	10.645	8.954	8.153	9.897	8.180	7.992	7.621
	<b>2006.</b>	6.836	6.761	9.625	8.015	10.720	12.205	9.900	10.278	14.021	11.046	10.595	8.995
	<b>2007.</b>	7.818	7.988	9.392	9.892	14.644	14.348	11.454	10.317	12.826	11.616	10.780	10.982
	<b>2008.</b>	8.305	9.716	11.342	10.848	14.733	15.723	12.030	10.955	12.524	12.675	10.768	10.342
<b>Страни туристи</b>	<b>2003.</b>	4.129	4.904	4.200	3.423	5.656	4.801	4.354	3.951	3.988	4.129	3.465	3.240
	<b>2004.</b>	3.649	4.287	4.941	3.978	5.026	4.258	5.178	4.285	5.039	4.863	4.258	3.777
	<b>2005.</b>	3.665	3.900	4.557	4.530	5.406	5.276	4.579	5.276	4.884	5.199	3.572	4.135
	<b>2006.</b>	5.555	4.697	6.681	4.883	6.634	6.968	6.212	7.041	6.928	6.002	5.053	6.283
	<b>2007.</b>	7.529	6.917	6.448	6.750	7.634	8.413	7.660	9.586	7.933	7.484	6.309	8.009
	<b>2008.</b>	9.358	7.133	6.878	7.092	12.466	9.141	8.783	9.189	8.405	8.823	6.322	7.594
<b>УКУПНО</b>	<b>2003.</b>	9.580	10.541	12.857	11.397	16.250	17.710	13.657	12.591	15.130	11.407	10.730	10.591
	<b>2004.</b>	8.761	10.619	12.423	10.334	14.167	15.488	13.737	14.195	16.808	12.825	10.780	11.143
	<b>2005.</b>	8.740	9.023	11.760	11.439	15.201	15.921	13.533	13.429	14.781	13.379	11.564	11.756
	<b>2006.</b>	12.391	11.458	16.306	12.898	17.354	19.173	16.112	17.319	20.949	17.048	15.648	15.278
	<b>2007.</b>	15.347	14.905	15.840	16.642	22.278	22.761	19.114	19.903	20.759	19.100	17.089	18.991
	<b>2008.</b>	17.663	16.849	18.220	17.940	27.199	24.864	20.813	20.144	20.929	21.498	17.090	17.936

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Графикон 5. Доласци туриста по мјесецима, Република Српска, 2008. године



Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Највећи број долазака туриста у туристичка мјеста остварен је у **љетним мјесецима**, и то у мају и јуну, док је најмање долазака остварено у јануару и фебруару. Наизглед нелогично ако се зна да планински туризам има високо учешће у туристичком промету. Повећано учешће туриста у љетњем периоду остварује се у бањском туризму (здравствени и конгресни), те у транзитном туризму (доминантно љети) као и у туризму Осталих туристичких мјеста, а овај се вид туризма остварује у градовима (пословни туризам) и то најинтензивније у љетњем дијелу године.

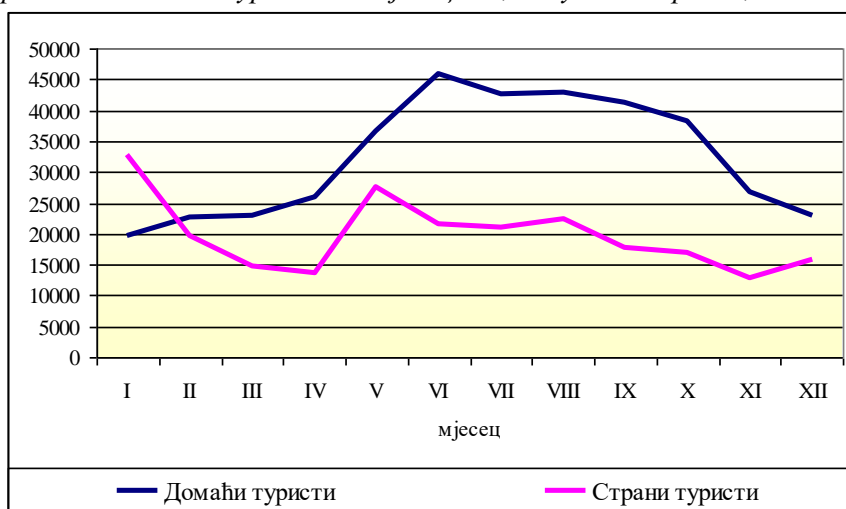
Табела 12. Ноћења туриста по мјесецима, Република Српска, 2003–2008. године

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Домаћи туристи	2003.	12.246	13.906	16.858	17.853	26.397	32.950	33.560	36.274	32.681	20.142	14.727	13.294
	2004.	12.626	15.764	13.981	13.332	21.488	31.298	30.311	40.121	35.769	24.097	16.233	15.659
	2005.	14.378	11.935	15.453	15.429	25.041	28.686	32.281	36.220	35.248	24.222	19.896	16.672
	2006.	17.466	14.997	20.017	20.121	25.000	31.247	36.897	41.169	43.401	29.706	23.766	18.342
	2007.	18.482	19.067	20.040	23.046	35.113	38.538	42.006	39.106	41.017	33.974	23.941	22.227
	2008.	19.616	22.724	23.039	26.030	36.512	45.959	42.578	42.873	41.382	38.164	26.903	22.959
Страни туристи	2003.	17.480	17.402	14.028	6.581	13.000	8.014	8.324	8.382	7.607	7.653	6.129	6.507
	2004.	14.007	16.338	14.857	7.974	12.898	10.936	12.152	10.633	11.339	9.463	8.324	8.149
	2005.	11.372	13.694	11.796	8.861	10.815	10.199	9.596	12.895	9.281	9.804	6.900	7.302
	2006.	21.379	14.921	15.623	8.991	12.596	14.641	14.239	16.259	14.252	11.901	9.633	12.877
	2007.	25.812	17.918	14.287	12.168	14.772	16.244	17.270	21.921	15.830	17.798	13.011	18.407
	2008.	32.820	19.786	14.649	13.672	27.491	21.624	21.055	22.465	17.754	17.070	12.771	15.946
УКУПНО	2003.	29.726	31.308	30.886	24.434	39.397	40.964	41.884	44.656	40.288	27.795	20.856	19.801
	2004.	26.633	32.102	28.838	21.306	34.386	42.234	42.463	50.754	47.108	33.560	24.557	23.808
	2005.	25.750	25.629	27.249	24.290	35.856	38.885	41.877	49.115	44.529	34.026	26.796	23.974
	2006.	38.845	29.918	35.640	29.112	37.596	45.888	51.136	57.428	57.653	41.607	33.399	31.219
	2007.	44.294	36.985	34.327	35.214	49.885	54.782	59.276	61.027	56.847	51.772	36.952	40.634
	2008.	52.436	42.510	37.688	39.702	64.003	67.583	63.633	65.338	59.136	55.234	39.674	38.905

Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

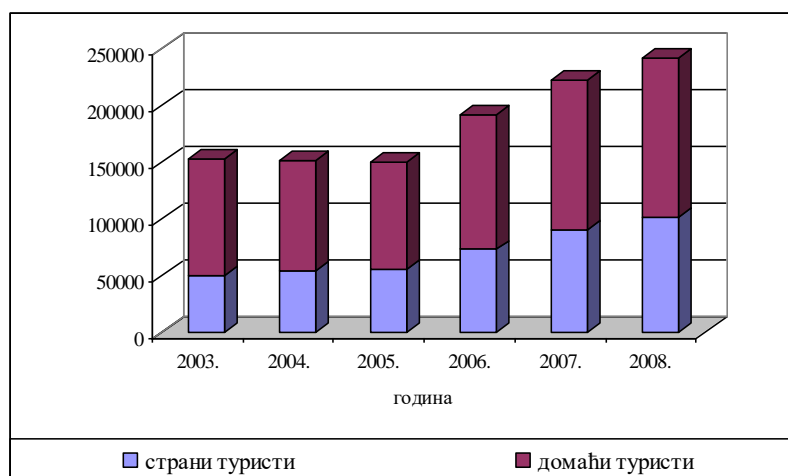
Максималан број ноћења остварен је у августу за већину испитиваних година, док је минималан број ноћења остварен у зимским мјесецима, и то новембру, децембру, јануару и фебруару. И домаћи и страни туристи су максималан број ноћења остварили у истом мјесецу. Минималан број ноћења домаћи туристи остварили су у јануару и фебруару, а страни у новембру и децембру.

Графикон 6. Ноћења туриста по мјесецима, Република Српска, 2008. године



Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Графикон 7. Доласци домаћих и страних туриста, Република Српска, 2003–2008. године

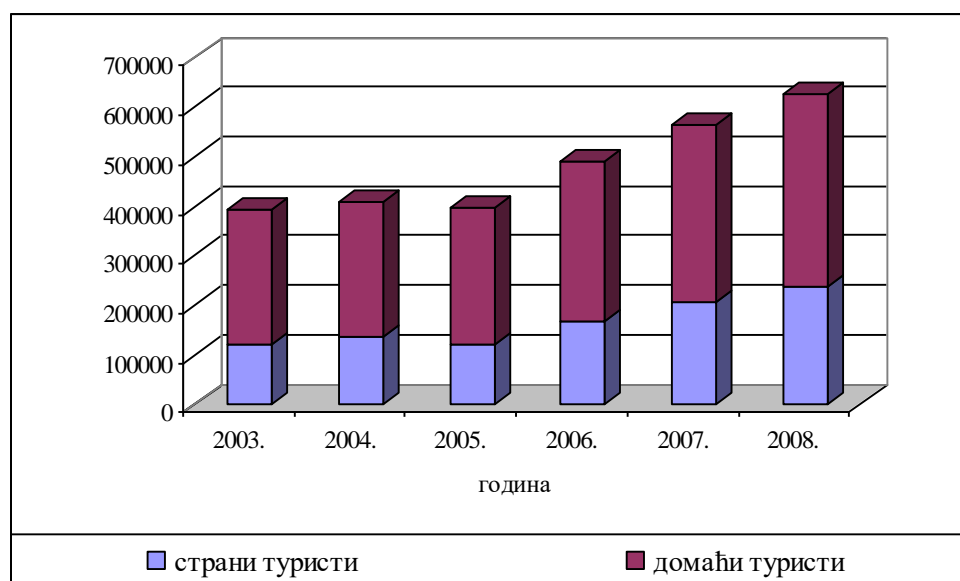


Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Ако се анализира број долазака домаћих и страних туриста у Републику Српску, евидентан је раст броја страних туриста, са 50 хиљада 2003. године до преко 100 хиљада у 2008. години. За разлику од страних туриста, број домаћих туриста у периоду од 2003. до 2005. године има лагани пад, са око 102 хиљаде у 2003. години на 95,5 хиљада у 2005. години. У периоду од 2005. до 2008. године број долазака домаћих туриста је порастао на скоро 140 хиљада.

**Највећи број страних туриста** који су ноћили у Републици Српској у периоду од 2003. до 2008. године, дошао је из **Србије** и кретао се од **71 хиљаду у 2005.** до преко **115 хиљада у 2008. години.** Србију слиједе туристи из **Хрватске** (у 2003. години ноћило 6.693, у 2007. години 26.660, а у 2008. години 24.251). Туристи из **Словеније** су трећи по броју ноћења са пет до 18 хиљада ноћења у испитиваном периоду. Ако изузмемо земље бивше Југославије, у Републици Српској ноћило је највише туриста из **Италије, затим Њемачке, Аустрије...**

Графикон 8. Ноћења домаћих и страних туриста, Република Српска, 2003–2008. године



Извор: Републички завод за статистику Републике Српске

Број ноћења која су остварили домаћи туристи је растао, и то са 270.679 у 2004. години на 388.739 у 2008. години. За разлику од домаћих туриста, број ноћења страних туриста је у испитиваном периоду варирао. Минималан је био у 2003. и 2005. години, када је износио око 122 хиљаде, а максималан у 2008. години, када је износио 237.103.

#### **14. ВАНПАНСИОНСКА ПОТРОШЊА У РС**

---

Званична статистика РС не располаже подацима о ванпансионској потрошњи. Међутим, на основу **укупних годишњих прихода и оствареног броја ноћења** дошли смо до егзактних показатеља да се по једном оствареном ноћењу у 2007. години трошило 137, а у 2008. години 127 КМ. Такође, на бази увида у цијене ноћења, дошли смо до показатеља да она у просјеку није прелазила 60 КМ у 2007, што се у суштини односи и на 2008. годину. **У вези са претходним изводи се једноставан закључак да је у ванпансионској потрошњи по једном оствареном ноћењу трошено више него у пансионској потрошњи. У ствари, у ванпансионској потрошњи оствари се приход 110 до 120% већи него у пансионској потрошњи.**

Повећан обим ванпансионске потрошње није последица богате ванпансионске понуде, већ је последица, прије свега, структуре туриста у туристичком промету, у којој већину чини бивше југословенско емитивно тржиште, које по правилу више троши од европске туристичке клијентеле која учествује у туристичком промету РС.

Богатија ванпансионска понуда, у домену домаће радиности (еко и етно производа, различитих сувенира...), те унапређење општих услова туризма који би повећали обим туриста у транзиту у доброј мјери допринијело би још већем учешћу ванпансионске потрошње у укупно оствареном приходу од туризма. **Дакле, подстицај домаћој радиности и већим стандардима у туризму чини претпоставку већег обима ванпансионске потрошње.**

#### **15. СТАЊЕ ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ**

---

##### **15.1. Законски основ**

У Републици Српској надлежности из области заштите животне средине има Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију. Према Закону о министарствима (Службени гласник РС бр. 70/02), ово Министарство надлежно је за мањи број питања из области животне средине, у односу на надлежностима из области просторног уређења и грађевинарства. Надлежности које се односе искључиво на питања животне средине су:

- интегрална заштита квалитета животне средине и њено унапређење путем истраживања,
- планирање управљања животном средином,
- мјере заштите животне средине.

Област заштите животне средине, једним дијелом, пренесена је и на локалну самоуправу која углавном своје надлежности проводи кроз издавање еколошких дозвола те израду локалних еколошких акционих планова.

Област заштите животне средине законски је уређена и третирана кроз неколико различитих закона, од којих сваки у свом домену уређује ову област или њене дијелове.

Закони који регулишу област заштите животне средине у РС:

- Закон о заштити животне средине-пречишћен текст (Службени гласник РС бр. 28/07),
- Закон о водама (Службени гласник РС бр. 50/06),
- Закон о управљању отпадом (Службени гласник РС бр. 53/02),
- Закон о заштити ваздуха (Службени гласник РС бр. 53/02,)
- Закон о заштити природе (Службени гласник РС бр. 50/02),
- Закон о Фонду за заштиту животне средине (Службени гласник РС бр. 51/02),

са припадајућим подзаконским актима.

Такође, законском регулативом и прописима из области заштите животне средине утврђена је процедура провођења поступка процјене утицаја на животну средину при изради пројеката који могу имати утицај на њено стање.

## 15.2. Показатељи стања

Очувана и здрава природна средина представља предуслов развоја различитих облика туризма. С друге стране, туризам остварује значајан утицај на животну средину. С тим у вези одрживост животне средине подразумијева очување природног наслеђа, при чему се мора водити рачуна да степен потрошње природних ресурса не превазилази оквире одрживости природне средине. Када је у питању стање животне средине у Републици Српској потребно је истаћи да постојећа индустрија и њене технологије, те умањен обим индустријске производње у односу на претходно стање, доприносе побољшању квалитета животне средине (квалитета ваздуха, вода, земљишта, еко услова биљака, животиња и човјека).

Анализа стања животне средине, сем интегративног приступа захтијева анализу основних компоненти, у првом реду квалитета воде, ваздуха, земљишта, те биодиверзитета. Мониторинг сваке од наведених компоненти, узевши у обзир и њихов међусобни однос, даје увид и могућност поуздане оцјене стања животне средине.

Мониторингом **површинских вода** у Републици Српској обухваћени су већи водотоци (Врбас, Врбања, Сава, Сана Уна, Дрина, Ђехотина, Угар и др.) и хидроакумулације, при чему се дају оцјене квалитета у складу са законском регулативом. Мониторинг водотока, од 2000. године, врши Институт за воде из Бијељине. Мониторинг се спроводи ради добијања поузданих и квалитетних података<sup>20</sup>. Према Програму радова за мониторинг квалитета површинских вода за 2008. годину, испитивање је извршено у оквиру надзорног националног мониторинга, оперативног, надзорног међународног мониторинга и мониторинга на референтним профилима.

Према Уредби о класификацији вода и категоризацији водотока<sup>21</sup>, сви испитивани профили водотока, осим Спрече на ушћу и Босне низводно од ушћа Спрече, треба да задовољавају услове прописане за I и II класу. На профилима Сп-2 и Б-12' квалитет воде водотока треба да задовољи услове III класе (Мониторинг површинских вода, 2008–извјештај). Према вриједностима већине праћених параметара, квалитет воде је био у оквиру прописаних вриједности, с назнаком да поједини параметри на испитиваним локалитетима нису имали вриједности прописане за класу.

Сем релативно већих водотока у РС који представљају значајан развојни ресурс, од огромног су значаја мање текућице у планинским просторима. Оне су у изворишним, и у цјелини у горњим дијеловима токова потпуно очуване и еколошки чисте. Смјештене су у различитим амбијенталним просторима, углавном средњег и западног дијела Републике Српске, па као такве представљају дестинације изузетних туристичких вриједности, које пружају могућност различитих облика туризма /излетничког, спортског риболова, екотуризма, едукативног, авантуристичког.../. Специфични орографски, морфолошки, климатски и хидролошки услови створили су посебне еколошке услове, па у различитим дијеловима планинских простора и ријечних долина у њима, налазимо разнолик биљни и животињски свијет, често са ендемичним врстама и реликтима. У овом погледу веома је илустративан простор Зеленгоре, Лелије, Маглића, Јахорине, Јавора, Лисине...

**Подземне воде**, било да се ради о залихама питке воде или о термоминералним водама, представљају значајан природни и развојни ресурс. Интегралан су дио природне средине, са све већом и значајнијом употребном вриједношћу. Најчешће су у вези с површинским водама. У Републици Српској могу се издвојити три зоне подземних вода: сјеверна, средишња и јужна<sup>22</sup>. Подаци о квалитету подземних вода су непотпуни, а према одређеним показатељима

---

<sup>20</sup> Ђокић, Д. (2009): Мониторинг водотока у Републици Српској за период од 2000. до 2008. године. Вода и Ми. Часопис агенције за водно подручје ријеке Саве Сарајево. 66, 2009.

<sup>21</sup> Службени гласник број 42/2001.

<sup>22</sup> Оквирни план развоја водопривреде Републике Српске, 2006.



може се констатовати да је квалитет подземних вода на подручјима Семберије и Посавине задовољавајући<sup>23</sup>. О термоминералним водама, њиховом распрострањењу и употребним вриједностима, биће говора у оквиру сегмента који се односи на бањски туризам.

**Земљиште** као једна од компоненти животне средине у Републици Српској није подрвгнуто перманентном мониторингу, те су и подаци о квалитету земљишта и кориштењу веома оскудни. Од укупног земљишта Републике Српске 1.209.590 ха припада шумским земљиштима и голетима, док пољопривредно земљиште заузима површину од 1.298.619 ха. Од укупне површине пољопривредног земљишта највећи дио отпада на оранице и баште са површином од 671.599 ха, док је најмањи дио под виноградима (693 ха). Појаве губитка и оштећења земљишта последица су појачане урбанизације и индустријализације, те примјене тенхичко-технолошких достигнућа у привредном развоју, пољопривреди и шумарству<sup>24</sup>. Посебно наглашавамо загађење земљишта прекомјерном употребом минералних ђубрива и средстава за заштиту биља (пестицида, фунгицида и др) што оптерећује земљиште. Сем тога, неконтролисана изградња, нерационална експлоатација сировина, ерозије изазване непланском употребом итд. доводе до губитка око 2.000 ха годишње, углавном продуктивног земљишта. Стога рационална употреба земљишта са превенцијом штетних ефеката представља најбољи начин очувања ове компоненте животне средине, а тим и животне средине у цјелини.

Већи дио РС налази се под шумским комплексима и припада шумским земљиштима. Ова чињеница иде у прилог тврдњи да се ради о еколошки здравој животној средини, битном предуслову укупног тиме и туристичког развоја.

**Са аспекта развоја туризма, посебно производње здраве хране, од непроцјењивог је значаја квалитет земљишта. У вези с овим неопходни су подстицаји у области пољопривредне производње /агара/ који подразумевају производњу без употребе вјештачких ђубрива, пестицида и осталих хемијских средстава.**

**Квалитет ваздуха** представља индикатор стања у животној средини и битан предуслов развоја туризма. Основни извори загађења су стационарни, а чине их термоенергетски објекти и индустријски погони. У протеклом периоду, углавном од 1991. па скоро све до данас, раде сниженим капацитетом, што резултира смањењем емисије полутаната и загађујућих супстанци у ваздух. Најзначајнији индустријски капацитети у Републици Српској, загађивачи ваздуха, су: РиТЕ Угљевик, РиТЕ Гацко, рафинерије нафте и уља у Броду и Модричи, градске топлане у Бањој Луци, Приједору, Бијелини и Добоју, фабрика глинице Бирач, дрвопрерађивачке индустрије у Шамцу, Которском код Добоја, Градишци, Бањој Луци, Котор Вароши, те локалне котловнице на чврсто гориво и мазут и др.

Све већи обим друмског саобраћаја и транспорта на главним транзитним правцима утиче на погоршање квалитета ваздуха, при чему се повећава концентрација, олова, сумпора...

Подаци о квалитету ваздуха у РС су непотпуни. Но, ипак они постоје за већа и индустријски развијенија градска насеља, и упућују на повремено повећање концентрације загађујућих материја, нарочито у зимском периоду и у вријеме стабилне атмосфере /високог притиска/.

На основу Оквирне Конвенције УН о промјени климе и Кјото протокола Босна и Херцеговина, а тиме и Република Српска, до 2012 године нема обавезу смањења емисије гасова који условљавају негативан ефекат стаклене баште (CO<sub>2</sub>, CO, SO<sub>2</sub> и др). Међутим, у наредним годинама реално је очекивати поштравање услова од стране Конвенције UNFCCC, у вези смањења и мониторинга емисија GHG, а што ће се између осталог позитивно манифестовати на квалитет животне средине.

Природни геодиверзитет Републике Српске испољава се и у **биодиверзитету**. Посебно треба истаћи висок степен ендемичности и реликтности.

Према акционом плану заштите животне средине Босне и Херцеговине, Република Српска по разноликости природних вриједности (биљног и животињског свијета, пејзажа, геолошког,

---

<sup>23</sup> Савић, М., Новаковић, В., Глигорић, М., Благојевић, Б. (2009): Међусобна зависност појединих физичко-хемијских параметара који детерминишу квалитет подземних вода Семберије и Посавине. Вода и Ми. Часопис агенције за водно подручје ријеке Саве Сарајево. 66, 2009.

<sup>24</sup> НЕАП, Акциони план за заштиту животне средине, март, 2003.

хидролошког и другог наслеђа) спада у сам европски врх. По изворима *Свјетског центра за праћење заштите природе* у Босни и Херцеговини постоји 21 заштићено подручје, од којих се добар дио заштићених подручја налази на територији Републике Српске. Међу њима су два национална парка („Сутјеска“ и „Козара“), два пејзажна парка, два природна резервата, три прашуме итд.<sup>25</sup>. Национални паркови "Козара" и "Сутјеска", као подручја посебних природних и антропогених вриједности, имају низ функција од посебног националног интереса. Међу њима истичемо: еколошку, туристичку, биогенетску, конзервациону, образовну, научно-истраживачу, естетску и социјално-здравствену. Развој турзима, прецизније речено екотуризма у националним парковима, у складу је са основним принципима и начелима који подразумевају очување основних природних вриједности и ненарушеног естетског и пејзажног изгледа простора.

Сем прашума (Перућица, Лом и Јањ), у биодиверзитету РС, истичемо туристички значај природних и вјештачких садржаја које је човјек створио и његовао (паркови, алеје, вјештачка језера...), па многи од њих заслужују да буду заштићени<sup>26</sup>.

Због изузетне љепоте и богатства живог свијета прашума Перућица је проглашена природним шумским резерватом. Њену пејзажну вриједност представља и водопад Скакавац. Очуваност прашуме претпоставља повољно станиште бројних животињских врста, нарочито угрожених (нпр. мрки медвјед).

Заштита биодиверзитета може провести низом метода и поступака, који се групишу у три цијелине. Прва цијелина обухвата методе за утврђивање научне основе за заштиту угрожених врста, другој групи припадају правни акти и нормативи, док је трећа представљена методама које се проводе у пракси.

**Генерално, стање животне средине Републике Српске је сасвим задовољавајуће, преферира развој сеоског, еко, авантуристичког, бањског, планинског и сличних облика туризма. Сем тога, квалитет животне средине пружа могућност унапређења туризма у свим градским насељима.**

Предуслов туризма је чиста, очувана и здрава животна средина. Интензиван развој туризма, нарочито масовног може имати негативног утицаја на животну средину. Из тих разлога свако планирање туризма и уређење туристичких простора мора испуњавати високе еколошке стандарде, као не би било негативних посљедица у животној средини, и како би туризам био одржив. Туристичко планирање и развој туризма у туристичким дестинацијама, између осталог, подразумјева изразу студија утицаја на животну средину.

### **15.3. Мјере заштите животне средине од туристичке пресије и негативних утицаја туризма**

Животна средина, у развојном смислу, има ограничења. Њени потенцијали су ограничени и захтијевају оптимално вредновање а не искориштавање. Стога је неопходно константно пратити стање животне средине, изворе загађења и носиоце негативних утицаја <sup>27</sup>. У том смислу неопходно је спровођење следећих мјера:

#### **Превентивне мјере:**

- Спречавање изградње инфраструктурних и других објеката који угрожавају животну средину и природне вриједности,
- Контрола приступа заштићеним просторима и контрола улазака,

---

<sup>25</sup> Љубојевић, С., Марчета, Д. (2007): Ниво искориштавања шума у заштићеним подручјима Републике Српске, Гласник Шумарског факултета Универзитета у Бањој Луци, 2007, бр. 7, стр. 23–50

<sup>26</sup> Кадих Ј., Марковић, Б. (2006): Заштићена подручја природе у просторном плану РС 2001–2015. Научна конференција: “Газдовање шумским екосистемима националних паркова и других заштићених подручја. Зборник радова, Јахорина – НП. Сутјеска, 05–08. јул 2006. п: 305–312

<sup>27</sup> Љешевић, М (2005): Животна средина села и ненастањених подручја, Географски факултет Универзитета у Београду, Београд.

- Зонирање активности и контрола понашања,
- Еколошко образовање туриста, туристичких радника и других посјетилаца дестинација,
- Информисање туриста и посјетилаца о вриједностима природних ресурса туристичких дестинација.

#### **Организационе мјере:**

- Израда просторних и осталих развојних планова и програма
- Стална контрола квалитета животне средине, емитера загађујућих материја, еколошког оптерећења простора, експлоатације природних ресурса и културних вриједности дестинације;

#### **Техничке мјере:**

- Естетско, хортикултурно и инфраструктурно уређење простора дестинације у циљу постизања естетских и функционалних вриједности туристичке дестинације;
- Техничко санирање девастираних простора и објеката (обнављање травњака, засађивање дрвећа, каптирање извора и сл);
- Конзервирање потенцијално угрожених локалитета (заштитне противерозивне мјере, просијецање шумских површина као превентивна мјера од пожара, постављање противопожарних апарата, сандука и врећа са пијеском и др);

## **16. ИНСТИТУЦИОНАЛНА ОРГАНИЗОВАНОСТ И НАДЛЕЖНОСТИ У ОБЛАСТИ ТУРИЗМА РС**

---

### **16.1. Унутрашњи правни и организациони оквир**

Законом о туризму Републике Српске<sup>28</sup> регулише се обављање туристичке дјелатности, те утврђују мјере на промоцији и развоју туризма. Уређење ових односа у области туризма треба да буде засновано на принципима интегралног развоја туризма и комплементарних дјелатности, као чинилаца укупног привредног и друштвеног развоја, одрживог развоја туризма, спровођења јединствених стандарда за пружање услуга у туризму, уз ефикасно кориштење туристичких простора и туристичких вриједности.

Под туристичком дјелатношћу, како је регулисана Законом о туризму Републике Српске, подразумијева се пружање услуга путничких, односно туристичких агенција, туристичких водича, услуга у сеоским домаћинствима, вјерском, конгресном, здравственом, спортском, ловном, риболовном и осталим облицима туризма, као и активности удружења грађана у оквиру дјелатности које чине туризам.

Туристичку дјелатност обављају предузећа, друга правна лица и предузетници који су уписани у одговарајући регистар за вршење те дјелатности, удружења грађана, као и физичка лица, под условима утврђеним Законом о туризму.

Послови на промоцији и унапређењу туризма од интереса за Републику Српску<sup>29</sup> дати су у надлежност Туристичкој организацији Републике Српске (ТОРС). Ова организација има статус правног лица, уписује се у судски регистар, послује у складу са прописима о јавним службама и својим статутом.

Законске надлежности Туристичке организације Републике Српске детаљно су разрађене чланом 41 Закона о туризму Републике Српске. Сагласност на акте Туристичке организације, годишњи програм рада, финансијски план и годишњи обрачун даје Влада Републике Српске.

**Пословима промоције** и унапређења туризма на локалном и регионалном нивоу баве се туристичка друштва, а средства за њихов рад се обезбјеђују из накнаде, донација, прикупљене боравишне таксе, а усмјеравају искључиво у изградњу туристичке инфраструктуре и

<sup>28</sup> «Службени гласник Републике Српске» бр. 112/2007 (пречишћени текст).

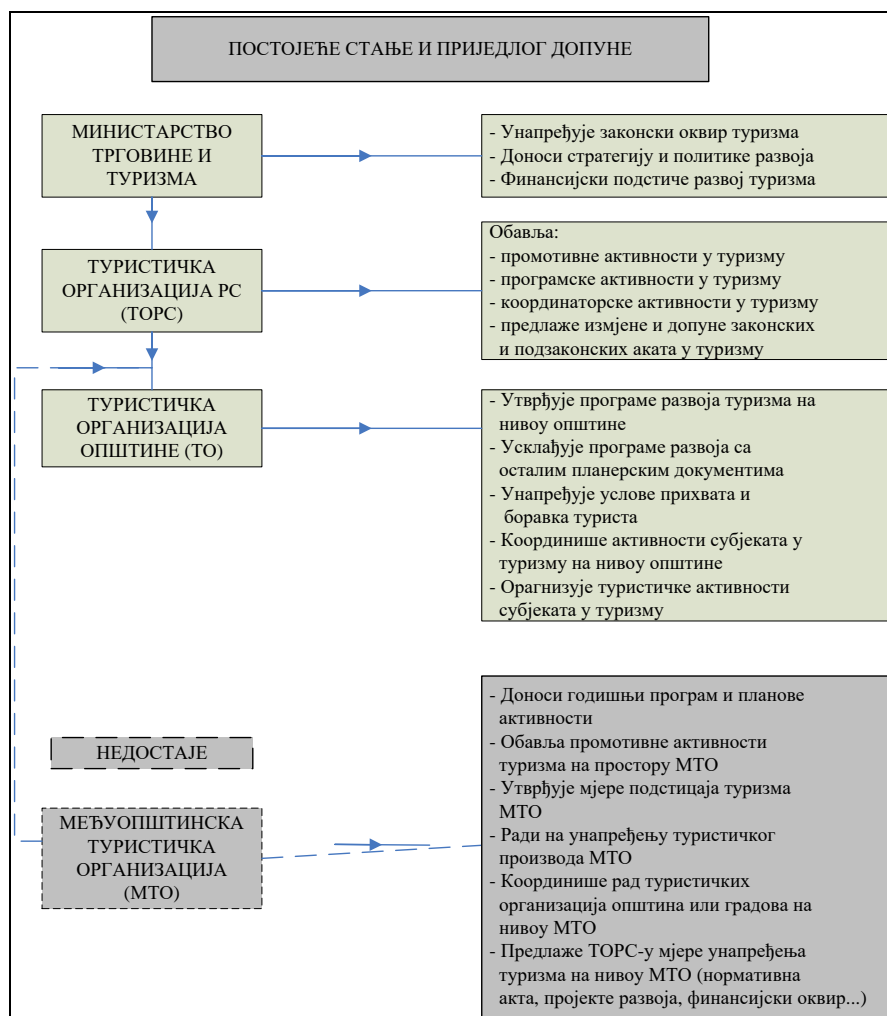
<sup>29</sup> Према члану 40 Закона о туризму Републике Српске, то су: обезбјеђивање туристичке информативно-пропагандне дјелатности у земљи и иностранству, формирање и развој информационог система у туризму Републике Српске и остваривање међународне сарадње у области туризма.

супраструктуре, те организовање различитих туристичких манифестација<sup>30</sup>. Локална заједница (општина или град) може основати туристичку организацију општине, односно града, као посебну организацију.

**Нацрт Закона о туризму РС** (из августа 2009. године), у институционалном смислу, у односу на постојећа рјешења предвиђа могућност оснивања **Међуопштинских туристичких организација** (чл. 88 Нацрта Закона), али и укидање општинских туристичких организација у оним општинама које су ушле у такву организацију (чл. 89 Нацрта Закона).

**Искуства развијених земаља показала су различите моделе институционалног организовања туризма. У том смислу ова Стратегија подржава могуће организовање туризма РС по моделу Међуопштинских туристичких организација, уважавајући принцип добровољности и интересног повезивања.**

*Шема институционалне организованости туризма РС*



## 16.2. Нови институционални облик туризма РС

### Међуопштинска туристичка организација /МТО/

У циљу боље координације субјеката у туристичкој привреди и валоризације туристичких

<sup>30</sup> Члан 46. Закона о туризму Републике Српске.

потенцијала РС, у институционалном погледу **предлаже се модел Међуопштинских туристичких организација**. Оснивачи су општине (градови) на, како је претходно наглашено, **интересној и добровољној основи**. Одлуком оснивача, ова организација (правно лице) је у већини случајева непрофитног карактера и има прецизно дефинисану структуру управљања и одлучивања. Исто тако, одлуком оснивача дефинишу се циљеви и задаци МТО. Основни задаци се односе на: истраживање емитивног и рецептивног тржишта, доношење годишњих програма и планова активности, обављање промотивних активности туризма на простору МТО, утврђивање мјера подстицаја туризма, утврђивање туристичког производа МТО, координацију рада туристичких организација општина или градова МТО, предлагање Туристичкој организацији Републике Српске мјера унапређења туризма на нивоу МТО, праћење и активно учествовање у спортским, културним, научним и другим манифестацијама у оквиру МТО итд. **Циљеви МТО морају бити усклађени са циљевима развоја туризма Републике Српске, тј. Туристичке организације Републике Српске, као и циљевима развоја туризма општина (градова), тј. локалних туристичких организација**. Ова организација пажљиво координира свој рад са локалним туристичким организацијама (општинским, градским), како би њихове активности биле међусобно компатибилне и истовремено доприносиле туристичком развоју у оквиру МТО. Међуопштинска туристичка организација **може** формирати **Међуопштинску туристичку агенцију**<sup>31</sup>, која ће се бавити стандардним агенцијским пословима. Такође, у организационом смислу, неопходно је да се, на **интересној основи** туристичких привредних субјеката, формирају туристички **кластери**, све у циљу организованог развоја туризма, организоване туристичке понуде и већих ефеката туристичке привреде.

### **16.3. Мјере унапређења институционалног оквира организованости и надлежности у туризму:**

- у оквиру институционалног оквира дефинисати **МТО ( Међуопштинску туристичку организацију)**.
- У оквиру потенцијално дефинисаних међуопштинских туристичких организација оставити могућност организације привредних субјеката на принципу **кластера**.
- на нивоу Међуопштинске туристичке организације /МТО/ може се, као оперативно тијело, формирати **Међуопштинска туристичка агенција**.

### **16.4. Међународни правни и институционални оквир**

Иако **Европска унија нема изворне надлежности у сфери туризма**, многе њене активности су усмјерене на побољшање овог сектора. Посебно се то односи на сектор међународне помоћи за развој (чији циљеви су, између осталих, смањење сиромаштва, одрживи економски и друштвени развој, интеграција у свјетску економију и др.). Принципи из Уговора о оснивању Европске заједнице о успостављању заједничког тржишта, економске и монетарне уније, те спровођење заједничких политика и активности, подразумевају промовисање хармоничних економских мјера, одрживог раста и развоја који подразумева, осим осталих активности, поштовање животне околине, које мора бити уграђено у све друге политике заједнице.

### **16.5. Универзални ниво**

Свјетска туристичка организација–**UNWTO**, специјализована агенција Уједињених нација<sup>32</sup>, водећа међународна организација у сфери туризма, служи као **свјетски форум** за питања политике туризма и практичан је извор туристичког know-how-a (знања и умијећа).

---

<sup>31</sup> Препоручује се свакој од потенцијалних међуопштинских туристичких организација оснивање одговарајуће туристичке агенција, која ће се бавити стандардним агенцијским питањима.

<sup>32</sup> World Tourism Organization, <http://www.unwto.org>, која окупља 154 државе чланице (укључујући и Босну и Херцеговину).

У оквиру ове организације усвојен је и Свјетски етички кодекс у туризму<sup>33</sup>, који подразумијева cjеловит скуп принципа са сврхом давања упутстава надлежним властима, локалним заједницама, туристичкој индустрији, професионалцима али и посјетиоцима, о понашању које ће обезбиједити постизање максималних позитивних економских, социјалних и културних резултата и користи, а истовремено смањити негативне утицаје на друштво и животну околину.

Кодекс разрађује поједина начела понашања у туризму у више сегмената, те успоставља одређена права и обавезе<sup>34</sup>:

Завршни дио **Општег кодекса** препоручује сарадњу јавних и приватних учесника у развоју туризма, да сарађују на увођењу начела и прате њихову ефикасну примјену<sup>35</sup>.

**Посебно је значајно да учесници у развоју туризма признају улогу међународних институција, на првом мјесту Свјетске туристичке организације, невладиних организација које се баве облашћу промоције и развоја туризма, заштите људских права, заштите животне околине и здравља, поштујући општа начела међународног права.**

## **17. ПОТРАЖЊА ЗА ТУРИСТИЧКИМ ПРОИЗВОДОМ РС И КАРАКТЕРИСТИКЕ ПОСТОЈЕЋИХ КОРИСНИКА**

---

Туристичка потражња, за потребе туристичке статистике, најчешће се дефинише као укупан број особа које учествују у туристичким кретањима, или се жели укључити у туристичка кретања, да би користиле различите туристичке услуге у мјестима изван средине у којој живе и/или раде.

У дијелу Стратегије Туристичка посјећеност Републике Српске и ванпансионска потрошња детаљно се говори о броју долазака и ноћења туриста у периоду 2003-2008. године, што можемо у квалитативном смислу третирају као туристичку потражњу.

Дефинишу је бројни фактори (интереси појединца и групе, квалитет туристичког производа, позиционираност на тржишту, конкурентност дестинације и сл).

Имајући у виду претходне показатеље изводимо следеће закључке:

- највећа потражња у туризму РС оствари се у категорији Осталих туристичких и Осталих мјеста. То практично значи у питању су искључиво преноћишта, која се у туристичкој статистици третирају као градски туризам. Међутим, у суштини и не ради се о туристичкој тражњи већ најчешће о пословним путовањима;
- стварна туристичка потражња у РС односи се на бањски и планински туризам, два водећа облика туризма у РС;
- у структури туриста примат имају домаћи у односу на стране /62,1% :37,9%/;
- у бањским мјестима превагу у туристичкој потражњи имају страни туристи /око 55%/;
- просјечно се оствари 2,3 ноћења по туристи;
- домаћи туристи остварују већи број ноћења од страних, просјечно 2,7 по туристи;
- учесници у туристичком промету остварују висок ниво ванпансионске потрошње, за око 120% више него у пансионској потрошњи;
- с обзиром да у структури страних туриста превагу имају учесници из сусједних земаља, највише из Србије, изводи се закључак о наглашеном потрошачком менталитету;
- емпиријски показатељи и дјелимичне анализе показују све већи интерес домаћих и

---

<sup>33</sup> GobaI Code of Ethics in Tourism, документ (A/RES/406(XII), усвојен на 13. сједници Генералне скупштине Свјетске туристичке организације, одржаној у Чилеу, 1999. године.

<sup>34</sup> Свако од наведених подручја детаљно се разрађује у тексту Општег кодекса, што овдје нисмо репродуковали.

<sup>35</sup> Током 2004. године сачињена је студија о имплементацији Општег етичког кодекса у туризму, коју је спровела Свјетска туристичка организација, на узорку од 94 државе чланице које су послале одговоре на претходно упућене упитнике (Босна и Херцеговина није послала одговоре на упитник). (Видјети текст извјештаја у документу A/16/20 Add.1, разматраном на сједници Генералне скупштине WTO одржане крајем 2005. године у Дакару (Сенегал).

страних туриста за појединим облицима туризма на селу, посебно за еко-, авантуристичким, излетничким, ловним те, захваљујући транзитном туристичком положају и за транзитним туризмом. Ефекти транзитног туризма видљиви су и у туристичкој инфра- и супраструктури која све више постаје интерес учесника туристичке привреде.

## **18. ПРЕГЛЕД ВЕЋ РАЗВИЈЕНИХ И МОГУЋНОСТИ ЗА РАЗВОЈ НОВИХ ВИДОВА ТУРИЗМА У РС**

---

### **18.1. Транзитни туризам**

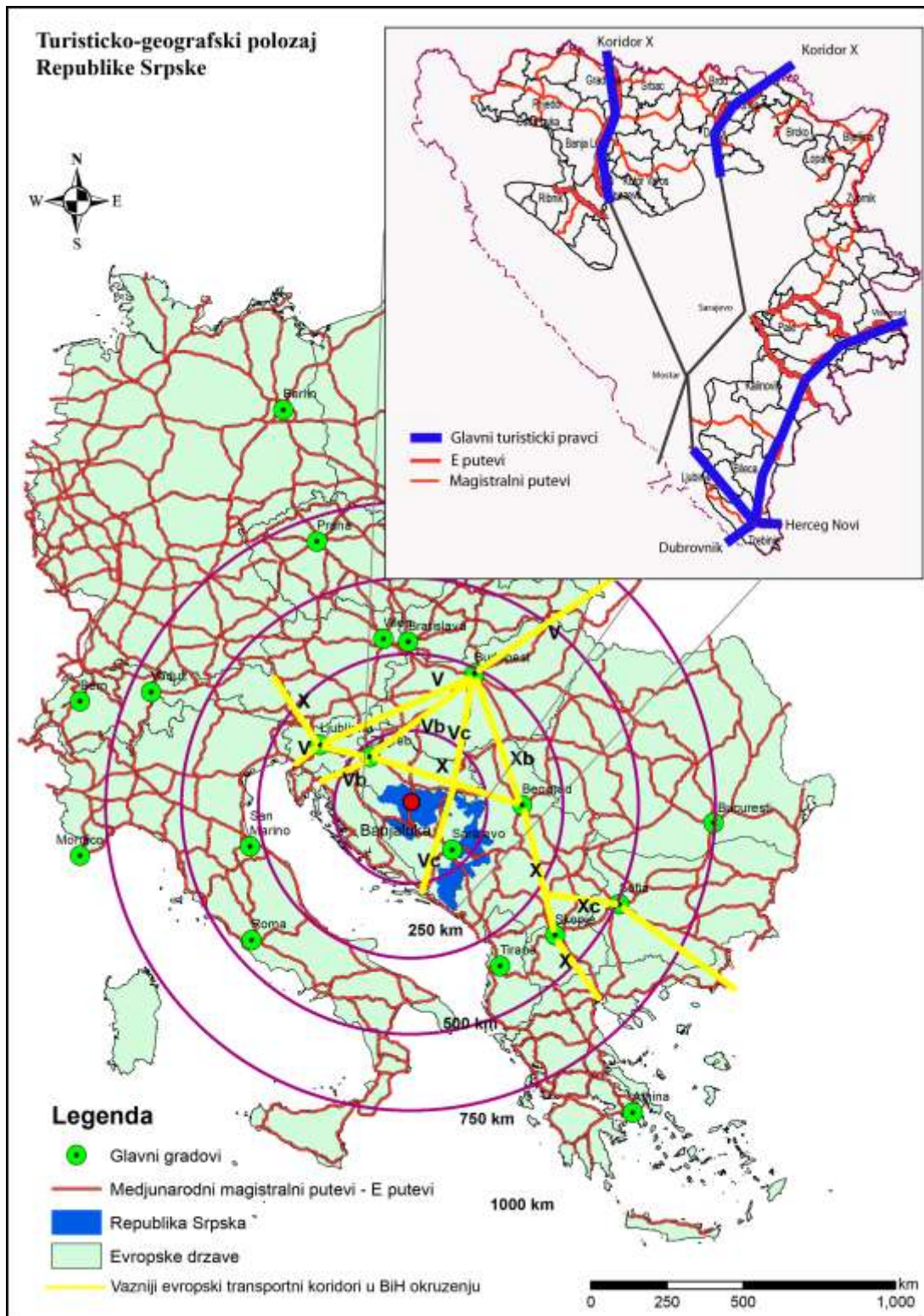
Транзитни туризам је један од посебних видова туризма. Данас се у свијету транзитном туризму поклања све већа пажња. Туристи постају све мобилнији, што због технолошког развоја саобраћаја, што због самог карактера савременог туристе, који има све већу потребу за посјетом већег броја дестинација, како у рецептивним мјестима, тако и на путу до њих.

Туристи на путу до крајњег одређишта, зависно од дужине пута, превозног средства које користе, туристичких мотива у близини транзита којим се крећу, врше одређени број заустављања. Та заустављања могу бити мотивисана различитим факторима: заустављање ради одмора и јела, сипања горива, поправке превозних средстава (сервисна заустављања) и сл. Заустављања могу бити у функцији „конзумирања“ туристичких производа на путу кретања. Свако заустављање повлачи трошење новца. Управо економски ефекти транзитног туризма, који нису мали, подстакли су развој инфраструктуре на путним (транзитним) правцима (мотели, преноћишта, ресторани, сервиси, бензиске пумпе, продајни центри...). **Недостају репрезентативни туристички садржаји са обиљежјем етно вриједности локалитета, попут уређених етносела (примјер туристичког насеља Станишићи крај Бијељине).**

Главне одреднице транзитног туризма су:

- економски ефекти од сервисних услуга,
- економски ефекти од „конзумације“ туристичког производа (посјете, продужени боравак, ванпансионска потрошња...).

**Предуслов развоја транзитног туризма РС је њена транзитност између емисионих центара и одређених дестинација, углавном између земаља средње Европе (Чешке, Словачке, Мађарске, Аустрије) и Јадранског приморја, те из ближег регионалног окружења, нарочито из Србије, кроз источни дио Републике Српске ка Дубровачком и Херцеговском приморју. Први транзитни правац преферира развој туристичких дестинација на коридору од Градишке преко Бања Луке, Мркоњића и даље ка Шипову, а други – развој дестинација од Вишеграда ка Фочи, Тјентишту, Гацку, Билећи, Требињу, трећи – развој дестинација на коридору Нови Град -Приједор–Бања Лука.**



Транзитне туристичке дестинације на коридору Градишка–Бањалука–Купрес:

1. Бања Лакташи
2. Бања Лука
3. Етно и еколокалитет Крупа на Врбасу
4. Балкана код Мркоњића
5. Шипово, етно и еколокалитет Јањске отоке
6. Етно и еколокалитет Ситница –Стричићи на Мањачи



## Транзитне туристичке дестинације на транзитном правцу кроз источни дио РС:

1. Вишеград
2. Бриони код Фоче
3. Национални парк Сутјеска / Тјентиште/
4. Чемерно код Гацка
5. Клиње код Гацка
6. Моско код Требиња
7. Требиње
8. Зупци код Требиња

## Транзитне туристичке дестинације сјеверозападног дијела РС

/Нови Град– Приједор/

1. Нови Град
2. Приједор
3. Лончари

Квалитет саобраћајних (транзитних) коридора (проходност, безбједност, инфраструктурна опремљеност, услуге...) битан су фактор развоја транзитног туризма. Постојеће стање, по свим параметрима, не задовољава потребне стандарде. **Модернизација транзитних коридора, виши стандарди у туристичкој привреди и квалитетнији маркетинг битне су претпоставке знатнијег обима и ефеката транзитног туризма. Маркетинг транзитних туристичких дестинација у доброј мјери може да допринесе обиму туристичког промета.** Видно недостају и туристички информациони центри. **Посебну маркетиншку пажњу заслужују етно, еко и културне туристичке вриједности на транзитним коридорима.**

### Транзитни туризам

#### Стање и проблеми

- нема директних показатеља обима туристичког промета
- индиректни показатељи упућују на све значајнију улогу у туризму /развој туристичке инфраструктуре на транзитним правцима, сезонска посјећеност туристичким дестинацијама, ванпансионска потрошња.../
- туристички производ непотпун /недостају информациони центри, понуда ограничена на услуге угоститељства, недостају мањи центри интегралне туристичке понуде на главним туристичким /транзитним правцима који би нудили смјештај, угоститељство, сервис, продају производа домаће радиности...
- саобраћајна инфраструктура не задовољава савремене захтјеве саобраћаја

#### Неопходне мјере

- подстицај унапређењу квалитета и обима туристичке понуде
- обогатити туристички производ секундарним мотивима/забава, одмор, рекреација, гастрономија, услуге...

#### Циљни транзитни правци

**Примарни:** Вишеград–Тјентиште–Требиње  
Градишка–Бања Лука–Купрес  
**Секундарни:** Бијелина–Зворник–Вишеград  
Бањалука–Мањача–Рибник  
**Терцијарни:** Бос. Шамац–Модрича–Добој  
Трново–Фоча

#### Циљна тржишта

Примарна: домаће, Србија, Хрватска, земље средње Европе

#### Тржишни сегменти

породице с дјецом, млади, пословни туристи, индивидуални.

#### Маркетинг

Промоциони пакети за туристичке коридоре

Публицитет /електронски медији

## 18.2. Планински туризам

Многе земље свијета највећи дио прихода из туризма остварују по основу планинског туризма.

**Битне претпоставке планинског туризма РС почивају на:**

- инфраструктурној опремљености,
- дужини туристичке сезоне,
- обиму туристичког промета,
- маркетингу туристичких дестинација,
- менаџменту туризма,
- квалитету туристичког производа.

**Планински туризам у Републици Српској има повољне природне претпоставке развоја:**

- **Високе, средње високе и ниске планине РС** омогућују различите видове туризма (спортског, здравственог, еко, ловног, риболовног, научног, едукативног). Примјери: Јахорина, Зеленгора, Волујак, Лебршник, Маглић, Козара, Борја, Мањача...
- **Разноврсна клима** (клима високих планина, клима средње високих планина, клима ниских планина) претпоставка је различитих видова планинског туризма (и љетњег и зимског), и различитих мотива туристичких кретања /здравље, одмор, рекреација, спорт, едукација...
- **Различити појавни облици површинских вода** (природна језера на Зеленгори и Волујаку, вјештачка језера (Југово на Зеленгори), ријеке (на Зеленгори и Јахорини...), потоци, стални извори, повремени извори (скоро на свим планинама);
- **Различити облици биљних и животињских заједница** (нарочито на Зеленгори, Маглићу, Волујаку...);
- **Природне биљне и животињске ријеткости** (Зеленгора, Сутјеска...);
- **Специфични екосистеми** (прашуме: Перућица, Јањ)...

**Антропогена обиљежја планинског туризма Републике Српске:**

- Слаба инфра и супраструктурна уређеност, с релативним изузетком Јахорине, Козаре, Зеленгоре (Тјентишта), Борја,
- Слаба проходност и доступност дестинацијама током зимског дијела године,
- Мали број хотела, мали капацитет,
- Мали број манифестација током године а у већини планинских дестинација и њихово тотално одсуство (примјери: „Дипијада“ на Зеленгори, Кочићев збор – Мањача, Грмечка корида),
- Лоша образовна структура запослених у туризму,
- Одсуство традиције,
- Слаб маркетинг.

Табела 13. Елементи туристичког производа туристичких планина РС

Планина	Висинска припадност	Клима	Природна језера	Вјештачка језера	Ријеке	Заштићена подручја	Национални паркови	Резервати	Уређене пјешачке стазе	Доступност аутомобилом	Доступност теретним возилом	Манифестације	Сеоски кадуни
Јахорина	В	П	-	-	+	-	-	-	+	+	+	+	-
Козара	Н	УП	-	-	+	+	+	-	+	+	+	+	-
Тјентиште*	В	УП	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Романија	СВ	П	-	-	+	-	-	-	-	+	+	-	-
Борја	СВ	УП	-	-	+	-	-	-	-	+	+	-	-
Кнежево	Н	П	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	+
Јавор (Игриште)	СВ	УП	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-
Деветак (Борике)	СВ	УП	-	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-

Напомена:

\* – Национални парк "Сутјеска" Тјентиште захвата планине Маглић, Волујак и Зеленгору. Републички завод за статистику прати туристички промет ових планина као једну ставку Тјентиште,

В – висока,

Н – ниска,

СВ – средње висока,

УП – умјерено-планинска,

П – планинска,

24\* – број кревета у апартманима Националног парка.

Табела 14. Смјештајни капацитети и туристички промет планинских дестинација

Планина	Смјештајна инфраструктура											Обим турист. промета				
	Хотели			Мотел			Пансиони			Остало	Кампови	Конгресни простори		2006.	2007.	2008.
	Број хотела	Број лежаја	Број смј. једин.	Број хотела	Број лежаја	Број смј. једин.	Број панс.	Број лежаја	Број смј. једин.							
Јахорина <sup>2</sup>	13	1483	586	-	-	-	6	184	69	**	-	+	доласци	-	-	-
													ноћења	59431	63246	74807
Козара <sup>2</sup>	1	127	43	-	-	-	1	20	9	24*	-	+	доласци	-	-	-
													ноћења	2480	6091	5221
Тјентиште* <sup>2</sup>	1	167	67	-	-	-	-	-	-	180*	+	+	доласци	-	-	-
													ноћења	3157	4820	5666
Романија <sup>1</sup>	2	120	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	доласци	2455	2496	2273
													ноћења	2879	3053	2515
Борја <sup>2</sup>	-	-	-	1	75	28	1	16	8	-	-	-	доласци	-	-	-
													ноћења	2490	4085	3637
Кнежево	2	150	-	-	-	-	-	-	-	**	-	-	доласци	-	-	-
													ноћења	-	-	-
Јавор <sup>1</sup> (Игриште)	2	184	78	-	-	-	-	-	-	-	+	+	доласци	1225	950	694
													ноћења	2454	2373	1686
Деветак <sup>1</sup> (Борике)	1	36	15	-	-	-	-	-	-	-		+	доласци	444	418	376
													ноћења	444	453	1051

Напомене: \* – Национални парк "Сутјеска" Тјентиште захвата планине Маглић, Вољујак и Зеленгору. Републички завод за статистику прати туристички промет ових планина као једну ставку Тјентиште,

<sup>1</sup> – Статистички билтен Угоститељство и туризам, број 5, Републички завод за статистику Републике Српске, праћен је промет у општинама Романија (Соколац), Јавор (Власеница), Деветак (Рогатица),

<sup>2</sup> – ТОРС, подаци добијени на основу плаћене боравишне таксе,

\*\* – смјештај у приватним викендицама,

24\* – број кревета у апартманима Националног парка Козара,

180\* – број кревета у павиљонима Националног парка Сутјеска,

<b>Планински туризам</b>
<b>Стање и проблеми</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ по основу броја ноћења на трећем мјесту</li> <li>▪ подједнак удио и домаћих и страних туриста</li> <li>▪ туристички производ непотпун</li> <li>▪ квалитет туристичког производа не задовољава</li> <li>▪ сезонска посјећеност</li> <li>▪ мали број хотела високе категорије и са већим смјештајним капацитетима</li> <li>▪ отежана доступност у зимској /главној/ туристичкој сезони...</li> </ul>
<b>Неопходне мјере</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ промовисати планине као дестинације и зимског и љетњег туризма</li> <li>▪ обогатити туристички производ секундарним мотивима /спорт, забава, одмор, рекреација, гастрономија..</li> </ul>
<b>Циљне планине</b>
Примарне: Јахорина, Козара Секундарне: Борја, Јавор, Влашић Терцијарне: Зеленгора, Маглић, Волујак, Деветак, Мањача
<b>Циљна тржишта</b>
Примарна: домаће, Србија, Хрватска Секундарна: Ц. Гора, Словенија, Македонија Терцијарна: Аустрија, Италија, Мађарска
<b>Тржишни сегменти</b>
скијаши, спортисти /кондиционе припреме/, образовне институције /конгресни туризам/, млади, индивидуални посјетиоци
<b>Маркетинг</b>
промоциони пакети за све туристичке планине, интернет страница дестинација, публицитет /електронски медији
<b>Канали дистрибуције</b>
агенције, хотели, туроператори, сајтови дестинација, Е-mail

### 18.3. Бањски туризам

**Бањски туризам** се заснива на кориштењу термалних, термоминералних и минералних вода, у сврху: лијечења, рехабилитације и рекреације. У вези са овим, у бањама се одвија здравствени, спортски, рекреативни, али и, с обзиром на укупност инфра и супраструктурних садржаја, све више конгресни и манифестациони туризам. На овај начин бање РС постају центри стационарног туризма, у којима туристичка сезона траје током цијеле године. **С обзиром на балнео-ресурсе, туристичку инфра и супра структуру, те традицију, бањски туризам један је од генератора развоја туристичке привреде Републике Српске.**

#### 18.3.1. Обим туристичког промета у бањама Републике Српске

Највећи обим туристичког промета у Републици Српској, мјерен бројем ноћења, оствари се у бањама. Тренд раста обима туристичког промета је сталан. Почива на све квалитетнијем туристичком производу, који, сем балнеофункције, чине услуге из сфере конгресног, манифестационог и спортског туризма.

Табела 15. Ноћења туриста у бањским мјестима

Година	Укупно	Бањска мјеста
2005.	397.976	169.189
2006.	489.441	199.245
2007.	561.995	220.740
2008.	625.842	237.400

(Извор: Угоститељство и туризам, статистички билтен број 5, Републички завод за статистику, Република Српска, Бања Лука, 2009. год, стр. 21.)

Различит је обим туристичког промета у појединим бањама РС. То је последица, прије свега, расположивих смјештајних могућности. Оне, сем балнеотуризма, претпостављају и остале видове туризма, нарочито конгресни, манифестациони, спортски и сл. У ствари, само Бања Врућица располаже потребном инфра и супраструктуром која омогућава прихват великог броја туриста. Све остале бање имају другоразредан значај у туристичком промету оствареном у домену балнео туризма. Сем тога, у осталим бањским мјестима структуру туриста (гостију) углавном чине пацијенти на рехабилитацији, а њихов боравак веже се за Фонд здравственог осигурања РС и скромне финансијске надокнаде.

- Бањски туризам је основни вид туризма Републике Српске.
- Бањски туризам, у односу на остале видове туризма, остварује највећи обим туристичког промета и има тенденцију раста.
- Смјештајни капацитети у свим бањама РС, изузев Бање Врућице, веома су скромни и главна су препрека већем туристичком промету.

Табела 16. Стање инфраструктуре и обима туристичког промета у бањама Републике Српске

Бања	Смјештајна инфраструктура				Медицински третман			Спортски садржаји			Конгресни простори (преко 100 мјеста)	Манифестације	Продајни простор (сувенири, домаћа радност...)	Обим туристичког промета			
	Укупан број кревета	Број смјешт. јединица	Апартмани	Бунгалови	Термални базен	Каде	Масажа	Спортски базен	Отворени спорт. терени	Уређене стазе				2006.	2007.	2008.	
Вилина Влас	164	87	-	+	+	+		+	+	-	+ <sup>1</sup>	+	-	доласци	-	-	-
														ноћења	18491	25531	24793
Врућица	1042	481	6	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	доласци	23411	26093	24355
														ноћења	122287	127387	129371
Губер <sup>4</sup>	120	-	-	-	+	+	-	-	+	-	-	-	-	доласци	-	-	-
														ноћења	240	70	60
Дворови	125	43	2	-	+	+	+	+	+	-	+ <sup>2</sup>	-	-	доласци	2055	2292	2179
														ноћења	11445	11019	12651
Кулаши	112	50	4	-	+	+	+	+	+	-	-	-	-	доласци	894	2887	2287
														ноћења	6621	11548	16557
Лакташи	144	78	9	-	+	+	+	+	-	-	+	-	-	доласци	1786	2767	- <sup>3</sup>
														ноћења	8959	16099	- <sup>3</sup>
Љешњани	-	-	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Мљечаница <sup>5</sup>	144	-	2	15	+	+	+	-	+	-	+	-	-	доласци	-	-	-
														ноћења	-	-	-
Слатина <sup>5</sup>	230	-	-	-	+	+	+	+	+	-	-	+	-	доласци	-	-	-
														ноћења	-	-	-
Топлице	70	30	-	-	+	-		+	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Напомене: +<sup>1</sup> – могућност одржавања конгреса у два ресторана са 370 мјеста

+<sup>2</sup> – могућност одржавања конгреса у ресторану са 400 мјеста

-<sup>3</sup> – Бања Лакташи је у 2008. години у санацији и нема туристичког промета

<sup>4</sup> – ТОРС, подаци добијени на основу уплаћене боравишне таксе, бања Губер је у стечајном поступку

<sup>5</sup> – подаци нису доступни ни у бањама ни у Републичком статистичком заводу Републике Српске

<b>Бањски туризам</b>
<b>Стање и проблеми</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ по основу броја ноћења на другом мјесту</li> <li>▪ знатно већи удио домаћих у односу на стране госте</li> <li>▪ квалитет туристичког производа релативно задовољава</li> <li>▪ посјећеност током читаве године</li> <li>▪ мали број хотела високе категорије и са већим смјештајним капацитетима, изузев Бање Врућица.</li> <li>▪ једнообразан туристички производ /углавном здравствени туризам</li> </ul>
<b>Неопходне мјере</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ промовисати бање као као дестинације здравственог, конгресног, рекреативног.. туризма</li> <li>▪ обогатити туристички производ секундарним мотивима /спорт, забава, одмор, рекреација, гастрономија..</li> <li>▪ подстаћи улагања у проширење смјештајних капацитета и садржаја туристичког производа</li> <li>▪ завршити процес приватизације / Бишеградска бања.. /</li> </ul>
<b>Циљне бање</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ све</li> </ul>
<b>Циљна тржишта</b>
<p>Примарно – домаће  Секундарно–Србија, Црна Гора, Словенија, Хрватска  Терцијарно–Аустрија, Италија, Њемачка</p>
<b>Тржишни сегменти</b>
<p>Индивидуални /здравство, wellnes/  Парови са дјецом /здравство, wellnes, излет.../  Парови без дјеце / здравство, wellnes/  Групе /веће и мање/ конгреси, скупови, едукација, wellnes, fitnes.../</p>
<b>Маркетинг</b>
Промоциони пакети, публицитет, публикације, интернет страница...
<b>Канали дистрибуције</b>
Медији, агенције, туроператори, хотели, глобални резервациони системи, сајтови дестинација...

#### 18.4. Туризам градова РС

Градски туризам почива на културним туристичким вриједностима те на туристичкој инфра и супра структури неопходној за остварење квалитета туристичког производа и обима туристичког промета.

Туризам градова Републике Српске заснива се на релативно кратким боравцима. Према броју остварених ноћења туриста (у години) можемо издвојити:

- градове у развоју (до 10.000 ноћења);
- мјеста малог степена туристичке развијености до 100.000 ноћења;
- развијена туристичка мјеста до 500.000 ноћења;
- високо развијена туристичка мјеста преко 500.000 ноћења годишње<sup>36</sup>.

Према овој класификацији **већина мјеста у Републици Српској припада градовима у**

<sup>36</sup> Према величини промета, најпрактичнија је класификација на места до 10.000 ноћивања, до 100.000, до 500.000 и преко пет стотина хиљада. Прва категорија означава слабо посећена места и без развијене базе туристичког промета. Друга категорија обухвата места у развоју, а затим следе категорије ниског, средњег и високог степена туристичке развијености. (Милорад Васовић, Живадин Јовичић, Важније туристичко-географске регије Европе, Издавачко предузеће „Рад“, Београд, 1974. год, стр. 361).



**развоју, односно мјестима са мање од 10.000 ноћења годишње** (Билећа, Костајница, Брод, Братунац, Власеница, Гацко, Градишка, Дервента, Доњи Жабар, Зворник, Касиндо, Кнежево, Котор Варош, Лопаре, Лукавица, Милићи, Модрича, Мркоњић Град, Невесиње, Нови Град, Петровац, Петрово, Рогатица, Рудо, Соколац, Србац, Сребреница, Трново, Угљевик, Устипрача, Челинац, Шамац, Шипово).

На основу података Републичког завода за статистику<sup>37</sup> за 2008. годину, у мјеста малог степена туристичке развијености (до 100.000 ноћења годишње) у Републици Српској спада 12 градова: Бања Лука (101.289 ноћења), Бијељина (38.718), Вишеград (24.824), Добој (10.697), Козарска Дубица (35.074), Лакташи (37.933), Пале (107.019), Приједор (18.100), Прњавор (20.039), Требиње (19.590) и Фоча (14.226). Сем Бања Луке, Требиња и Добоја, центара који остварују ноћења на основу развијености градског туризма, остала мјеста остварују ноћења на основу чињеница да на територији своје општине посједују бање или планинске туристичке комплексе. Нпр., Теслић као афирмисано бањско мјесто имао је у 2008. години 133.272, ноћења што га **сврстава у развијена туристичка мјеста** (до 500.000 ноћења годишње). Релативно висок обим туристичког промета оствари се у Вишеграду, Бијељини, Козарској Дубици, Прњавору и Лакташима. Међутим, ту се ради, углавном, о повећаном обиму промета оствареном у бањама, што ствара погрешну слику о развијености градског туризма. Иста констатација односи се и на Фочу, гдје се туристички промет, мјерен бројем ноћења, оствари већим дијелом на Тјентишту.

Табела 17. Општине у Републици Српској са највише остварених ноћења туриста

Општина	Год.	Доласци			Ноћења		
		Укупно	домаћих туриста	страних туриста	Укупно	домаћих туриста	страних туриста
Бања Лука	2005.	35.292	17.261	18.031	56.999	25.994	31.005
	2006.	46.330	23.840	22.490	76.646	36.336	40.310
	2007.	52.270	25.517	26.753	86.464	38.662	47.802
	2008.	60.906	28.709	32.197	101.289	44.642	56.647
Бијељина	2005.	13.454	9.902	3.552	25.131	19.004	6.127
	2006.	14.418	10.543	3.875	28.748	22.225	6.523
	2007.	16.399	11.187	5.212	31.789	22.882	8.907
	2008.	18.358	11.823	6.535	38.718	27.551	11.167
Вишеград	2005.	8.310	7.029	1.281	20.776	18.679	2.097
	2006.	7.177	5.365	1.812	19.472	15.172	4.300
	2007.	6.327	4.659	1.668	24.299	18.703	5.596
	2008.	5.596	4.079	1.517	24.824	18.386	6.438
Добој	2005.	4.178	2.314	1.864	6.543	3.669	2.874
	2006.	3.164	1.568	1.596	5.671	3.267	2.404
	2007.	6.315	3.272	3.043	10.891	5.563	5.328
	2008.	5.502	2.829	2.673	10.697	5.584	5.113
Козарска Дубица	2005.	2.197	2.169	28	29.303	29.096	207
	2006.	2.580	2.453	127	28.218	27.888	330
	2007.	2.241	2.127	114	28.355	27.690	665
	2008.	2.696	2.580	116	35.074	34.453	621
Лакташи	2005.	11.641	6.327	5.314	17.844	8.739	9.105
	2006.	18.098	9.232	8.866	31.151	16.395	14.756
	2007.	19.458	8.315	11.143	35.756	14.152	21.604
	2008.	16.676	6.906	9.770	37.933	13.466	24.467
Пале	2005.	18.744	9.883	8.861	65.234	30.799	34.435
	2006.	28.511	14.743	13.768	89.772	38.040	51.732
	2007.	31.328	14.729	16.599	99.711	42.648	57.063
	2008.	34.923	17.471	17.452	107.019	45.360	61.659

<sup>37</sup> Угоститељство и туризам, статистички билтен број 4, Републички завод за статистику, Република Српска, Бања Лука, 2008. год.

Приједор	2005	4.677	2.440	2.237	6.945	3.229	3.716
	2006	8.065	5.219	2.846	12.328	7.803	4.525
	2007	10.390	6.604	3.786	20.701	11.268	9.433
	2008	9.404	5.606	3.798	18.100	9.542	8.558
Прњавор	2005	2.168	1.168	1.000	6.609	4.601	2.008
	2006	2.498	1.246	1.252	8.538	5.919	2.619
	2007	3.365	2.050	1.315	14.378	11.713	2.665
	2008	5.124	2.960	2.164	20.039	16.342	3.697
Теслић	2005	20.145	17.416	2.729	102.351	92.215	10.136
	2006	25.384	20.720	4.664	126.900	108.077	18.823
	2007	27.741	22.495	5.246	130.988	114.487	16.501
	2008	25.904	20.710	5.194	133.272	114.278	18.994
Требиње	2005	7.296	4.891	2.405	10.491	6.956	3.535
	2006	9.041	6.053	2.988	15.446	9.919	5.527
	2007	10.928	8.046	2.882	19.166	13.042	6.124
	2008	10.292	7.237	3.055	19.590	11.504	8.086
Фоча	2005	3.927	2.592	1.335	7.332	4.949	2.383
	2006	4.716	3.074	1.642	8.492	5.816	2.676
	2007	5.825	3.250	2.575	10.975	6.915	4.060
	2008	6.882	4.310	2.572	14.226	10.067	4.159

(Извор: Угоститељство и туризам, статистички билтен број 4, Републички завод за статистику, Република Српска, Бања Лука, 2008. год.)

Туризам градова (градски туризам) РС у први план ставља Бању Луку и Требиње, два градска центра карактеристичног туристичког производа. Бања Лука свој туристички производ заснива на пословном туризму, сајмовима, културним манифестацијама, релативно богатој културној баштини, релативно добром положају и саобраћајној доступности. За разлику од Бања Луке, Требиње је топ производ субмедитеранске амбијенталности (клима, архитектура, менталитет становништва). Све је обогачено низом културних манифестација, аутохтоним етнопроизводима, гастрономијом... Транзитни положај Требиња доприноси обиму туристичког промета.

Другу групу центара градског туризма чине: Вишеград, Добој, Нови Град, Приједор и Бијељина. Остали центри имају симболичан значај у дефиницији туристичког производа као и у обиму туристичког промета.

<b>Туризам градова</b>
<b>Стање и проблеми</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ градски центри мале туристичке развијености и малог обима туристичког промета,</li> <li>▪ скромна туристичка понуда,</li> <li>▪ слаба инфраструктурна уређеност,</li> <li>▪ мали број смјештајних објеката високог стандарда,</li> <li>▪ слаба алтернативна понуда...</li> </ul>
<b>Неопходне мјере</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ подстицај развоју туристичке инфраструктуре,</li> <li>▪ подстицај туристичком производу (манифестације,</li> <li>▪ култура, спорт, забава, унапређење маркетинга,</li> <li>▪ информационих технологија...</li> </ul>
<b>Циљни градови</b>
Бања Лука, Требиње, Вишеград, Добој, Приједор
<b>Циљна тржишта</b>
Примарно: домаће Секундарно: Србија, Хрватска, Словенија, Италија
<b>Тржишни сегменти</b>
млади, пословни људи, индивидуалци
<b>Маркетинг</b>

промоциони пакети, Интернет, публикације, туристички сајмови, фото и видео записи, сувенири /продаја/

Канали дистрибуције

туристичке агенције, туроператори, сајтови градова..

### 18.5. Манифестациони туризам

Манифестације представљају основу манифестационог туризма. Овај вид туризма подразумева низ планираних културних, спортских, политичких, умјетничких догађаја; од великих међународних манифестација, сајмова, фестивала до градских манифестација локалног значаја. Манифестациони туризам подразумева „сегмент туристичког тржишта у коме људи путују да би присуствовали манифестацијама или који су мотивисани да манифестације посјећују у мјесту боравка“<sup>38</sup>.

Манифестације за неку државу представљају њену интернационалну туристичку понуду, имају велики пропагандни значај, обогаћују културни живот, утичу на продужетак туристичког боравка, а заснивају се на вриједностима манифестационих мотива.

Туристичка експлоатација манифестационих мотива претпоставља висок степен привредног и туристичког развоја и веома комплексну организацију.

Манифестације у Републици Српској имају дугу и разноврсну традицију, а могу бити умјетничке, спортске, културне, политичке и др. С обзиром на богато културно-историјско наслеђе Републике Српске, посебно треба истакнути манифестације у сфери духовног стваралаштва.

У Републици Српској се одржава низ културно-умјетничких, фолклорних и спортских манифестација: „Ђурђевдански фестивал дјечије пјесме“, „Међународни фестивал позоришта за дјецу“, „Театар фест“, „Бањалучке љетне игре“, „Љето на Врбасу“, „Кочићев збор“, „Дучићеве вечери поезије“, „Дани косидбе на Балкани“, „Андрићеви дани“, „Међународни рукометни ТВ турнир шампиона“, „Тениски турнир Бањалука опен“ и сл.

Главне манифестације у Републици Српској су: „Сајам књиге“, „Међународни сајам аутомобила“, „Међународни сајам лова, риболова, туризма и угоститељства“, „Међународни пољопривредни сајам“, „Међународни сајам грађевинарства“. Регионални и локални значај имају бројне манифестације: Дани вина у Требињу, „Уна регата“, „Дани на Сани“, ликовне колоније („Бардача“, „Зеленковац“, „Ракани“), „Вишеградска стаза“, бројни етнофестивали и сл.

#### Манифестациони туризам

Стање и проблеми

бројне манифестације, туристички производ недовољно афирмисан, за већину манифестација недовољан ниво комерцијализације

Неопходне мјере

- унапређење туристичког производа,
- успостава могућих веза са другим туристичким производима,
- маркентишка професионализација

Циљне манифестације

сајмови (сви), културне манифестације, међународни спорт, забаве

Циљна тржишта

Примарно: домаће

Секундарно: Србија, Хрватска, Ц. Гора, Словенија, Македонија,

Терцијарно: земље средње и западне Европе

Тржишни сегменти

млади, пословни људи, индивидуалци

<sup>38</sup> Getz, D: Event Management & Event Tourism, Cognizant Communication Corporation, New York, 1997, стр. 16.

## 18.6. Ловни туризам

Ловни туризам можемо дефинисати као пружање услуга заинтересованим лицима за организовану посјету ловишту ради одстрела (прибављања жељених ловачких трофеја) или посматрања и фотографисања дивљачи уз одређену накнаду. Подразумијева висок ниво услуге и алтернативне туристичке садржаје који омогућују дужи боравак.

Ловни туризам у Републици Српској има дугу и богату традицију. Заснива се на богатој и разноврсној фауни и великим ловним површинама (2.433.000 ха) које се налазе под управом ловачких удружења, шумских газдинстава или других организација. Многа ловишта (укупно 87) потпуно су опремљена за лов и прихват домаћих и иностраних туриста.

Укупна површина ловишта у Републици Српској износи 2.450.000 ха. На располагању је 87 ловишта, подијељених у 11 регија<sup>39</sup>. Интересе ловног туризма требало би да заступа Ловачки савез Републике Српске<sup>40</sup>, а укупан развој морао би бити у сфери регионалних туристичких организација.

Табела 18. Ловишта и ловци

година	Ловишта					Ловци
	број	површина, хиљаде ха				
		укупно	ловна	неловна	под шумом	
2005.	88	2.453	2.226	227	1.117	19.200
2006.	86	2.363	2.141	222	1.078	20.014
2007.	87	2.433	2.207	227	1.098	20.118
2008.	86	2.450	2.222	228	1.114	21.632

(Извор: Статистика шумарства, број 8/2008, Републички завод за статистику, Бања Лука, стр. 73)

Табела 19. Бројно стање дивљачи

	Јелен	Срна хиљ.	Диво- коза	Медвјед	Зец хиљ.	Дивља свиња хиљ.	Тетријаб велики	Јаребица хиљ.		Фазан Хиљ.	Вук
								пољс.	камењ.		
2005.	56	27	1.025	534	84	9	574	8	6	48	903
2006.	59	27	1.033	556	83	8	619	6	6	55	855
2007.	48	29	1.152	580	83	8	814	7	5	58	1.094
2008.	36	30	1.146	598	82	10	703	7	5	54	829

(Извор: Статистика шумарства, број 8/2008, Републички завод за статистику, Бања Лука, стр. 74)

Табела 20. Одстријељена дивљач

<sup>39</sup> Званична али скоро сасвим произвољна подјела РС на „ловне“ регије: „Семберија“, „Санско-унска регија“, Регија „Добој“, „Мотајичко-лијевчанска регија“, Регија „Бања Лука“, Регија „Бирач“, Регија „Модрича“, Регија „Стара Херцеговина“, Регија „Херцеговина“, „Сарајевско-романијска регија“, „Мркоњићка регија“.

<sup>40</sup> Основни циљеви савеза су: узгој, заштита и коришћење дивљачи уз одржавање биолошке равнотеже у природи; развој и унапређење ловства као привредне и спортско-рекреативне дјелатности; подстицање и развој научно-истраживачког рада у области ловства и екологије; заштита природе и унапређење животне средине; пропаганда ловства и ловног туризма; стручно образовање ловаца и развој ловне етике; развој ловне кинологије и ловног стрелаштва као и друге активности везане за ловство ([www.lovackisavez.rs](http://www.lovackisavez.rs))

	Срна	Дивља свиња хиљ.	Зец хиљ.	Јаребица	Фазан хиљ.	Вук	Лисица хиљ.	Остала длакава дивљач	Остала перната дивљач хиљ.
2005.	475	1	6	164	12	158	5	165	13
2006.	799	1	6	130	13	144	5	850	16
2007.	900	1	7	320	15	165	5	778	18
2008.	911	1	6	185	13	165	5	569	26

(Извор: Статистика шумарства, број 8/2008, Републички завод за статистику, Бања Лука, стр. 74)

Развој ловног туризма у Републици Српској подразумијева, уз одстрел дивљачи и остваривање економских ефеката од лова и ванпансионске потрошње, и унапређење ловне основе те правилно газдовање ловиштем како не би дошло до угрожавања одређених животињских врста. Зависно од природног циклуса обнављања дивљачи постоје и ловостајем заштићене врсте, чиме се постиже правилан циклус обнављања.

**Ловни туризам у Републици Српској има основне предуслове и представља значајан потенцијал туристичке привреде. Може се развијати у свим подручјима Републике Српске и комбиновати са угоститељством, сеоским туризмом, етно-туризмом, планинским и другим видовима туризма.**

### Ловни туризам

#### Стање и проблеми

добра основа развоја, слаба развијеност, непотпун туристички производ, непотпун маркетинг

#### Неопходне мјере

- унапређење туристичког производа алтернативном понудом,
- унапређење маркетинга,
- унапређење менаџмента туристичких дестинација.

#### Циљне дестинације

Кнежево, Шипово, Рибник, Зеленгора, Маглић, Бардача, Јавор, Мотајица, Борја, Мањача

#### Циљна тржишта

Примарна: Аустрија, Италија, Мађарска, Србија, Хрватска, Словенија

Секундарна: домаће

#### Тржишни сегменти

групе, индивидуални

#### Маркетинг

промоциони пакети, публицитет, Интернет, туристички сајмови, фото и видео записи...

#### Канали дистрибуције

туроператори, агенције, медијска партнерства...

### 18.7. Риболовни туризам

Риболовни туризам представља један од најмасовнијих и најпопуларнијих облика спортског туризма. Туристички производ интегрише различите врсте услуга, и задовољава различите захтјеве, што се одражава на све већу масовност.

Учешће у риболовном туризму подразумијева све добне скупине, што доприноси масовности учесника.

Развој и афирмацију спортског риболова у Републици Српској дефинишу:

- хидролошке и ихтиолошке претпоставке,
  - традиција,
  - понуда и конкурентност тржишта
  - спортски риболов у Републици Српској одвија се на ријекама и језерима.
- Према начину риболова могућ је: са обале и из чамца,

- По техникама риболова разликујемо: мушичарење (fly fishing)<sup>41</sup>, риболов варалицом, риболов на пловак и риболов по дну.

**Ријеке и језера** Републике Српске, незагађеношћу, атрактивношћу и богатством рибљих врста, пружају изванредне услове развоја. У водотоцима, природним и вјештачким језерима живе бројне врсте риба. Неке врсте имају изузетну вриједност, представљају изазов риболоваца, неке имају и трофејну вредност. Све то доприноси повећаном интересу и већем учешћу, како домаћих тако и иностраних, туриста /риболоваца/.

**Туристичка понуда** у спортском риболову подразумејева:

- **риболов на брзим ријекама** (горњи токови, Рибника, Сане, Пливе, Јања, Угра, Дрињаче, Њехотине, горњи и средњи ток Дрине, Сутјеске, Бистрице, Праче и свих планинских ријека у Републици Српској),
- **риболов на мирним ријекама** (доњи ток Сане, доњи ток Уне, средњи и доњи ток Врбаса, Сава у граничном дијелу са Републиком Српском, Доњи ток Босне, Требишњица низводне од Горичког језера), Дрине, и све релативно мање или веће ријеке у равничарским дијеловима РС,
- **риболов на природним језерима** (сва језера на Зеленгори),
- **риболов на вјештачким језерима** (Бардача, Дренова, Бочац, Билећко, Зворничко, Вишеградско, Клиње).

**Примарну туристичку вриједност** у области риболовног туризма, на брзим ријекама, имају: Рибник, Плива и Јањ. Међу најзначајније врсте спадају: липљен и пастрмка.

**Секундарну туристичку вриједност** у области риболовног туризма, на брзим ријекама, имају: Угар, Дрињача, Њехотина, Сутјеска, Бистрица, Прача, горњи ток Дрине (познат по улову капиталних примјерака младице), средњи ток Врбаса, Сане, Врбање..., те мањих рјечица, које су станиште салмонидним врстама (поточна пастрмка, липљен и младица).

**Средњи и доњи токови** ријека у Републици Српској, и у цјелини већине равничарских ријека) станиште су бројних врста (шаран, сом, смуђ, шкобаљ, клен, плотица, мрена, штука, и остале ципринидне врсте). У водама /ријекама/средње високих и високих поља источне Херцеговине живи ендемична рибља врста, гатачка гаовица, а специфичност доњег тока Требишњице представља јегуља, те требињска и поповска гаовица.

**Сва природна језера** у РС препознатљива су по салмонидним врстама. С аспекта риболовног туризма највећи интерес има калифорнијска пастрмка.

Већина **вјештачких језера** у Републици Српској позната је по афирмацији риболовног туризма. Језера су богата популацијом: пастрмке, шарана, сома, амура, толстолобика, смуђа, штуче, ...). За спортске риболовце од посебног значаја су капитални примјерци сома и шарана (Билећко језеро и језеро Дренова).

*Табеларни преглед основних показатеља у риболовном туризму Републике Српске*

Технике риболова	Риболовне дестинације (ријеке, језера – градови, насеља)
Мушичарење (fly fishing)	Сана –горњи ток (Рибник), Плива (Пљева, Шипово, Језеро), Јањ (Шипово), Сокочница (Шипово), Рибник (Рибник), Угар (Кнежево), Врбања (Шипраге), Врбас – средњи ток (Бочац, Крупа на Врбасу, Бања Лука), Блатница (Теслић), Уна (Нови Град), Дрина – средњи и горњи ток (Фоча, Вишеград, Братунац, Зворник), Дрињача (Власеница), Студени Јадар (Власеница), Њехотина (Фоча), Сутјеска (Фоча, Гацко), Бистрица (Фоча), Пива (Фоча), Тара (Фоча), Прача (Пале),

<sup>41</sup> Модерно мушичарење се развило у Великој Британији, а на простору бивше Југославије прво у Словенији, а затим се проширило и у остале републике. Ова техника риболова сматра се врхунском вјештином, јер изискује надмудривање са рибом. Да би пронашли адекватан прибор и праву мушицу у правом тренутку потребно је велико риболовачко искуство. Због тога се за мушичарење говори да је риболов за размишљање. Посебно је атрактивно тзв. ноћно мушичарење, јер постоји сазнање да такав начин риболова не постоји више нигдје у свијету.

	Ракитница (Рогатица), Требишњица (Требиње), Вријека (Билећа), Брегава (Берковићи)
Риболов варалицом (салмонице)	Сана –горњи ток (Рибник), Плива (Шипово, Језеро), Јањ (Шипово), Врбас – средњи ток (Бочац, Крупа на Врбасу, Бања Лука), Уна (Нови Град, Костајница, К. Дубица), Врбања (Шипраге, Котор Варош), Угар (Кнежево), Блатница (Теслић), Дрина –средњи и горњи ток (Фоча, Вишеград, Братунац, Зворник), Дрињача (Власеница), Студени Јадар (Власеница), Прача (Пале), Ракитница (Рогатица), Њехотина (Фоча), Пива (Фоча), Тара (Фоча), Бистрица (Фоча), Заломка (Невесиње), Брегава (Берковићи), Вријека (Билећа), Требишњица (Требиње), језеро Бочац (Мркоњић Град), Зворничко језеро (Зворник), Перућачко језеро (Скелани), Вишеградско језеро (Вишеград), Улошко језеро (Калиновик), језеро Алаговац (Невесиње), Билећко језеро (Билећа).
Риболов варалицом (циприниде)	Врбас – доњи ток (Бања Лука, Лакташи, Србац), Сана (Приједор, Нови Град), Уна (Нови Град, Костајница, К. Дубица), Босна (Добој, Модрича, Шамац), Сава (Градишка, Србац, Брод, Шамац, Бијељина), Лим (Рудо), Дрина – средњи и доњи ток (Зворник, Јања, Бијељина), Требишњица (Требиње), језеро Градина (Приједор), Бардача (Србац), језеро Дренова (Прњавор), језеро Пелагићево (Пелагићево), језеро Доњи Жабар (Доњи Жабар), Зворничко језеро (Зворник), Перућачко језеро (Скелани), Вишеградско језеро (Вишеград), језеро Клиње (Гацко), Билећко језеро (Билећа).
Риболов на пловак	Врбас – средњи и доњи ток (Бочац, Крупа на Врбасу, Бања Лука, Лакташи, Србац), Врбања (Котор Варош, Челинац), Сана (Приједор, Нови Град), Уна (Нови Град, Костајница, К. Дубица), Сава (Градишка, Србац, Брод, Шамац, Бијељина), Укрина (Прњавор, Дервента), Босна (Добој Модрича), Дрина средњи и доњи ток (Скелани, Братунац, Зворник, Јања, Бијељина), Лим (Рудо), Дрина (Фоча), Требишњица (Требиње), језеро Градина (Приједор), Бардача (Србац), језеро Дренова (Прњавор), језеро Доњи Жабар (Доњи Жабар), језеро Пелагићево (Пелагићево), Зворничко језеро (Зворник), Перућачко језеро (Скелани), Вишеградско језеро (Вишеград), језеро Алаговац (Невесиње), језеро Клиње (Гацко), Билећко језеро (Билећа).
Риболов по дну	Врбас - доњи ток (Бања Лука, Лакташи, Србац), Сана (Приједор, Нови Град), Уна (Нови Град, К. Дубица), Сава (Градишка, Србац, Брод, Шамац, Бијељина), Босна (Добој Модрича, Шамац), Дрина - средњи и доњи ток (Скелани, Братунац, Зворник, Јања, Бијељина), језеро Градина (Приједор), језеро Дренова (Прњавор), језеро Доњи Жабар (Доњи Жабар), језеро Пелагићево (Пелагићево), Зворничко језеро (Зворник), Перућачко језеро (Скелани), Вишеградско језеро (Вишеград), језеро Алаговац (Невесиње), језеро Клиње (Гацко), Билећко језеро (Билећа).
Манифестације	
Такмичење у fly fishingу на Пливи, Рибнику, Врбасу, Дрини, Уни...; Отварање риболовне сезоне на Пливи, Сани, Рибнику, Блатници...; Преображенски куп (циприниде) и Котлијада – К. Дубица; Смуђијада (језеро Градина) и Шарански куп – Приједор; Отварање сезоне на Дренови и Куп Прњавора – Прњавор; CARP CUP – Пелагићево; Дани на Сани и Куп СРД Нови Град – Нови Град; Фишијада – Теслић; Тројцидански куп (пловак) и Сомовијада – Билећа...	

Посебну атрактивност представља риболов мушицом (fly fishing) за шта постоји велики број издвојених риболовачких ревира<sup>42</sup>, као на ријекама: Рибник<sup>43</sup>, Плива<sup>44</sup>, Улошком језеру<sup>45</sup> и

<sup>42</sup> Посебни ревири су издвојени дијелови риболовних вода као што су природна и вјештачка језера, шљункаре и канали, а изузетно дијелови ријека, на којима се обавља спортски риболов. (Правилник о посебним реверима бр. 01-33-5585/03, www.lipljen.com.)

<sup>43</sup> Рибник, лијева притока ријеке Сане, извире 4 km од мјеста Г. Рибника, а настаје од неколико јаким извора, који непосредно након избијања формирају ријечни ток. Дужина ријеке износи око 8 km, а квалитет воде према биолошко-хемијској класификацији можемо сврстати у воде прве класе.

<sup>44</sup> Плива (Пљева) лијева притока Врбаса, дугачка 33 km, са површином слива 768 km<sup>2</sup>. Ушће јој је код Јајца, гдје гради 22 m висок водопад. Плива постаје од два врела у подножју планине Смиљевац –

др. Овакав начин риболова на ријекама Рибник и Плива окупља велики број риболоваца. Сем спортских риболоваца из Босне и Херцеговине и сусједних земаља, у 2008. години у **fly fishing центрима** Рибник и Плева остварена је посјета од око **1.800 иностраних спортских риболоваца**, од чега су око **50% били Италијани**, а остали: Чеси, Пољаци, Румуни, Бугари, Шпанци, Енглези, те риболовци из скандинавских земаља<sup>46</sup>. На ријекама Пливи и Сани поточна пастрмка и липљен представљају аутохтоне рибе врсте. Нарочит куриозитет представља липљен, који је врло захтјевна и ријетка салмонидна риба. Дужина му у ријеци Пливи достиже преко 50 cm, што представља истинску атракцију, а ове риболовачке дестинације сврстава међу најатрактивније у Европи.

Интересе и развој риболовног туризма требало би да заступа **Спортско риболовни савез Републике Српске**<sup>47</sup>, који има **52 спортско риболовна друштва**. Друштва организују многа такмичења, врше едукацију из области управљања водама, спортског риболова, спортске етике и сл. Пажњу треба посветити порибљавању ријека и језера. Веома мали број спортско-риболовних друштава је успио осигурати узгој млађи у властитим мријестилиштима, обзиром на велике трошкове узгоја. Због тога је потребна сарадња са мријестилиштима у Републици Српској како би се обезбиједио рибли фонд.

Салмонидна мријестилишта у Републици Српској су: „Клашник“<sup>48</sup> у Бањој Луци, „Тропик рибарство“ у Бањој Луци, ХЕТ рибогојилиште „Јазина“ у Требињу и „Сокочница“ у Шипову. Ципридна мријестилишта у Републици Српској су: Предузеће за рибарство „Санитчани АД“, „Рибњак“ Прњавор, „Рибњак Бардача АД“ Србац и „Риба Пром“ у Броду.

Презентовањем риболовних потенцијала фото и видео записима, интернетом, промоцијом пакетима, учешћем на сајмовима туризма унаприједио би се риболовни туризам Републике Српске. **Обзиром на изванредне предуслове и потенцијале риболовни туризам би требао постати један од најзначајнијих сегмената туристичке привреде Републике Српске.** Можемо га сматрати посебним, самосталним обликом туризма, али у јединству са осталим облицима /у интегрисаном туристичком производу/ много је изразитија његова туристичка вриједност и значај.

## Риболовни туризам

### Стање и проблеми

одлична основа развоја, недовољна афирмисаност риболовних дестинација, непотпун туристички производ, непотпун маркетинг

### Неопходне мјере

- унапређење туристичке понуде,
- унапређење смјештајних капацитета,
- унапређење маркетинга риболовних дестинација,
- боља сарадња између риболовачких друштава,

### Циљне дестинације

Рибник, Плива, Врбас, језеро Дренова, Сава, Дрина, Билећко језеро

### Циљна тржишта

Примарно: Италија, Шпанија, Велика Британија, Чешка, Пољска, Румунија, Бугарска,

Јастребњак (1647 m) на 483 m. (Јован Ђ. Марковић, Енциклопедијски географски лексикон Југославије, друго издање, Свјетлост – Сарајево, 1990. год, стр. 187.)

<sup>45</sup> Улошко језеро се налази на подручју општине Калиновик. Смјештено је на надморској висини од око 1050 метара. Језеро је проглашено посебним ревиrom којим газдује Спортско риболовно друштво „Улог“.

<sup>46</sup> Подаци Fly fishing центара Рибник и Плева.

<sup>47</sup> Спортско риболовни савез Републике Српске данас има око 14 000 чланова. Основни циљеви савеза су: брига о заштити вода и рибљег фонда, порибљавање, узгој рибе, спортски риболов, афирмација риболовног туризма, унапређење риболовног спорта, остваривање сарадње са научним, еколошким, туристичким и другим институцијама, да врши и обавља све активности које утврђује Закон о рибарству, Закон о спорту и Статут Спортско риболовног друштва Републике Српске.

<sup>48</sup> Спортско риболовно друштво Бања Лука.



скандинавске земље, Србија, Хрватска, Словенија.

Секундарно: домаће

Тржишни сегменти

групе, индивидуални

Маркетинг

манifestације, спортска такмичења, промоциони пакети, Интернет, туристички сајмови, фото и видео записи...

Канали дистрибуције

Туристичке агенције, туроператори, медијска партнерства... \_\_\_\_\_

## 18.8. Вјерски туризам

У свијету **вјерски туризам** добија све више на значају. Ради се о добро организованом и развијеном виду туризма који је, у новије вријеме, у експанзији и на просторима Републике Српске. Према неким процјенама од укупног броја старних туриста близу 20% оријентисано је према вјерском туризму.

Посјете вјерским објектима и учешће на вјерским манифестацијама чине основ развоја вјерског туризма /туристичког производа/. Туристички производ појединих вјерских дестинација употпуњен је додатном понудом /прехрамбени производи, напици, иконе, реквизити, литерална издања.../. У оквиру вјерског туризма РС манастири имају прворазредан значај. Најчешће чине самосталне туристичке вриједности. Привлаче пажњу вјерника и разних туристичких група екскурзионог карактера. Имају одлике које их диференцирају од осталих културних добара, а омогућавају комплементарност са другим туристичким производима. У функцији туризма могу да буду и сакралне вриједности других конфесија (католичке, протестантске и исламске).

Од посебне је важности регионални аспект вјерских објеката, јер чини дио јединственог производа туристичке дестинације.

Културно богатство манастира у фрескама, иконама, збиркама рукописних и штампаних књига, предметима умјетничког занатства и слично омогућава повремене или сталне музејске поставке (манастир Папраћа). Неки од манастира имају манастирске школе (Дужи, Гомионица). Манастири су и све већи произвођачи еколошки здраве хране, воћа, меда, пића, вина, ракије (Тврдош), што уз већ поменуто историјско-културне вриједности и другу богату понуду (реликвије, брошуре, историографију...), уређена манастирска дворишта и непосредну околину, чини да постају туристички све привлачнији.

У склопу манастирског комплекса Озрен изграђен је рекреациони центар намијењен младима, што уз салу за семинаре и духовне и културне садржаје, те реновирани конак (око 70 лежаја) ствара добре предуслове организованом туристичкој понуди.

Уређеност манастира и манастирских комплекса различитог је нивоа. Као примјер добре уређености, организације и склада духовне, културне и све значајније туристичке функције може да послужи манастир Тврдош, манастир Добрун, манастир Ловница, манастир Срупље, манастир Гомионица...

**Туристичке могућности вјерског туризма у РС нису још довољно препознате нити вредноване.** Организовање ходочашћа, семинара, курсева (национална историја, етнологија и култура, традиционална народна медицина...), ликовне колоније и друго, уз поштовање посебности вјерских институција, само су неке од бројних могућности унапређења туристичког производа и јачања улоге вјерског туризма у укупном туризму РС.

**Обим туристичког промета** у домену вјерског туризма РС практично је немогуће утврдити. У Републици Српској вјерски туризам веже се углавном за транзит путника (туриста). Перспективно, вјерски туризам, кроз повећан обим промета туриста, могао би имати далеко веће ефекте у одрживом развоју локалних заједница (позитивна искуства из свијета и најближег регионалног окружења). Најбољи примјер подстицаја укупном развоју локалних заједница, а на основама вјерског туризма /ходочашћа/, јесте брз развој Широког Бријега у западној Херцеговини.

## Вјерски туризам

### Стање и проблеми

недовољно вредноване могућности, развија се првенствено у оквиру транзитног туризма, већина сакралних објеката веће културне и умјетничке вриједности изван основних туристичких праваца...

### Неопходне мјере

афирмација културних и националних вриједности у домену сакралног наслеђа

### Циљне дестинације

вјерски објекти на главним транзитним коридорима

### Циљна тржишта

примарно: домаће

секундарно: Србија, Ц. Гора, Хрватска, Словенија

терцијарно: Италија, Аустрија, Њемачка

### Тржишни сегменти

популација зреле и старије доби

### Маркетинг

публицитет, промоциони пакети, интернет туристички сајмови, фото и видео записи, сувенири

### Канали дистрибуције

туристичке агенције, индивидуални сајтови, сајтови дестинација...

## 18.9. Еко туризам

Све израженија потреба за очувањем психофизичке стабилности повећала је потражњу за активним одмором у природно очуваном амбијенту.

На основу анализе туристичких кретања на овом тржишту, успјешне туристичке дестинације су оне које нуде различиту и атрактивну понуду, те могућности промјене свакодневног начина живота уз активан боравак, посебан доживљај и стицање нових искустава.

Предвиђа се да ће до највећег пораста у свјетском туризму доћи од туризма базираног на еколошки здравим дестинацијама. Управо је еко туризам једна од туристичких понуда која све више задовољава туристичке потребе савременог човјека и одликује се убрзаним растом.

**Природну основу еко туризма Републике Српске чине заштићена подручја природе, као што су: национални паркови (Козара и Сутјеска), резервати природе (Перућица, Јањ, Лом и Бардача), паркови природе, шумски резервати, спомен шуме, ловни резервати, те знатан број биљних и животињских врста које су означене као природне вриједности. Поред заштићених подручја природе, актуелних и потенцијалних, специфичности етнографских обиљежја појединих просторних цјелина (Крајина, Посавина са Озреном, Семберија, Романијско-подрињски крај, Херцеговина) имају комплементарну улогу и велик значај у развоју еко туризма.**

Еко туризам на простору Републике Српске има изразито повољне могућности развоја (еко паркови, радионице и школе у природи, едукативне екскурзије, еко фест, еко колоније, еко кампови, еко сафари, еко рекреација и забава, еко сеоски туризам, гастро фест и сл.).

Основне предности у развоју еко туризма у Републици Српској су у еколошки разноврсном и очуваном простору, порасту интересовања за еко туризам, порасту потражње за здравом храном... Слабости се очитују у неадекватном односу према животној средини, непотпуном туристичком производу, неадекватном маркетингу, неадекватним каналима дистрибуције...

Смјернице активирања потенцијала у еко туризму могу се дефинисати кроз следеће:

- Валоризација и активирање постојећих туристичких вриједности,
- Формирање јединствених еколошко-туристичких зона са посебним режимом заштите и стимулативним олакшицама за улагање,
- Планирање екодестинација у складу са стратегијом одрживог развоја,
- Усвајање локално примјенљивих стандарда и сертификата из домена екотуризма
- Укључивање јавности и локалног становништва у планирање развоја екотуризма,

- Едукација водича и предавача у екотуризму,
- Едукација локалног становнишва.

<b>Еко туризам</b>
<b>Стање и проблеми</b>
низак ниво развијености, добри природни услови развоја, низак ниво културних потреба, недовољна изграђеност екосвијести...
<b>Неопходне мјере</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ унапређење еколошког образовања,</li> <li>▪ дефиниција екотуристичких зона,</li> <li>▪ дефиниција и унапређење екотуристичког производа,</li> <li>▪ промоција екотуристичких вриједности.</li> </ul>
<b>Циљне дестинације</b>
Тјентиште, Зеленгора, Кнежево, Козара, Јањ, Рибник, Маглић, Бардача, Борике..
<b>Циљна тржишта</b>
Примарно: домаће Секундарно: Србија, Хрватска, Словенија, Ц. Гора, Македонија, Терцијарно: Италија, Аустрија, Мађарска
<b>Тржишни сегменти</b>
млади, студенти, средњошколска популација, групе, парови, индивидуално, научне институције, спортска удружења,..
<b>Маркетинг</b>
публицитет, промоциони пакети, интернет туристички сајмови, фото и видео записи, сувенири
<b>Канали дистрибуције</b>
директни маркетинг, туристичке агенције, индивидуални сајтови, медијска партнерства, сајтови дестинација...

## 18.10. Рурални туризам

### Могућности примјене новог модела развоја руралних подручја

**Рурални туризам је дио руралне економије**, научне области која се веже за развој економије сеоске средине и њену самоодрживост. Савремена сеоска економија егзистира не на униформности у избору могућих дјелатности, већ управо на разноврсности понуде, дакле на развоју различитих дјелатности, између осталих и туристичке. Управо та ширина могућег дјеловања даје сеоској економији широке могућности избора активности у којима нема озбиљније конкуренције, а до пуног изражаја долазе изворне вриједности, традиционално занатство, производња здраве хране и сл, што чини основ могућем развоју туризма.

Развој сеоске економије захтијева одговарајућу законску регулативу и посебан третман, нарочито погодности у пореској политици и давању концесија, да би инвеститори отварали нова радна мјеста. Поред републичких мјера које имају системски карактер, неопходна је интензивна активност, иницијатива и креативност локалних заједница, које би требало да имају прворазредну улогу у развоју сеоске привреде.

**Рурални туризам** као сегмент руралне економије показује растући тренд у многим земљама свијета. У оквиру њега могући су различити облици /сеоски, здравствено-рекреативни, спортски, ловни, еко туризам и др./.

Туризам у руралним подручјима Републике Српске има велику развојну шансу. Ова констатација темељи се на чињеници да рурална подручја Републике Српске припадају различитим природним и антропогеним системима, и из чињенице да су рурална подручја простори здраве животне средине. Овим је у пуној мјери дефинисан потенцијални туристички производ руралних подручја, обиљежен регионалним специфичностима.

У руралним подручјима могу се развијати ловни и риболовни туризам, различити облици авантуристичког, спортско-рекреативног, манифестационог и сличних облика туризма. Понуда туристичког производа на туристичком тржишту, утемељеног на кључним елементима поменутих видова туризма, подразумева вредновање укупних руралних потенцијала. На овај начин рурални туризам постаје покретачка снага укупног руралног развоја.

Покретачке снаге у развоју руралног туризма могу бити и разна **спортска удружења** која се баве афирмацијом и развојем одређених спортова. Она би се у релативно кратком року, уз мања улагања, могла прилагодити тржишном начину пословања.

Република Српска располаже знатним хидротермалним потенцијалом. Уз афирмисане бање у Лакташима, Бањој Луци, Теслићу, Дворовима, Кулашима, Вишеграду, Козарској Дубици, перспективно и у Љешљанима, могуће је развијати и рурални туризам. Излазак из класичних облика пружања услуга треба тражити у комбинацији са ловом и риболовом, планинарењем, коњичким спортовима, организацији све популарнијих екстремних спортова и сл. Тиме би се створиле претпоставке за бржи развој туризма на руралним територијама.

Да би се **рурални туристички ресурси** ставили у функцију, неопходно је реализовати бројне активности, изградити различито категорисане смјештајне капацитете, неопходну инфраструктуру, едуковати локално становништво итд. Кључни фактор развоја руралног туризма чини туристичко уређење и планирање руралних простора, гдје **интегралан приступ** руралном развоју чини битну претпоставку уређења простора. У овом погледу кључна улога развоја припада **просторно-планерској пракси** и **локалним факторима развоја**.

Географски положај Републике Српске кључни је фактор **транзитног туризма**, који у новије вријеме поприма све већи значај. Релативно бројне транзитне туристичке дестинације, у различитим просторним односно руралним подручјима, нуде компаративне туристичке вриједности са обиљежјем туристичког производа локалне средине, обиљеженог посебним културолошким вриједностима. До пуног изражаја долазе специфичности **гастрономске понуде**, уз коју је могуће понудити производе кућне радиности, традиционалног занатства и сл. **Подстицај пољопривреди, предузетништву, уређењу сеоских газдинстава, инфраструктурном уређењу и сл.** чини основ унапређењу **руралног туризма** и у исто вријеме основ **интегралном регионалном развоју**. Такав развој претпоставља **одрживост економских функција, социо-економску одрживост и, што је од пресудног значаја, основ одрживој животној средини** као полазном основу било којег развоја, посебно туризма. **Дакле, развој руралног туризма најбољи је начин ревитализације руралних простора и очувања животне средине.**

У спровођењу нове политике руралног развоја неопходно је предвидјети отварање нових прерађивачких капацитета базираних на **преради сировина органског поријекла**. Таква **мала и средња предузећа** могу почети са привредним активностима без хипотека и наслијеђених слабости. Нова предузећа могу обезбиједити бољу тржишну позицију јер су на простору који у правилу није под ударом оштре конкуренције.

На руралним подручјима могу се организовати бројне додатне активности: занати, производња рукотворина и етно предмета, прерада различитих пољопривредних производа на тзв. "домаћи начин", трговина, пружање услуга сеоском туризму, производња сувенира, развој пчеларства, гљиварства, узгој љекобиља, производња ексклузивних алкохолних пића, сушење воћа и поврћа, производња и прерада коже, развој уникатних предметица, дресирање и селекционисање животиња, грађевинска, каменорезачка и ковачка дјелатност итд. Све ово говори о широком спектру у избору могућих дјелатности које се могу ефикасно и без снажних тржишних удара вањске конкуренције организовати на сеоском газдинству и око њега.

**Ловство** је значајна дјелатност, која се може комбиновати како у шумско-планинским тако и у равничарским подручјима. Уз ову дјелатност развијају се трговина, угоститељство и туризам, сеоски туризам, саобраћај, занатске дјелатности и сл. Када је у питању ловство у Републици Српској, акценат треба дати на дефинисање и отварање резервата и ловишта која обезбјеђују највише свјетске стандарде. Посебну пажњу треба посветити промотивним активностима и довођењу страних гостију, који траже виши ниво услуге. Промоција преко туристичких савеза, интернета и других канала информисања најбољи је начин да се овај

ресурс, још увијек неискоришћен, у потпуности активира. Бројна су ловна подручја у Републици Српској лоцирана на руралним територијама, чиме се стварају претпоставке за развој управо тих подручја.

**Водопривреда** у оквиру руралне економије има вишеструки значај, који се донекле разликује од класичног схватања ове привредне гране. Овдје се укључују све дјелатности које су базиране на коришћењу воде као природног ресурса: рибарство, наводњавање, искоришћавање термалних и изворских вода, спортски туризам и др. Ове дјелатности на специфичним подручјима представљају и могуће носиоце развоја руралног туризма Републике Српске. Готово све воде у Републици Српској имају реалне претпоставке развоја спортског риболова. Ова подручја пружају могућности довођења страних гостију на терене на којима ће се пружати услуге врхунског спортског риболова. Једна од значајнијих активности јесте медијска промоција ове дјелатности, прије свега у иностранству. Сплаварење на дивљим водама, роњење, кајак, кану и други спортови употпуњују широку лепезу могућих активности на водопотенцијалима Републике Српске.

Иако постоје ријетки појединачни примјери складног развоја и изградње у руралним подручјима, они нису резултат друштвене бриге и пажње већ случајних околности. Одговоран приступ простору и развоју подразумијева планска рјешења и строгу законску регулативу. Успјешан процес ревитализације села, сеоских газдинстава, укупног па и туристичког развоја (развоја руралног туризма), у иницијалној фази, у којој се налазе скоро сви рурални туристички простори Републике Српске, захтијева едукацију руралног становништва у смислу подизања свијести о значају здраве животне средине, потреби очувања, заштите и унапређења животног простора, те едукацију у циљу подизања квалитета услужних активности, унапређења пољопривредне производње, кућне радиности, опште културе и сл. Ове активности су од изузетног значаја, а уз мала улагања могуће је постићи значајније ефекте.

Претходно наведене активности су фундаментална претпоставка развоја руралног туризма на цјелокупној територији Републике Српске.

## Рурални туризам

### Стање и проблеми

Неразвијена рурална подручја и проблеми ненасељености;  
 Неразвијена инфраструктура;  
 Понашање и свијест становништва још увијек не задовољавају стандарде који постоје у земљама са развијеним руралним туризмом;  
 И поред несумњивих природних предиспозиција, не постоји туристички производ;  
 Нарушене функције и естетска димензија руралних територија.

### Неопходне мјере

Имплементација цјеловитог концепта, посебно на релацији између Министарства трговине и туризма и Министарства пољопривреде, шумарства и водопривреде;  
 Доношење одговарајућих прописа и увођење мјера стимулације инвестирања;  
 Изградња инфраструктуре;  
 Едукација кадрова и становништва;  
 Успостављање нове функције села и руралних простора;  
 Подизање квалитета услуга и агресивнија промоција руралног туризма.

### Циљне дестинације

Транзитни коридори кроз РС;  
 Препознатљиви рурални локалитети.

### Циљна тржишта

Примарно: инострано;  
 Секундарно: домаће.

### Тржишни сегменти

Старији, парови;  
 Омладина;  
 Становништво урбаних центара.

## Маркетинг

Промотивни пакети;  
Интернет туристички сајмови;  
Фото и видео записи;  
Представништва Републике Српске у иностранству.

## Канали дистрибуције

Представништва у иностранству;  
Туристичке агенције, туроператори, медијска партнерства, агенцијски портали;  
Интернет странице и e-mail субјеката који нуде туристичке услуге.

### 18.11. Сеоски туризам

Сеоски туризам постаје све актуелнији и добија све значаније мјесто у туристичким кретањима, посебно у развијеним земљама свијета.

Развој сеоског туризма има значајан утицај на трансформацију економске, социјалне, функционалне и физиономске структуре руралних средина, што потврђују и примјери неких европских држава (Француска, Аустрија, Италија, Швајцарска, Словенија...). Због своје улоге у ревитализацији руралних подручја, издваја се као посебан вид туризма.

Под појмом сеоски туризам подразумијева се низ посебних облика туризма у руралним подручјима, и то:

- **туризам на сеоском газдинству, екотуризам, резиденцијални, спортско-рекреативни, авантуристички, здравствени, едукативни, транзитни, кампинг, културни, вјерски, манифестациони, комбиновани и остали посебни облици.**

Сеоски туризам Републике Српске, посебно туризам на сеоском посједу, у самим је зачецима. Представља потенцијал који чека боље услове вредновања.

Републику Српску чини углавном рурални простор са густом мрежом сеоских насеља (око 2.600), у којима живи око 50% укупне популације. Велики број сеоских насеља има реалне могућности за развој сеоског туризма.

Потенцијално највреднија су насеља брдско-планинских простора. У том погледу истичу се потенцијали **Козаре, Мањаче, Подгрмеча, Јања, Влашића, Борја, Озрена, Јавора, Јахорине, Романије, Зеленгоре...**

Развој сеоског туризма у РС има утемељење и на богатству и разноврсности духовних и материјалних вриједности (историјско-културно наслеђе, манифестације и приредбе, сеоски вашари, очуваност народних обичаја, очуваност старих заната, кућна радиност и др). До изражаја долазе **регионалне туристичке посебности Крајине, Посавине са Озреном, Семберије, Романијско-подрињског краја и Херцеговине.**

**Од већег туристичког значаја су традиционалне културне манифестације:**

**Кочићев збор** – Змијање (књижевна манифестација, традиционална борба бикова, изложба народних рукотворина, ликовна колонија...),

**Грмечка корида** – Оштра Лука,

**Невесињска олимпијада** – Братачки луг (спортско-културна манифестација), **Дани косидбе на Балкани, Дани јагода у Слатини...**

**Туризам на сеоском газдинству један је од темељних носилаца интегралног развоја руралних подручја.** Сеоски туризам активно подстиче социо-економски и физиономски преображај сеоских насеља. Његове предности су у: смјештају гостију на властитом газдинству, понуди властитих производа (хране, пића, производа кућне радиности...), могућности активног одмора, боравак у здравој животној средини.

Снажнији развој туризма на селу, који би био подстицајан интегралном руралном развоју, могао би се остварити по основу модела **етносела**, високог квалитета туристичког производа и туристичких услуга /**крајишко етносело, херцеговачко етносело, романијско етносело, семберско етносело**/.

Развој сеоског туризма требало би да има позитивне ефекте у:

- подстицају развоја нових туристичких дестинација у РС,

- стварању локалног предузетништва,
- одрживом развоју руралних подручја,
- очувању аутохтоних вриједности (локалног идентитета, традиције и обичаја),
- уравнотеженијем просторном развоју РС,
- очувању и унапређењу природне и животне средине.

<b>Сеоски туризам</b>
<b>Стање и проблеми</b>
различити видови и различит ниво развијености, у самом зачетку туризам на сеоском газдинству, недостатак традиције, низак ниво инфра и супра структурне уређености, низак ниво свијести о мјесту и улози туризма у одрживом развоју, скроман туристички производ, непрепознатљив туристички производ, слаб маркетинг...
<b>Неопходне мјере</b>
различити облици едукације учесника у сеоском туризму, подстицај унапређењу инфра и супра структуре у туристички вреднијим дестинацијама, агресивнији маркетинг
<b>Циљне дестинације</b>
главни транзитни коридори кроз РС <sup>49</sup> , локалитети препознатљивог туристичког производа, афирмисане екотуристичке дестинације...
<b>Циљна тржишта</b>
Примарно: домаће Секундарно: Србија, Хрватска, Терцијарно: Аустрија, Мађарска, Чешка, Њемачка
<b>Тржишни сегменти</b>
радни контингенти, старији, парови са дјецом и без дјече, генерално становништво урбаних центара, индивидуалци
<b>Маркетинг</b>
публицитет, промоциони пакети, интернет туристички сајмови, фото и видео записи, сувенири
<b>Канали дистрибуције</b>
туристичке агенције, туроператори, медијска партнерства, агенцијски портали, e-mail

## 18.12. Спортско-авантуристички туризам

Туристичка понуда Републике Српске подразумијева организовану понуду укупних туристичких потенцијала. Дио те понуде чини и спортско-авантуристички туризам, под којим се подразумијева спој авантуре, рекреације, релаксације и забаве.

Заступљен је најчешће у сљедећим облицима: **рафтингу, сплаварењу на брзим ријекама, кајакаштву, треккингу (планинарењу уз пратњу планинских водича), хикингу (дуже шетње у природи), климбингу (climbing – пењање уз стијене), параглајдингу (летење змајевима), скоковима специјалним падобранима с планинских стијена, планинским бициклизмом, вожњи теренским возилима, ципијадама, јахању у природи, спелеологији, лову и риболову, преживљавању...**

На тржишту туристичких производа и услуга у развијеним земљама свијета тенденција је кориштења комбинације туристичко- рекреативно- рехабилитацијских програма, познатих као „**антистресни програми**“. Истраживања су показала да садржајан и активан, осмишљени боравак у природи доноси најбоље резултате психофизичког опоравка и уопште одликује се укупним позитивним здравствено-рехабилитацијским ефектима.

*Примарни облици спортско-авантуристичког туризма у РС*

<sup>49</sup> Видјети поглавља: 18.1. Транзитни туризам; 11.2. Саобраћајна инфраструктура и комуникације

Облик	локалитети
Рафтинг	Тара, Дрина, Тихотина, Врбас, Уна
Сплаварење	Дрина, Тара
Планинарење	Зеленгора, Трескавица, Маглић, Волујак, Козара, Мањача

У погледу развоја овог вида туризма може се истаћи организованост и значај простора општине **Фоче**, која располаже са **десетак намјенских кампова – око 800 лежаја** (рафтинг, треккинг, хикинг и активан одмор) на локацијама у долини ријеке Дрине, Таре и Бастасима, који раде сезонски (април – септембар).

За развој спортско-авантуристичког туризма постоје добре претпоставке. Морфолошка разноликост простора Републике Српске и уопште богатство њене природно-географске основе, препознатљиве кроз бројне комплементарне туристичке вриједности: планина (Јахорина, Романија, Влашић, Трескавица, Маглић, Јавор, Борја, Чемерница и др., висоравни, пећина, кањона, клисура, брзих ријечних токова (Дрина, Тара, Врбас, Уна...), језера, флоре и фауне, чине основну претпоставку развоја и неке од компаративних предности овог вида туристичког испољавања у односу на остала.

На просторима Републике Српске могуће је развијати све облике спортско-авантуристичког туризма. Приоритет у том погледу требало би дати рафтингу, кајакаштву, сплаварењу на брзим водама, планинарењу и активном одмору у природи.

Овај облик туризма препознат је од стране одређених социјалних група (менаџери, предузетници, брокери) као и оних који су засићени хотелским смјештајем, конференцијама, пословним вечерама и слично).

Потенцијалне кориснике чини популација циљних група пословног свијета технолошки развијених земаља (Њемачка, Италија, Аустрија и неких других, прије свега европских земаља. Пошто се ради о специфичној туристичкој понуди, **политика развоја овог вида туризма треба да се темељи на:**

- туристичкој валоризацији посебних природних вриједности /ријека и планина/,
- високом стандарду квалитета услуга и сигурности туриста,
- адекватном маркетингу.

## Спортско-авантуристички туризам

### Стање и проблеми

туризам у развоју, непотпун туристички производ, слаб маркетинг, неефикасан менаџмент туристичких дестинација

### Неопходне мјере

побољшање квалитета производа, агресивнији маркетинг, ефикаснији менаџмент, подстицај развоју

### Циљне дестинације

Тара, Дрина, Врбас, Уна; Зеленгора, Маглић, Волујак

### Циљна тржишта

Примарно: страно – Аустрија, Словенија, Њемачка, Србија

Секундарно: домаће

### Тржишни сегменти

пословни свијет, млађи парови, спортисти, индивидуалци

### Маркетинг

публицитет, промоциони пакети, интернет, фото и видео записи

### Канали дистрибуције

туристичке агенције, туроператори, сајтови дестинација, медијска партнерства



### 18.13. Омладински туризам

Не постоји јасна и прецизна дефиниција омладинског туризма. Свјетска туристичка организација (UN WTO) дефинише омладински туризам као посебну врсту туризма у којем учествују млади између 16 и 25 година старости, чија путовања укључују најмање једно ноћење изван породичне заједнице.<sup>50</sup> У већини земаља због тзв. „продужене младости“ дефинисана старосна граница се помјера до 30-те године старости<sup>51</sup>.

У земљама у окружењу (Србија, Црна Гора) омладински туризам је дефинисан „Законом о туризму“. У том смислу омладински туризам је боравак младих туриста у омладинским хотелима – хостелима или за младе предвиђеним објектима (кампови, школе, студентски и омладински домови, као и организовање културно-забавног, образовног и спортско-рекреативног програма за младе.<sup>52</sup>

Омладинска путовања, за разлику од осталих туристичких кретања, разликују се по специфичним мотивационим облицима, захтијевају посебну понуду (посебан вид смјештаја, исхране и др.) и дају посебне економске ефекте.

За омладину, туризам је прије свега радозналност, креативност, потреба за образовањем и упознавањем свијета, потреба за духовним и тјелесним развојем која се остварује изван институционалних облика живота и рада (на путовању, одмору, излету...). То је сплет одгоја, образовања, социјализације, културе, спорта. Младе занимају аутохтона туристичка подручја, култура и историјско наслеђе, нестандартни туристички производи и програми. Углавном, путују једнако дуго као и „класични“ туристи. Једни се одлучују за ближа а други за удаљенија путовања у зависности од материјалних могућности и личних потреба.

**Према анализама WTO омладинска путовања су најбрже растући тржишни сегмент у туризму.** Према процјенама исте Организације млади путници у укупним туристичким кретањима у свијету учествују са око 25%.<sup>53</sup> Млади су најпоузданији и веома захвалан туристички сегмент. То је одгајање туриста за будућност јер старија туристичка клијентела се, након десет и више година, углавном враћа својим младим туристичким стазама.

Обзиром на основне карактеристике, мотивационе факторе и трендове омладинска путовања се могу подијелити у неколико категорија:

- индивидуална путовања,
- групна школска путовања и
- групна ваншколска путовања<sup>54</sup>.

Модификован преглед основних карактеристика издвојених категорија приказан је у сљедећој табели.<sup>55</sup>

---

<sup>50</sup> World Tourism Organization: Youth Travel Matters, Madrid, 2008.

<sup>51</sup> Шире посматрано у омладински туризам би требало убројати и дјечији туризам између 6 и 16 година старости. Овдје нема „самосталности“. С обзиром на значај и овог туристичког сегмента дјечији туризам је потребно помоћи, кроз школе, клубове, друштва и организације које се баве дјецом.

<sup>52</sup> Закон о туризму Републике Црне Горе, Службени лист РЦГ бр. 31/2005; Закон о туризму Републике Србије бр. 45/2005

<sup>53</sup> Youth Tourism Consortium of Canada: Youth Tourism in Canada, 2004

<sup>54</sup> Youth Tourism Consortium of Canada: Youth Tourism in Canada, 2004

<sup>55</sup> Основне карактеристике појединих категорија омладинских путовања прилагођене су условима и потребама за развој омладинског туризма на подручју Републике Српске.

Профили категорија омладинских путовања

	Групна школска путовања	Групна ваншколска путовања	Индивидуална омладинска путовања
Карактеристике групе	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Првенствено средње школе и факултети;</li> <li>- У организацији и под покровитељством образовне установе;</li> <li>- Одредишта и садржаји путовања дефинишу се на основу наставних планова и програма;</li> <li>- Наставници руководе групом и доносе одлуке;</li> <li>- Маркетиншки неусловљена група;</li> <li>- Коришћење организованог превоза.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Првенствено млади средње и високошколске доби, често и старији основношколци;</li> <li>- Организацију путовања проводе различита удружења: спортски клубови, извиђачи, феријални савези...</li> <li>- Одредиште и садржаје путовања дефинишу организатори;</li> <li>- Групе релативно подложне маркетиншким иницијативама код одабира дестинације.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Старији од 18 година;</li> <li>- Добро образовани – најчешће студенти;</li> <li>- Путовања самостално или са 1-2 пријатеља;</li> <li>- Одредишта путовања подложна маркетиншким иницијативама, нарочито преко интернет презентација;</li> <li>- Флексибилни итинерери, промјене у плановима путовања у току путовања;</li> <li>- Релативно, дуги боравци;</li> <li>- Ниска туристичка потрошња;</li> <li>- Коришћење јавног превоза (возови, аутобуси...)</li> </ul>
Мотивација за путовање	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Образовање</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Спортске манифестације;</li> <li>- Школе у природи;</li> <li>- Рекреацији и „конзумирање“ природних туристичких вриједности;</li> <li>- Обавезно укључени забавни садржаји на дефинисаним итинерерима.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Истраживање других култура</li> <li>- Авантура;</li> <li>- Опустање,</li> <li>- Друштвене интеракције;</li> <li>- Путовања повезана са учењем страних језика;</li> <li>- Музички догађаји.</li> </ul>

Због слабије платежне способности младих, омладински туризам захтијева посебне услове и специфичну туристичку понуду, која се, прије свега, огледа у финансијски повољним условима смјештаја и исхране. У том смислу позната је пракса смјештаја омладине у посебне смјештајне објекте: хостеле, кампове, одмаралишта, преноћишта, студентске и ђачке домове.

Република Српска не располаже статистичким подацима о учешћу младих у туризму. Ипак, може се претпоставити да се ради о крајње неразвијеном облику туризма и неорганизованој туристичкој понуди.

### Мјере унапређење омладинског туризма Републике Српске:

1. **Идентификација** и развој мотивационих елемената и програмских садржаја /Република Српска располаже потенцијалом који би могао бити искоришћен за развој омладинског туризма: историјско наслијеђе, природне вриједности, инфраструктурни и супраструктурни садржаји, различитост понуде од интереса за младе: образовање, школе у природи, међународни семинари и радионице, школске екскурзије, теренске наставе, забавне манифестације, ноћни живот, етнолошке вриједности, школа припремања традиционалних јела, бициклизам, планинарење, јахање, спортови на води, зимски спортови...).

Посебно интересантни локалитети и подручја, у циљу развоја омладинског туризма, су: Јахорина, Тјентиште, Горњосанско-пливска туристичка зона, Козара, уређени локалитети у долинама ријека Врбаса, Таре, Дрине..., те већи градски центри.

2. **Активности** на успостављању и унапређењу мреже смјештајних капацитета за младе (хостели, студентски и ђачки домови, кампови). Данас у Републици Српској скоро да нема намјенских смјештајних капацитета за организовани смјештај младих, изузев студентског дома на Јахорини и бунгалова на Тјентишту. Пошто се ради о специфичном облику туризма који није у значајној мјери тржишно утемељен а који је друштвено битан, Влада Републике Српске требала би да изнађе могућност субвенционирања и потицаја овог облика туризма.
3. **Оснивање** организационог тијела у склопу Туристичке организације Републике Српске за развој и промоцију омладинског туризма.
4. **Обликовање** посебних програма (понуде) за младе и провођење маркетиншке кампање омладинског туризма.

У провођењу наведених мјера пажњу треба посветити и домаћој и иностраној клијентели, посебно на тржишту сусједних земаља.

<b>Омладински туризам</b>
<b>Стање и проблеми</b>
Неформирани омладински туристички центри, непостојање смјештајних капацитета за младе, неизграђен имиџ Републике Српске као туристичке дестинације, непостојање специјализованих субјеката који би се бавили организацијом и промоцијом омладинског туризма, слаб маркетинг...
<b>Неопходне мјере</b>
Развој мотивационих елемената и програмских садржаја, развијање посебних туристичких центара за младе, успостављање мреже туристичких смјештајних капацитета за младе, оснивање „тијела“ који би се бавио развојем и промоцијом омладинског туризма, подстицај Владе развоју омладинског туризма
<b>Циљне дестинације</b>
Јахорина, Тјентиште, Горњосанско-пливска туристичка зона, Козара, подручја око ријека Врбаса, Таре, Дрине, већи градски центри...
<b>Циљна тржишта</b>
Примарно: домаће Секундарно: Србија, Црна Гора, Хрватска, Словенија Терцијарно: Западна и Средња Европа
<b>Тржишни сегменти</b>
Ученици основних и средњих школа, студенти
<b>Маркетинг</b>
Интернет, промоциони пакети, туристички сајмови
<b>Канали дистрибуције</b>
Туристичке агенције, туроператори, интернет резервација

## 18.14. Културни туризам

У поглављу 8 ове Стратегије обрађени су културно-историјски потенцијали Републике Српске као основ развоја културног туризма. Дефинисани су ограничавајући фактори у коришћењу културно-историјског наслеђа и дефинисане неопходне мјере за повећање квалитета коришћења културно-историјског наслеђа.

**Шта је у ствари културни туризам и како га развијати?** Постоје бројне дефиниције овог вида туризма. Но, у основи може се прихватити формулација која гласи да је **културни туризам** специфичан облик туризма који се односи на посјете туриста изван њиховог сталног мјеста боравка мотивисане интересом за културом, што обухвата историју, умјетност или стил живота људи на неком локалитету или у некој регији<sup>56</sup>.

Могућности културног туризма у Републици Српској, као што су показале претходне

<sup>56</sup> [http://hr.wikipedia.org/wiki/Kulturni\\_turizam](http://hr.wikipedia.org/wiki/Kulturni_turizam)

анализе, постоје. Регионалне специфичности културних садржаја и културних догађања обogaђују туристичку понуду. „Пратимо ли свјетске културне трендове, открит ћемо да је управо културна разноликост на цијени. Управо се жели понудити другачија култура, другачији доживљај од оног који турист проживљава у својој властитој или некој другој земљи... Тржиште мора нудити управо оно што је аутохтоно за ту саму дестинацију и што ће га разликовати од неке друге дестинације<sup>57</sup>.“

Општа је констатација да културни производ Републике Српске није конкурентан на туристичком тржишту у мјери да би био мотив значајнијих иностраних туристичких кретања ка појединим туристичким дестинацијама РС. Управо та констатација упућује на потребу ефикасније и организоване понуде културног туристичког производа домаћој туристичкој клијентели, коју чине све социјалне и добне групе. У ствари, у сфери међународних туристичких токова, који дијелом пролазе и кроз Републику Српску, а у основи се мисли на транзитни туризам, могућа је обимнија и ефикаснија понуда културне баштине. У том погледу проворазредан значај имају сакралне, архитектонске и, у цјелини узето, етно-културне вриједности. Значајније туристичке дестинације културног туризма су на транзитним правцима кроз источни дио Републике Српске /Бирач, Романија, дио Старе и источна Херцеговина, посебно културни простор општине Требиње/.

Културни туризам, у контексту вредновања транзитних коридора кроз РС, могуће је знатније унаприједити и у западном дијелу РС на главном транзитном правцу Градишка–Бања Лука, Мркоњић–Шипово, с акцентом на културне садржаје урбаних простора, нарочито Бања Луке, те на транзитном правцу Нови Град–Бањалука–Добој–Бијељина. Дакле, полазно становиште је да се културни туризам мора развијати у сфери интегралног туристичког производа, прије свега у јединственој понуди транзитног, градског, вјерског, омладинског али и руралног туризма, који је, као што смо видјели, у иницијалној фази развоја.

Јединствен туристички производ културног туризма мора укључити и **специјалне догађаје** као битну претпоставку укупног развоја туризма РС, односно њених појединих туристичких дестинација. Овдје се мисли на континуирану активност која се догађа једном годишње, а која је од битног промотивног значаја туризма дестинације. Да би догађаји постали саставни дио устаљене туристичке понуде, неопходно је да у њима учествују актери који не припадају локалној средини, већ напротив морају имати обиљежје масовног учешћа туриста из ближег и ширег регионалног и државног окружења.

У циљу унапређења културног туризма **специјалним догађајима** неопходно је за све значајније туристичке дестинације направити годишњи календар догађаја. У овом погледу календар догађаја односи се на: **културне прославе** (фестивале, вјерске манифестације, карневале, важне историјске датуме односно годишњице и сл); **умјетност и забаву** (концерти, јавна окупљања, изложбе...); **економију и трговину** (сајмови, берзе, конференције...); **спортска такмичења** (професионална и аматерска); **образовање и науку** (конгреси, симпозијуми, семинари...); **остали догађаји** у сфери јавног и приватног живота од интереса за домаће и стране посјетиоце.

---

<sup>57</sup> <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23042>

<b>Културни туризам</b>
<b>Стање и проблеми</b>
Низак ниво развијености, недовољна афирмисаност културно-историјских, етноматеријалних, етнодуховних и осталих културних вриједности. Непотпун туристички производ, дезорганизована туристичка понуда, лош маркетинг, недовољна брига о заштити, конзервацији и обнови споменика и осталих грађевина културне и историјске вриједности.
<b>Неопходне мјере</b>
Мапирати дестинације са културно-историјским садржајима, урадити годишњи календар специјалних догађаја, извршити санацију и рестаурацију објеката градитељског наслеђења, извршити прилагођавања објеката новој (туристичкој) намјени у случајевима гдје је то могуће, развијати партнерске односе између институција туризма и локалне власти и осталих учесника у јавном и културном животу.
<b>Циљне дестинације</b>
Водећи урбани и туристички центри РС /Бања Лука, Требиње, Добој, Вишеград, Приједор, Бијељина/, сви значајнији сакрални локалитети свих етничких заједница, остала мјеста културног /манифестационог/ туризма.
<b>Циљна тржишта</b>
Примарно: домаће; Секундарно: Србија, Црна Гора, Хрватска, Словенија; Терцијарно: Западна, Средња и Источна Европа.
<b>Тржишни сегменти</b>
Млади, студенти, ученици основних и средњих школа, пословни људи, старија популација.
<b>Маркетинг</b>
Интернет, промоциони пакети, туристички сајмови.
<b>Канали дистрибуције</b>
Туристичке агенције, туроператори, интернет резервација.

## 19. ОЦЈЕНА СТАЊА И КЉУЧНИ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМА РС

- Република Српска је туристички неразвијен простор;
- Туризам Републике Српске заостаје за свим земљама из окружења;
- Удио туризма у БДП РС је мали / 0,95%, 2008. год/;
- У структури укупно запослених, туризам и угоститељство учествују са свега 5,5 % (2008. год.);
- Република Српска нема одговарајућу кадровску структуру у области туризма. У структури запослених у туризму и угоститељству је ниско учешће запослених са вишом и високом стручном спремом / 10–15 %/;
- Највећи обим туристичког промета, по основу броја ноћења, остварују **домаћи туристи /62,1%/ (2008. год.);**
- **Страни туристи**, по основу броја ноћења, остваре свега **37,9%** укупног промета у РС;
- **Страни туристи**, по основу броја ноћења, највећи обим промета оставре у **планинским мјестима** /према процјени, око 55% од укупног промета у планинском туризму/;
- Улагања у туризам су недовољна;
- Институционални оквир туризма је непотпун, недостаје организациони ниво МТО;
- Стандарди у туризму ниски;
- **Туристичка инфраструктура, нарочито саобраћајна, не одговара савременим захтјевима;**
- Комунална инфраструктура не одговара савременим стандардима;
- **Недостају велики смјештајни капацитети у бањском и планинском туризму / кључни проблем оба вида туризма/;**
- **Непотпун туристички производ, по правилу недостају додатни туристички програми /производи/ у планинском и бањском туризму;**

- Недовољно афирмисан и валоризован потенцијал у сфери вјерског туризма;
- Сеоски туризам је у повоју и недовољно је афирмисан.

## 20. УПОРЕДНА АНАЛИЗА ТУРИЗМА РС И КОНКУРЕНТСКИХ ЗЕМАЉА

Туристички биланс РС, мјерен упоредним показатељима бројем посјетилаца и бројем ноћења, са земљама из непосредног окружења је негативан. Највећи туристички дефицит РС има са Црном Гором. На једно ноћење остварено у РС из Црне Горе Грађани Републике Српске остваре у просјеку 77 ноћења у Црној Гори.

Упоредни показатељи са Хрватском су нешто повољнији, па је однос **1 : 4** у корист Хрватске. Србија је главни туристички партнер РС. Обим туристичких кретања заједно са учешћем туриста из Црне Горе, мјерен оствареним бројем ноћења, у 2008. години износио је **115.557** и знатно надвисује остварени обим туристичких ноћења из Хрватске (**24.251**), што износи **1 : 4,7** у корист учешћа туриста из Србије и Црне Горе. У односу на Србију наш туристички губитак износи 20%. На једно туристичко ноћење из Србије у Републици Српској (102.097) наши грађани су остварили у Србији 1,2 ноћења (122.400)<sup>58</sup>.

Република Српска се налази у окружењу развијених туристичких земаља. То се посебно односи на Хрватску и Црну Гору. **Мјерено бројем туристичких ноћења (56 милиона) Хрватска, са 13 ноћења по становнику, спада у ред развијених туристичких земаља. Слједи Црна Гора, која са 7,3 милиона ноћења остварује 12 ноћења по становнику. Србија са 7,5 милиона ноћења остварује свега 0,98 ноћења по становнику, па с обзиром на овај показатељ спада у неразвијене туристичке земље, и знатно заостаје и за Хрватском и за Црном Гором.**

Република Српска са укупно **0,62 милиона ноћења (2008. године) остварује свега 0,39 ноћења по становнику.**

Очигледно је да Република Српска по обиму туристичког промета, и наравно по ефектима туристичке привреде, знатно заостаје за земљама из непосредног окружења. Са становишта конкурентског окружења питање развоја туризма у Републици Српској је веома деликатно. Изузетне туристичке вриједности Хрватске и Црне Горе и у наредном периоду ће „вршити притисак“ на развој туризма у Републици Српској. Афирмисане туристичке дестинације тих земаља и даље ће бити у свери интереса туриста из РС.

Могућности масовнијег задржавања домаће туристичке клијентеле у туристичким дестинацијама РС, нарочито у љетној туристичкој сезони, прилично су ограничене, но ипак постоје. Оне су у свери концепта другог<sup>59</sup> одмора у Републици Српској. Дијелом то односи на развијање специфичне туристичке понуде прије свега бањског, сеоског и планинског туризма. С друге стране, транзитни туристички правци кроз Републику Српску ка туристичким дестинацијама на хрватском и црногорском приморју претпостављају већи значај транзитног туризма у Републици Српској.

У поређењу с окружењем, постоји идентичност нарочито природних туристичких потенцијала, с том разликом што Република Српска нема неке од потенцијала које имају сусједне земље, нпр. море (Хрватска и Црна Гора). У вези с тим постоји идентичност и туристичке понуде, наравно изузимајући приморски и туризам на мору. Из ове чињенице никако не треба извлачити негативан контекст. Напротив, здрава конкуренција треба да допринесе унапређењу туристичког производа, а међусобна сарадња могла би допринијети ефикаснијем наступу на отвореном туристичком тржишту. Постоји низ разлога да се размотре могућности заједничке туристичке понуде Србије и Републике

<sup>58</sup> Према процјени, од 153.000 туриста из Босне и Херцеговине који су ноћивали у Србији 2008., 80% је из Републике Српске.

<sup>59</sup> Социјално виши и захтијевнији слој туристичке клијентеле у Републици Српској дио туристичких потерба оствари у иностранству. Условно речено, ради се о главном или првом одмору у календарској години, и он по правилу траје дуже од одмора који се оствари у домаћим туристичким дестинацијама (други одмор).

## 21. ОКВИР БУДУЋЕГ РАЗВОЈА ТУРИЗМА РС

---

Стратегијом развоја туризма у Републици Српској дефинисани су основни циљеви:

- **Побољшање економског и социјалног статуса грађана** /економско-социјални циљ;
- **Успостављање одрживог развоја** /општи циљ/

Постављени циљеви лимитирани су условима развоја.

**Први циљ /побољшање економског и социјалног статуса грађана/**  
захтијева слиједеће претпоставке:

- **Раст прихода од туризма.** Овај циљ би омогућиле додатне инвестиције у туризам<sup>60</sup>. Чак, и без већих улагања у нове капацитете, могуће је створити претпоставке за већи обим туристичког промета и раст профитабилности. Због тога је **неопходно** одмах подузети мјере на стварању квалитетнијег и потпунијег **туристичког производа** /понуде/, што је претпоставка већег коришћења постојећих капацитета. Ово је могуће остварити у бањском, планинском, сеоском, али и другим видовима туризма.

- **Квалитетна промоција туристичког производа** /програма/, како на домаћем, тако и на тржиштима сусједних земаља. Туристичка привреда и остале институције у сфери туризма имају широк спектар могућности презентације туристичког производа Републике Српске. Агресивнији наступ на туристичким тржиштима захтијева унапређење маркетинга и информационалних технологија.

**Други циљ /одрживост развоја/** је мултифункционална категорија, и подразумијева одрживост животне средине и свих привредних и непривредних функција у туристичком простору. Она претпоставља да се развојни програми, правна регулатива, просторно планирање и остали сегменти друштвеног развоја ставе у функцију очувања животне средине и заштите необновљивих ресурса. Одрживост туризма утемељена је на реалном квалитету животне средине РС /природној и антропогеној геодиверзификацији, расположивости ресурса, очуваности, заштити.../, а дјелимично угрожена: социоекономским приликама на домаћем и дјелимично ино- тржишту, непотпуним туристичким производом, недовољно организованом понудом, неизграђеним имиџом, промјењивим политичкогеографским амбијентом и сл.

---

<sup>60</sup> Додатне инвестиције у туризам подразумијевају неопходне хитне (финансијске) мјере у складу са стратешким циљевима (обрађено у поглављу 25.3. ове Стратегије).

## 22. SWOT АНАЛИЗА ТУРИЗМА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ

### СНАГЕ

- вриједно природно богатство
- разноликост природних туристичких вриједности
- очуваност животне средине
- богато културно-историјско наслеђе
- просторне специфичности туристичког производа
- здрава храна и традиционална кухиња
- релативно већи број туристичких дестинација
- близина емитивних туристичких центара
- гостопримство

### СЛАБОСТИ

- недостатак свијести о значају и могућностима туристичке привреде
- дезинтегрисана понуда
- слаба кадровска основа
- недовољно препознатљив туристички производ
- изражена сезоналност
- „сива економија“
- лош имиџ државе
- недовољна примјена информационог технологија
- низак ниво квалитета услуга
- непотпуна институционална организованост / недостаје институционална организованост на нивоу МТО/
- инфраструктурна уређеност на ниском нивоу, посебно саобраћајна, лоше стање цестовних саобраћајница нарочито на главним транзитним правцима, кључни проблем путни правац Вишеград-Тјентиште – Гацко –Требиње на дионици **Фоча- Тјентиште-Гацко**, те путни правац Бања Лука- Мркоњић-Језеро-Шипово-Српски Купрес на дионици **Језеро-Шипово-Српски Купрес**
- недостатак хотела високе категорије са већим смјештајним могућностима
- непланска градња
- низак ниво еколошке свијести
- нечистоћа
- бизнис баријере
- недовољна имплементација јавног и приватног партнерства

### МОГУЋНОСТИ

- богата понуда у сфери туризма оријентисаног на природу (природне ресурсе): бањског, планинског, еко, авантуристичког, ловног, риболовног...
- потпуније вредновање културно-историјских вриједности и организованија понуда у сфери вјерског и манифестационог туризма
- развој туризма на сеоском газдинству
- унапређење туристичког производа у сфери транзитног туризма
- туристичка понуда на нивоу МТО
- сарадња на нивоу МТО
- приступ структурним фондовима ЕУ

### ПРИЈЕТЊЕ

- туристичка конкуренција
- висок интерес за велике туристичке дестинације
- нестабилан геополитички положај у оквиру европског туристичког тржишта
- непредвидиви унутрашњи развојни процеси, нарочито политички
- низак БДП по глави становника
- неразумијевање улоге туризма у економском социјалном и просторном развоју
- недовољна заштићеност туристичких простора од индивидуалне градње
- споро доношење просторних планова



- брендирање туристичког производа
- приватно-јавно партнерство

општина, без којих нема планског приступа развоју туризма

## 23. MILLENIUM VISION

---

The World Travel & Tourism Council (WTTC) 1996. године објавио је „*Millennium vision!*“, документ којим наглашава огромни потенцијал туризма за подстицање просперитета националне економије те отварање великог броја нових радних мјеста. Наведени циљеви ће се најлакше постићи путем јавно-приватне иницијативе и партнерства заснованог на:

- туризму као **стратешком и развојном приоритету** са позитивним утицајем на интензитет привредне активности, раст запошљавања, модернизацију инфраструктуре, подстицање инвестиција и извоза...
- настојању да се формира **отворено и конкурентно тржиште** либерализацијом прописа у дјелатностима везаним за туризам и подстицајне програме финансирања пројеката;
- нагласку на **одрживом развоју**, за који је неопходна сарадња на националном, регионалном и локалном нивоу и **елиминацији развојних препрека** прилагођавањем законске регулативе, пореских оптерећења...

Прогнозе UNWTO-а у визији туризма 2020. године су да ће међународни доласци достићи око 1,6 милијарди до 2020. године. Од свих долазака у свијету, у 2020. години, 1,2 милијарди биће међурегионални, а 378 милиона биће путници на дугим путовањима.....За Источну Азију и Пацифик, Азију, Средњи Исток и Африку прогнозира се стопа раста од преко 5% годишње, у односу на свјетски поредак од 1,4%. За старије регионе, Европу и Америку предвиђа се стопа раста мања од просјечне. Европа ће задржати највећи дио долазака, мада ће пасти са 60% из 1995. на 46% у 2020. години. Број туриста на дугим релацијама ће расти брже од међурегионалних путовања и то 5,4% годишње у периоду 1995-2020. године, у односу на 3,8% међурегионалних. Због тога, однос међурегионалних и туриста на дугим релацијама мијењаће се из око 82:18 од 1995. године све до 76:24 у 2020. години.<sup>61</sup> У вези с претходним, могуће је претпоставити сличан тренд и на туристичком тржишту РС, уз претпоставку значајнијег унапређења туристичког производа, веће конкурентности на туристичком тржишту и повољнијег имица државе у Европи, али и ширем окружењу.

---

<sup>61</sup> [www.unwto.org/facts/eng/vision.htm](http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm)

## **ДРУГИ ДИО**

## 24. ПРИОРИТЕТНИ ОБЛИЦИ ТУРИЗМА У РАЗВОЈУ ТУРИСТИЧКОГ ПРОИЗВОДА РС<sup>62</sup>

---

С обзиром на показатеље стања туризма Републике Српске, вриједности туристичког производа, трендове на туристичком тржишту, услове и могућности развоја појединих видова, могућности подстицаја и сл. **приоритетни облици туризма у Републици Српској и у вези с тим приоритетни развојни програми, у погледу подстицаја развојним програмима, у наредном десетогодишњем периоду, наведени су следећим редослиједом:**

1. **Сеоски и рурални туризам** / интегришу све видове туризма изван градских подручја: етно-, еко-, спортски, авантуристички, омладински, едукативни, научни.... Заснива се на вредновању препознатљивих природних туристичких вриједности; све траженији облик туризма; одређени видови су у домену богатих корисника; углавном не захтијева велика финансијска улагања.../.
2. **Планински туризам** / веома компатибилан са сеоским; заснива се на вредновању примарних природних туристичких вриједности, здраве животне средине, амбијенталних природних вриједности, инфра- и супраструктурних система; у одређеним сегментима представља топ производ захтјевних и економски ситуираних корисника.
3. **Транзитни туризам** /почива на привилегованим туристичким коридорима, вреднује постојећу инфра- и супраструктуру, подразумијева скромнија улагања у туристичку понуду (супраструктура, трговина, услуге, информациони системи.../.
4. **Вјерски туризам** /изузетно вриједни туристички ресурси, културно диверзификован производ, већина вјерских објеката је у обновљеном, уређеном, и саобраћајно доступном стању, не захтијева значајнија финансијска улагања, изузев у објекте који су у рушевним или запуштеном стању, а њих је све мање. Бржи развој темељи се на унапређеном маркетингу, информационим технологијама, популаризацији, унапређењу културе живљења и сл./.
5. **Туризам градова** /располаже најпотпунијим туристичким производом, диверзификованим производом, најповољнијом инфра- и супра- туристичком структуром. Улагања и јавних и приватних субјеката су највећа и најбројнија, носиоци туристичке промоције су практично сви привредни и непривредни субјекти и сл./.
6. **Бањски туризам**, у периоду реализације Стратегије подразумијева изузетна финансијска улагања како би се повећале могућности туристичког производа (повећање смјештајних капацитета, већег обима туристичких услуга посебно у сфери конгресног туризма, унапређење основне функције – здравствене, запослење високообразовних кадрова (из области здравства..). У наредних десет година тешко је очекивати значајнија улагања која би унаприједила туристички производ бањског туризма.

**Надлежне институције у области туризма свим расположивим, посебно финансијским, подстицајним средствима морају унаприједити приоритетне облике туризма, како би се остварили основни захтјеви: повећање обима туристичког промета, повећање удјела запослених у туризму, увећање прихода од туризма и сл. Остали циљеви туризма се подразумијевају (социо-економски напредак, уравнотежен регионални развој, очување здраве животне средине).**

## 25. РАЗВОЈНА ВИЗИЈА И СТРАТЕШКИ ЦИЉЕВИ ТУРИЗМА РС ДО 2020. ГОДИНЕ

---

<sup>62</sup> У оквиру поглавља 24. дати су приоритетни видови туризма Републике Српске у периоду реализације ове Стратегије. Као што је и наглашено, приоритет чини сеоски и рурални туризам. Међутим, како се ради о широком спектру различитих видова туризма на селу и туризма у руралним подручјима истичемо приоритет развојних програма који се односе на **туризам заштићених подручја (и природних и културних)**, те развојних програма у сегменту **етнотуризма**.

## 25.1. Визија

Визија туризма РС, до 2020. године, је „слика“ будућег. То је циљ који се настоји остварити. Да би визија постала стварност нужно је циљеве развоја претпоставити објективним могућностима, прилагодити се факторима развоја и подузети мјере које ће обезбиједити реализацију циљева и визије у цјелини.

Оквир развоја туризма у Републици Српској у наредном десетогодишњем периоду, и даље, у многоме ће лимитирати:

- демографске промјене
- климатске промјене
- глобализација

Под утицајем ових изазова потребно је створити престижно туристичко бављење које ће бити у стању да привлачним туристичким производима задржи постојеће и доведе нове кориснике. Поглед је природно усмјерен на квалитет, образовање, инфраструктуру и маркетинг као начин стицања конкурентских туристичких предности.

*Демографска структура*, како у РС, тако у ширем регионалном окружењу, Европи као цјелини и у многим земљама свијета, битно је измијењена. То се посебно односи на старосну структуру становништва. Демографске процјене говоре да ће, већ до тридесетих година овог вијека, сваки други становник бити старији од 50, а сваки трећи старији од 60 година. Познато је да од добне старости зависе различите потребе и обим потрошње. Старији људи више троше на здравље и више путују. Из тих разлога потребно је прилагодити туристичку понуду повећаној потражњи старијих и у исто вријеме унапређивати туристички производ потребама младих. Уствари, туристичка тражња старијих претежно је усмјерене према здравственим и велнес (wellness) услугама, те у смислу задовољења културних и сличних потреба. Туристичка клијентела младе и зреле доби има шири диапазон туристичких потреба. Оне се подједнако односе на све облике туризма, што на најбољи начин опредељује **концепт интегралног туристичког производа и његову регионалну димензију**. Дакле, с обзиром на приближност учешћа младих и старих у туризму нови туристички изазов се односи на стварање туристичког производа који ће бити прихватљив свим генерацијама.

*Климатске промјене*, праћене глобалним отопљавањем, појачавају потребу за боравком и активним одмором у здравој природној средини, нарочито у планинским просторима. То упућује на потребу унапређења постојећих и стварање **нових туристичких дестинација високих стандарда у планинским просторима**. Ријеч је о одрживом туризму заснованом на гео- и биодиверзитету, те на активном приступу проблему заштите животне средине.

*Глобализам* је свјетски процес којег у области туризма прати све јача конкуренција. Почива, прије свега, на квалитету и разноврсности туристичког производа. На туристичком тржишту профилишу се нове дестинације у Средоземљу, Средњем и Блиском истоку, Кини, Индији, Русији.... Многе земље су туризам уврстиле у развојне приоритете пружајући му значајне развојне олакшице, чиме се међународна туристичка конкурентност значајно појачава. У таквим околностима питање дефинисања властитог туристичког профила са нагласком на квалитет основни је начин успјешног укључења у међународну туристичку конкуренцију. Непрекидно унапређивање квалитета туристичког производа и освајање новог једини је пут успјеха у туризму Републике Српске.

У цјелини посматрано, развој туризма у Републици Српској почива на географској разноликости, како природних тако и антропогених вриједности. Са становишта климатских промјена /глобалног отопљавања/ њен **планински дио** са унапређеним туристичким производом пружа реалну шансу различитим облицима туризма током читаве године. Но, и остали простори Републике Српске / **панонски и јадрански**/, њихова природна и антропогена диверзификованост и у цјелини здрава животна средина претпостављају **све видове туризма у руралним просторима**, са ослоном на **домаћу** а перспективно и на **инострану** туристичку

клијентелу.

**Овакавим приступом ће се реализовати визија одрживости и дугорочности туризма у Републици Српској.**

### 25.1.1. Стратешки циљеви

Стратешки циљ туризма Републике Српске јесте успостава његове одрживости. Да би се то постигло, развој туризма мора задовољити основне захтјеве: **привредне, социјалне и еколошке.**

<b>Захтјеви привреде</b>	(профитабилност, подстицај друштвеном и укупном развоју)
<b>Социјални захтјеви</b>	(подстицај квалитету живота локалног становништва, очување културног наслеђа, интегративност у регионалне и глобалне развојне процесе)
<b>Еколошки захтјеви</b>	(очување здраве животне средине и уређеност простора)

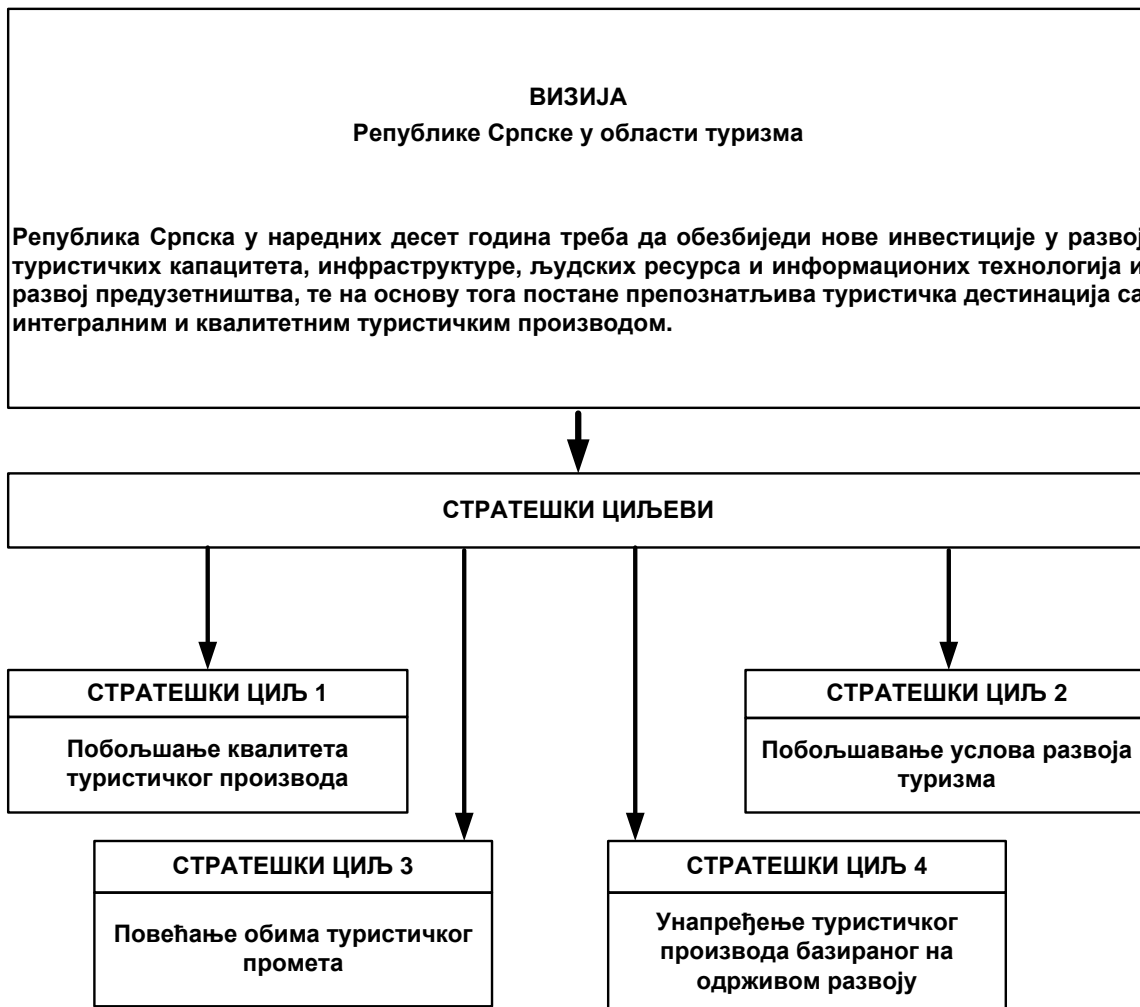
У данашње вријеме туристичко тржиште је доминантан фактор развоја туризма. Зато и циљеви у туризму морају бити у складу са трендовима на туристичком тржишту, прије свега са туристичком тражњом. Квалитетан туристички производ је предуслов развоја туризма, а туристичко тржиште је његов оквир.

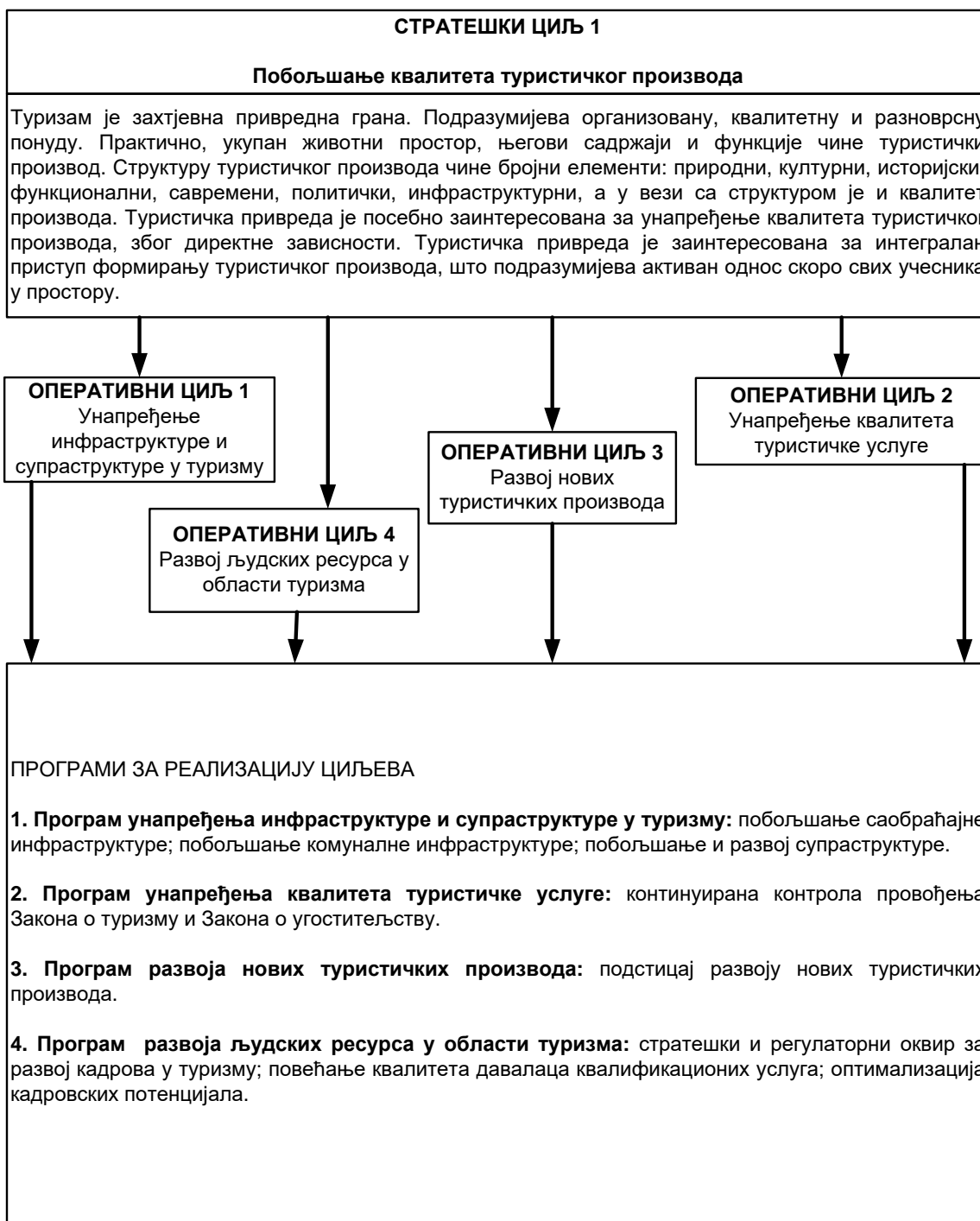
**У периоду 2011 – 2020. године развој туризма у Републици Српској мора да испуни четири основна стратешка циља:**

<b>Стратешки циљ 1.</b>	<b>Побољшање квалитета туристичког производа</b>
<b>Оперативни циљеви</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- програм унапређења инфраструктуре и супраструктуре у туризму, нарочито саобраћајне (ревитализација главних транзитних туристичких праваца)</li><li>- програм унапређења квалитета туристичке услуге</li><li>- програм развоја нових туристичких производа<sup>63</sup></li><li>- развоја људских ресурса у области туризма</li></ul>

<sup>63</sup> **Кључни програм** у смислу унапређења туристичког производа РС подразумевају различите програме и подстицаје (и различите аранжмане) у оквиру туризма заштићених подручја. У смислу претходног то су програми унапређења туристичке понуде Козаре, Тјентишта и Зеленгоре, али и осталих заштићених подручја (и природних и културних: природни резервати, афирмисани спелеолошки објекти, објекти од посебног културолошког значаја, заштићени дијелови урбаних и потенцијално заштићених руралних насеља...). Овим програмима треба придодати и оне који ће подстаћи развој туризма и обогатити туристички производ **планинског туризма** у смислу већ афирмисаних туристичких дестинација, као што је олимпијска планина **Јахорина**. У оквиру претходне категорије су и програми подстицаја и програми унапређења **етнотуризма** карактеристичних етнокултурних простора РС: Херцеговине, Романије, Крајине, Посавине, Семберије. Приоритет имају програми **изградње етносела** и програми са већим финансијским учешћем носилаца развојних пројеката. Додатни критериј при одабиру развојних програма и њиховом подстицају (мисли се на изградњу етносела) имају дестинације на главним транзитним коридорима. У том смислу предност имају дестинације у Херцеговини и Крајини, па је као могуће дефинисати етносела, **Дракуљица** код Билеће и **Крупа на Врбасу**. Поред ових, а у складу с расположивим средствима, могућа је реализација пројеката етносела и у другим етнокултурним просторима РС, на привилегованим локалитетима. Претходно поменути неопходно је придодати и програме унапређења (и подстицаја) туризма потенцијално значајнијих планинских дестинација (**Јавор, Маглић, Лебршник, Борја, Кнежево**).

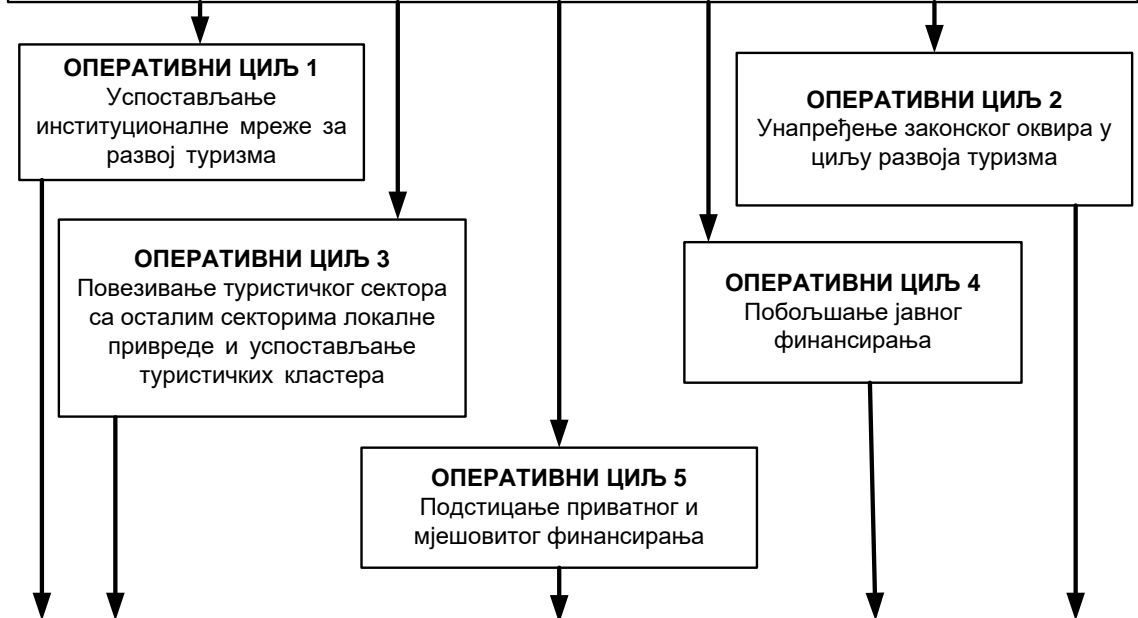
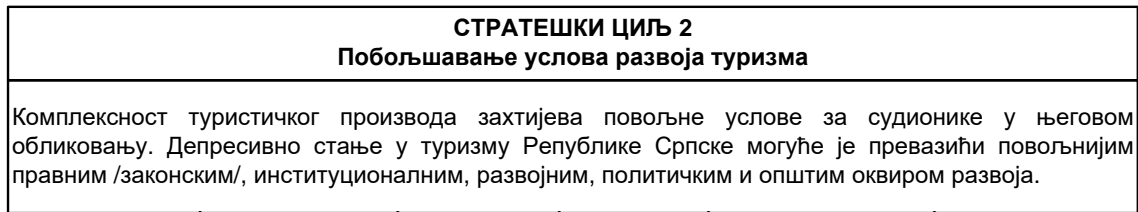
<b>Стратешки циљ 2.</b>	<b>Побољшање услова развоја туризма</b>
<b>Оперативни циљеви</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- програм успостављања институционалне мреже за развој туризма</li> <li>- програм унапређења законског оквира у циљу развоја туризма</li> <li>- програм повезивање туристичког сектора са осталим секторима локалне привреде и успостављање туристичких кластера</li> <li>- програм побољшања јавног финансирања</li> <li>- програм подстицања приватног и мјешовитог финансирања</li> </ul>
<b>Стратешки циљ 3</b>	<b>Повећање обима туристичког промета</b>
<b>Оперативни циљеви</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- програм повећања обима промета домаћих туриста</li> <li>- програм повећања обима промета иностраних туриста</li> <li>- програм спречавања сиве економије у туризму</li> </ul>
<b>Стратешки циљ 4.</b>	<b>Унапређење туристичког производа базираног на одрживом развоју</b>
<b>Оперативни циљеви</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- програм заштите туристичких ресурсних и њихова оптимална валоризација</li> <li>- програм уравнотеженог развоја на принципу одрживости</li> <li>- програм развој туризма у заштићеним подручјима</li> <li>- програм развоја сеоског туризма</li> </ul>





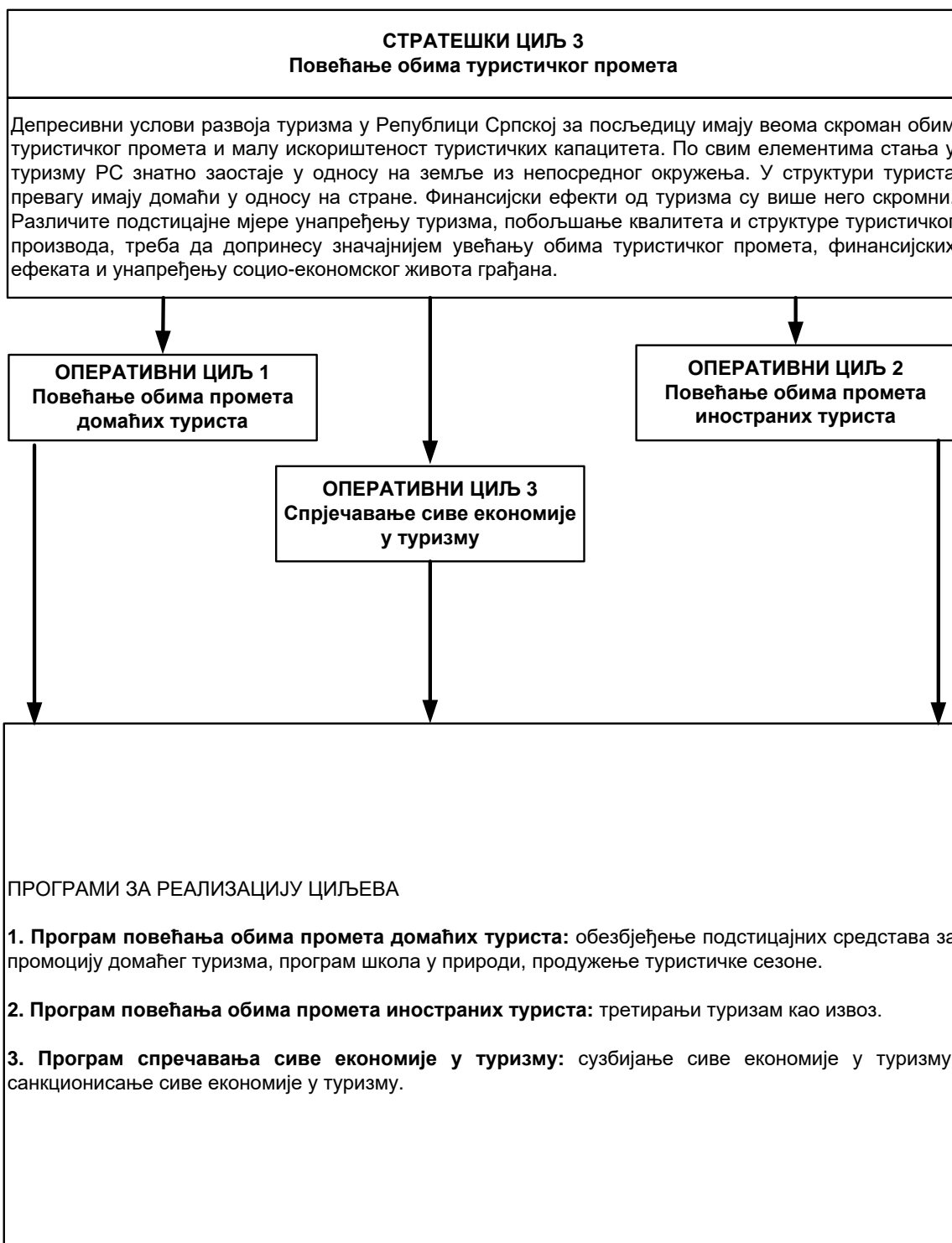
**Напомена:** У оквиру тачке **3. Програм развоја нових туристичких производа** видјети поглавље 24. Приоритетни облици туризма у развоју туристичког производа РС, и поглавље 25.1.1. Стратешки циљеви, а посебну пажњу посветити стратешком циљу 1. и програму развоја нових туристичких производа.





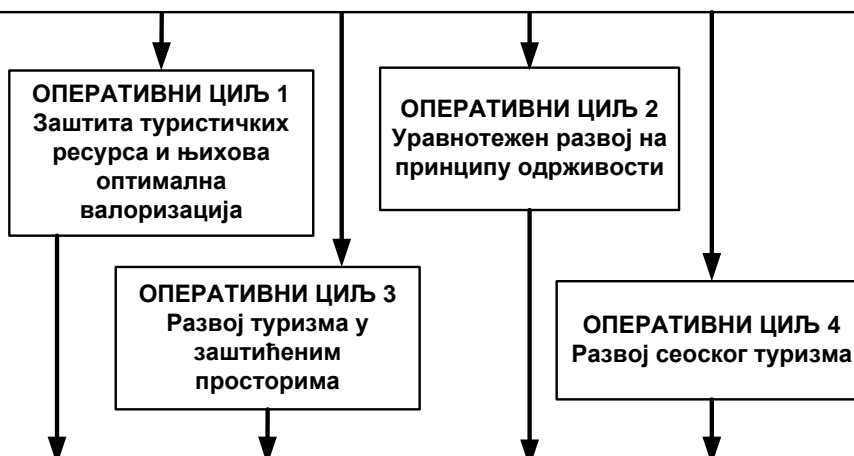
ПРОГРАМИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈУ ЦИЉЕВА

- Програм успостављања институционалне мреже за развој туризма:** успостављање институционалног оквира, израда програма координације у институционалној мрежи.
- Програм унапређења законског оквира у циљу развоја туризма:** обезбиједити правни оквир и сигурност инвестиција за инвеститоре.
- Програм повезивања туристичког сектора са осталим секторима локалне привреде и успостављање туристичких кластера:** обезбиједити правни оквир и сигурност инвестиција за све инвеститоре (домаће и стране); спроводити кампање и обуку у циљу преношења знања о законским документима и њиховој примјени.
- Програм побољшања јавног финансирања:** увођење буџетских подстицаја за сектор туризма, подршка изради пројеката коришћења међународних зајмова и кредитних средстава за развој туризма, подршка приступу међународним фондовима.
- Програм подстицања приватног и мјешовитог финансирања:** подстицање приватног финансирања, подстицање приватног и јавног партнерства.



**СТРАТЕШКИ ЦИЉ 4**  
**Унапређење туристичког производа базираног на одрживом развоју**

Природни ресурси за већину туристичких дестинација чине главни елемент туристичког производа, главни мотивациони фактор туристичких кретања и коначно главни фактор обима туристичког промета и остварених ефеката туризма. Усаглашен развој туризма и осталих развојних грана претпоставка је одрживом туризму и одрживом интегралном развоју. Унапређење туристичког производа подразумијева одрживу природну и антропогену средину, преузимање веће улоге туризма у заштити животне средине, природних и културних вриједности, унапређење и праксе планирања и уређења простора.



**ПРОГРАМИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈУ ЦИЉЕВА**

**1. Програм заштите туристичких ресурса и њихова оптимална валоризација:** израдити програме заштите туристичких ресурса, донијети одговарајуће прописе заштите и уређења животне средине у функцији развоја туризма.

**2. Програм уравнотеженог развоја на принципу одрживости:** развој туризма на принципу одрживости, унапређење туристичког амбијента, формирати независну експертску комисију за одрживи туризам при Министарству трговине и туризма.

**3. Програм развоја туризма у заштићеним подручјима:** планови развоја туризма на заштићеним подручјима.

**4. Програм развоја сеоског туризма:** реконструкција, проширење постојећих и изградња нових капацитета у сеоском туризму, запошљавање младих у руралним подручјима, креирање модела туристичких етносела, очување традиције и културних вриједности, регистрација сеоских газдинстава.

## 25.2. Акциони план и временски оквир реализације стратешких циљева туризма

### Стратешки циљ 1: Побољшање квалитета туристичког производа

Оперативни циљеви	Програм/Мјере	Рок	Надлежне институције
1. Унапређење инфраструктуре и супраструктуре у туризму	<p><b>Програм: <i>Побољшање саобраћајне инфраструктуре</i></b></p> <p>Мјера: Израда програма приоритетног рјешавања саобраћајне инфраструктуре у функцији туризма.  <b>Приоритет дати програмима унапређења транзитних туристичких праваца, и то на дионицама Фоча-Тјентиште-Гацко и Језеро-Шипово-Српски Купрес. Слједи реконструкција путних праваца од Градишке, Дубице и Приједора ка Козари. Овдје приоритет има путни правац Горњи Подградци-Мраковица.</b></p>	2012-2013.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:                      - Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију,                      - Министарство саобраћаја и веза,                      - локалне заједнице.</p>
	<p><b>Програм: <i>Побољшање комуналне инфраструктуре</i></b></p> <p>Мјера: Израдити препоруке за побољшање комуналне инфраструктуре</p>	2012-2013.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:                      - Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију,                      - локалне заједнице.</p>
	<p><b>Програм: <i>Побољшање и развој супраструктуре</i></b></p> <p>Мјера: Дефинисати потребе за одговарајућом супраструктуром и садржајима</p>	2013-2014.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:                      - Туристичка организација РС,                      - Привредни субјекти у туризму.</p>
2. Унапређење квалитета туристичке услуге	<p><b>Програм: <i>Континуирана контрола провођења Закона о угоститељству</i></b></p> <p>Мјера: Унапређење рада инспекцијских служби и континуирана контрола давалаца услуга у туризму и угоститељству.</p>	2012. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:                      - остала релевантна министарства,                      - туристичке организације,                      - инспекцијске службе на нивоу локалних заједница</p>
3. Развој нових туристичких производа	<p><b>Програм: <i>Подстицај развоју нових туристичких производа</i></b></p> <p>Мјера: Дефинисати нове производе</p>	2012. и даље.	<p>- Носиоци активности: Туристичка предузећа и туристичке организације</p> <p>Сарадња:                      - Министарство трговине и туризма</p>

4. Развој људских ресурса у области туризма	<p><b>Програм: Стратешки и регулаторни оквир за развој кадрова у туризму</b></p> <p>Мјера: Израдити програм развоја људских ресурса у туризму.</p>	2012.	<p>Носиоци активности: Министарство просвјете и културе и Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:  - Туристичка организација РС,  - Међуопштинске туристичке организације,  - општинске туристичке организације.  - Привредна комора РС</p>
	<p><b>Програм: Повећање квалитета давалаца квалификационих услуга</b></p> <p>Мјера: унапређење програма и модернизација образовних институција из области туризма и хотелијерства</p>	2013-2016.	<p>Носилац активности: Министарство просвјете и културе</p> <p>Сарадња:  - Министарство трговине и туризма  - Универзитети у РС  - Локалне заједнице</p>
	<p><b>Програм: Оптимализација кадровских потенцијала</b></p> <p>Мјера: Усагласити програмске садржаје појединих наставних предмета из области туризма у средњим школама и факултетима.</p>	2012.	<p>Носилац активности: Министарство просвјете и културе</p> <p>Сарадња: Високошколске институције, Министарство трговине и туризма</p>

### Стратешки циљ 2: Побољшавање услова развоја туризма

Оперативни циљеви	Програм/Мјере	Рок	Надлежне институције
1. Успостављање институционалне мреже за развој туризма	<p><b>Програм: Успостављање институционалног оквира</b></p> <p>Мјера: Успоставити механизме функционисања у сектору туризма на државном, републичком, међуопштинском и локалном нивоу.</p>	2011-2012.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:  - Институције на нивоу БиХ, РС и општина</p>
	<p><b>Програм: Израда програма координације у институционалној мрежи</b></p> <p>Мјера: Израдити Програм и подстицати стални дијалог заинтересованих страна у туризму – јавни и приватни сектор и грађанско друштво</p>	2011-2012. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:  - Туристичка организација РС,  - међуопштинске туристичке организације,  - општинске туристичке организације  - локалне заједнице</p>
2. Унапређење законског оквира у циљу развоја туризма	<p><b>Програм: Обезбиједити правни оквир и сигурност инвестиција за инвеститоре</b></p>	2011-2012.	<p>Носилац активности: Влада РС и Савјет министара БиХ</p> <p>Сарадња:</p>

	<p>Мјера: Идентификовати баријере за инвестирање у туризму и хитно предложити доношење неопходне законске регулативе</p>		<p>- Привредна комора РС - Релевантни привредни субјекти у туризму</p>
<p><b>3. Повезивање туристичког сектора са осталим секторима локалне привреде и успостављање туристичких кластера</b></p>	<p><b>Програм: Успоставити информациони систем за повезивање туристичког и осталих сектора привреде</b></p> <p>Мјера: Израдити приједлог модела информационог повезивања туристичког и осталих сектора привреде</p>	2012-2013.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња: - Привредна комора РС - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације,</p>
	<p><b>Програм: Формирати туристичке кластере</b></p> <p>Мјера: Подстицати формирање кластера на интересној основи</p>	2013-2015.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња: - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације, - општинске туристичке организације. - Привредна комора РС</p>
	<p><b>Програм: Дефинисати модел планирања и развоја туристичких дестинација, дестинацијског менаџмента и маркетинга</b></p> <p>Мјера: Обезбиједити подстицајна средства за подршку израде модела планирања и развоја туристичких дестинација, дестинацијског менаџмента и маркетинга</p>	2012-2013.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња: - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације, - општинске туристичке организације. - Привредна комора РС</p>
<p><b>4. Побољшање јавног финансирања</b></p>	<p><b>Програм: Увођење буџетских подстицаја за сектор туризма</b></p> <p>Мјера: Измјене прописа у циљу стварања услова за стимулације у туризму</p>	2011-2012. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња: - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације, - општинске туристичке организације.</p>
	<p><b>Програм: Подршка при изради пројеката коришћења међународних зајмова и кредитних средстава за развој туризма; подршка приступу међународним фондовима</b></p> <p>Мјера: Успоставити инфраструктуру и капацитете у Министарству</p>	2011. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња: - Савјет министара БиХ - Привредна комора РС - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације,</p>

	трговине и туризма за подршку пројектима из области туризма		
<b>5. Подстицање приватног и мјешовитог финансирања</b>	<b>Програм: Подстицање приватног финансирања</b>  Мјера: Промовисање концепта предузетништва у туризму	2013.	Носилац активности: Министарство трговине и туризма  Сарадња: - Привредна комора РС - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације,
	<b>Програм: Подстицање приватног и јавног партнерства</b>  Мјера: Промоција приватног и јавног партнерства	2012-2013.	Носилац активности: Министарство трговине и туризма  Сарадња: -Привредна комора РС - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације,

### Стратешки циљ 3: Повећање обима туристичког промета

Оперативни циљеви	Програм/Мјере	Рок	Надлежне институције
<b>1. Повећање обима промета домаћих туриста</b>	<b>Програм: Обезбјеђење подстицајних средстава за промоцију домаћег туризма</b>  Мјера: Доношење програма подршке и кредитирања туризма	2011-2012.	Носилац активности: Министарство трговине и туризма  Сарадња: - Министарство финансија
	<b>Програм: Програм школа у природи</b>  Мјера: Промовисање и подстицање програма рада основних и средњих школа које планирају екскурзије, излете и школе у природи на подручју РС	2012-2020.	Носилац активности: Министарство просвјете и културе и Министарство трговине и туризма  Сарадња: - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације, - општинске туристичке организације.
	<b>Програм: Продужење туристичке сезоне</b>  Мјера: Обезбједити посебне програме намијењене пензионерима, младима, синдикалним организацијама ван главне сезоне	2012-2020.	Носилац активности: Туристичка организација РС, међуопштинске туристичке организације  Сарадња: -Министарство трговине и туризма - Министарство просвјете и културе - Министарство за породицу, омладину и спорт, - Фонд ПИО
<b>2. Повећање обима промета иностраних туриста</b>	<b>Програм: Третирају туризам као извоз</b>  Мјера: Увођење субвенција у туристичку привреду	2012. и даље.	Носилац активности: Министарство трговине и туризма  Сарадња: - Министарство финансија - Туристичка организација РС

			- међуопштинске туристичке организације
<b>3. Спрјечавње сиве економије у туризму</b>	<b>Програм: <i>Сузбијање сиве економије у туризму</i></b>  Мјере: Израдити план краткорочних и дугорочних мјера за сузбијање сиве економије у туризму	2012-2020.	Носиоци активности: Министарство финансија, Министарство трговине и туризма и контролни органи на нивоу БиХ  Сарадња: - локалне заједнице - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације, - општинске туристичке организације.
	<b>Програм: <i>Санкционисање сиве економије у туризму</i></b>  Мјере: Појачати инспекцијски надзор у спровођењу закона и прописа	2012. и даље.	Носилац активности: Министарство трговине и туризма  Сарадња: - Инспекцијске службе

**Стратешки циљ 4: Унапређење туристичког производа базираног на одрживом развоју**

Оперативни циљеви	Програм/Мјере	Рок	Надлежне институције
<b>1. Заштита туристичких ресурса и њихова оптимална валоризација</b>	<b>Програм: <i>Изградити програм заштите туристичких ресурса</i></b>  Мјере: Прикупити податке и успоставити базу туристичких ресурса	2012-2014.	Носилац активности: Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију  Сарадња: - Институције високог образовања, - Туристичка организација РС, - међуопштинске туристичке организације, - општинске туристичке организације, туристичке организације градова - Републички завод за заштиту културно-историјског и природног наслеђења
	<b>Програм: <i>Донијети одговарајуће прописе заштите и уређења животне средине у функцији развоја туризма</i></b>  Мјере: Спроводити активности на јачању свијести и законског регулисања заштите животне средине	2011-2013.	Носилац активности: Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију  Сарадња: - Министарство трговине и туризма - Фонд за заштиту животне средине, - локалне заједнице.
<b>2. Уравнотежен развој на принципу одрживости</b>	<b>Програм: <i>Развој туризма на принципу одрживости</i></b>  Мјере: Подстицати израду планова развоја туризма	2012. и даље.	Носилац активности: Министарство трговине и туризма; Министарство за просторно планирање, грађевинарство и екологију и локалне заједнице  Сарадња: - Министарство за пољопривреду, водопривреду и шумарство,



			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Туристичка организација РС,</li> <li>- међуопштинске туристичке организације,</li> </ul>
	<p><b>Програм: Унапређење туристичког амбијента</b></p> <p>Мјере: Подстицати градњу прилагођену природном амбијенту, аутохтоним културним вриједностима и високим стандардима у туризму</p>	2012. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију, Министарство трговине и туризма, локалне заједнице</p> <p>Сарадња:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Туристичка организација РС,</li> <li>- међуопштинске туристичке организације,</li> <li>- општинске туристичке организације,</li> <li>- привредни субјекти,</li> <li>- индивидуални предузетници,</li> <li>- невладине организације</li> </ul>
	<p><b>Програм: Формирати независну експертску комисију за одрживи туризам при Министарству трговине и туризма</b></p> <p>Мјере: Основати сталну комисију за одрживи туризам</p>	2012.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Институције високог образовања,</li> <li>- НВО.</li> </ul>
<b>4. Развој туризма у заштићеним подручјима</b>	<p><b>Програм: Планови развоја туризма</b></p> <p>Мјере: Израда планова и програма развоја</p>	2012-2014.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију,</li> <li>- локалне заједнице</li> </ul>
<b>5. Развој сеоског туризма</b>	<p><b>Програм: Реконструкција, проширење постојећих и изградња нових капацитета у сеоском туризму</b></p> <p>Мјере: субвенционирање пројеката у сеоском туризму</p>	2011-2013. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма и Министарство пољопривреде</p> <p>Сарадња:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Локалне заједнице</li> <li>- Сеоска газдинства</li> </ul>
	<p><b>Програм: Запошљавање младих у руралним подручјима</b></p> <p>Мјере: Подстицаји запошљавања младих</p>	2012. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма, Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде</p> <p>Сарадња:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Локалне заједнице</li> </ul>
	<p><b>Програм: Креирање модела туристичких етносела</b></p> <p>Мјере: Подстицати пројекте етносела</p>	2013-2015.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Министарство за просторно уређење, грађевинарство и екологију</li> </ul>
	<p><b>Програм: Очување традиције и културних вриједности</b></p> <p>Мјере: Подстицати пројекте</p>	2012. и даље.	<p>Носилац активности: Министарство трговине и туризма</p> <p>Сарадња:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Министарство просвјете и културе</li> </ul>

	афирмације културних вриједности и различитости		- Локалне заједнице - Туристичка организација РС - међуопштинске туристичке организације - туристичке организације општина - НВО
	<b>Програм:</b> Регистрација сеоских газдинстава  Мјере: Израда одговарајућих стандарда и регистрација газдинстава као посебних привредних субјеката.	2011. и даље.	Носилац активности: Министарство трговине и туризма.  Сарадња: - Релевантни државни органи, - Локалне заједнице

### 25.3. Неопходне хитне мјере у складу са стратешким циљевима

Туризам је сложена привредна и друштвена дјелатност. Она је и дјелатност од јавног интереса која је у већини друштвених система нискоакумулативна грана привређивања. Ова чињеница имплицира да туризам захтијева друштвене подстицаје уколико се жели постићи његов бржи развој. Исто тако, туризам је мултифункционална дјелатност која је везана за многе друге привредне и непривредне дјелатности, па се друштвено подстицање ове области рефлектује на цијелу заједницу. Свака друштвено организована и планска активност, а то је управо реализација ове Стратегије, подразумијева постојање друштвених стимулација и подстицаја. У том контексту предлажу се сљедеће групе директних подстицаја:

- **Подстицаји мале финансијске вриједности.** Ова врста подстицаја је интересантна и неопходна за сваку планску активност у туризму с обзиром на то да се са релативно малим средствима могу подстаћи различите активности. Предност ових подстицаја је у томе што их може користити већи број привредних субјеката. Недостатак овакве врсте друштвене интервенције јесте у томе што се не могу реализовати крупнији друштвени подухвати. Овај вид стимулисања туристичке привреде континуирано користе земље у окружењу, прије свега Хрватска<sup>64</sup> и Словенија, али и Србија и Црна Гора. У складу с тим, предлаже се да основа за **подстицаје мале финансијске вриједности** буде износ до 10.000 КМ неповратно или повољни кредит до 100.000 КМ. Ова подстицајна средства се могу пласирати као укупна средства за поједину активност (што треба бити рјеђи случај), односно као дио укупних средстава одређене активности, при чему се стимулација одобрава као дио укупне активности или инвестиције. Што се тиче кредитних средстава, предлаже се да се за ове намјене обезбиједи најповољнији дугорочни кредити са роком отплате од 10 до 15 година. Предлаже се да укупна годишња камата не прелази 2% тако што ће подстицај Министарства трговине и туризма бити у субвенционирању разлике камате између укупне банкарске камате и камате од 2%<sup>65</sup>. Тако нпр. ако је банкарска камата 9%, годишња каматна субвенција Министарства трговине и туризма износиће 7% разлике у камати на износ неотплаћеног дуга. На овај начин могу се у врло кратком року реализовати знатна средства, не само Министарства него прије свега самих корисника. Подразумева се да корисници кредита имају довољну вриједност хипотеке како би им (од стране Министарства трговине и туризма) овлаштене пословне банке одобриле кредит. Када је ријеч о одлучивању одобравања **подстицаја мале финансијске**

<sup>64</sup> Ове врсте стимулација често користи Министарство туризма Републике Хрватске. Сваке године се објављује више отворених јавних позива за додјелу средстава у различитим сегментима туризма Хрватске.

<sup>65</sup> Субвенционирањем разлике каматне стопе од 6 до 7% на кредит чији је рок отплате 10 година, Министарство би требало надокнадити 35–40% вриједности основног дуга. То значи да би субвенција Министарства на кредит од 100.000 КМ износила око 40.000 КМ, и била би распоређена у периоду од 10 година. Ово указује да је ријеч о веома популарној мјери којом се одмах ангажују огромна средства инвеститора (туристичких субјеката) и банака, док је учешће Министарства распоређено на период од 10 година.

**вриједности**, о неповратним средствима директно одлучује Министарство туризма, док о кредитним средствима одлучују и Министарство и пословне банке. Ова подстицајна мјера подразумијева да за различите видове стимулација у туризму постоји лимитиран износ учешћа обртних средстава. Овај лимит прописује Министарство (министар) трговине и туризма.

- **Подстицаји веће финансијске вриједности.** Када је ријеч о подстицајима веће финансијске вриједности, начин и поступак њиховог креирања и одобравања сличан је подстицајима мале финансијске вриједности. Разлика је само у укупном износу неповратних и кредитних средстава која се одобравају од стране Министарства туризма. У складу с тим, лимитирање ових средстава се налази између жеља друштвене заједнице да снажније стимулише развој туристичке привреде, с једне стране, и буџетских ограничења, с друге стране. Уважавајући ова ограничења сматра се да износи од 10.000 до 50.000 КМ неповратно, или износи повољних кредита већих од 100.000 КМ представљају **подстицаје веће финансијске вриједности**. Када је ријеч о кредитним средствима, предлаже се да камата за корисника средстава износи 2% на годишњем нивоу на неотплаћени дио кредита (примјер из предходног случаја  $9 - 2 = 7\%$ ). Дакле, Министарство би у кредитним средствима подстицаја веће вриједности преузело годишњи износ камате од 7% на износ неотплаћеног дуга. Будући да се кредити већи од 100.000 КМ углавном користе за реконструкцију постојећих или изградњу нових туристичких капацитета, у оваквим пројектима је потребно стриктно лимитирати износ обртних средстава на максимално 15%.
- **Дугогодишње стимулације (бонификације)** су врсте подстицаја који се примјењују у ситуацијама када се жели стимулисати постојеће пословање одређеног туристичког субјекта. У овом случају се подразумијева да је субјект извршио сва неопходна улагања и да ова врста стимулације има за циљ нпр. повећање степена искоришћења постојећих капацитета, што омогућава већу економичност пословања<sup>66</sup>. Исто тако, постоје и стимулације у другим секторима привреде које се могу усмјерити у сектор туризма, а у неким случајевима и знатно повећати. Ријеч је о стимулацијама у пољопривреду. Све је чешћи случај (нпр. Словенија) да се у сектору руралног туризма комбинују стимулације у пољопривреду са стимулацијама у туризму. У складу с тим, неопходно је повећати стимулације у туризму за оне субјекте у руралном туризму који ће своје пољопривредно и шире економско газдинство, властите прехранбене производе, пића и друге услуге продавати као туристички производ. Дакле, умјесто да се стимулише литра млијека или неки други пољопривредни производ, у новим условима се стимулише ноћење и туристичка услуга.
- **Остале стимулације.** У транзиционом друштву, какво је наше, постоје бројни други извори стимулација. О њима се може одлучити појединачно у зависности од жеље и воље локалне заједнице или републичких институција. У зависности од врсте пројеката, овдје се може говорити о ослобађању од комуналне таксе, давању на коришћење земљишта без накнаде, ослобађање од других такса, повољна додјела концесија или евентуално отпис раније створених дугова према друштвеној заједници. Спектар ових стимулација је широк и у највећој мјери зависи од инвентивности представника локалне администрације и Министарства туризма.

**Начело додавања** је значајно начело, које треба примијенити у свим могућим случајевима стимулисања туристичке привреде. Обзиром на недостатак средстава у буџету Републике Српске, неопходно је примјенити ово начело како би укупна улагања била знатно већа од износа стимулација која Министарство трговине и туризма жели, и може реализовати. Даље, ово је веома значајно питање и у процесу приближавања БиХ и РС Европској унији, јер је

---

<sup>66</sup> У Хрватској се у посљедње вријеме примјењује модел стимулисања организованог доласка туриста из других земаља. Тако нпр. уколико туристичка агенција организовано доведе групу од преко 20 туриста која у Хрватској борави најмање три дана, тада се за сваког регистрованог туристу агенцији исплаћује једнократни финансијски стимуланс. Стимуланс се остварује презентовањем неопходне документације.

већина претприступних фондова конципирана на начелу додавања. Примјеном овог начела у будућности ће се отворити, за наше услове, огроман финансијски потенцијал и много лакше ће се моћи аплицирати у пројектима предприступних фондова. Поред ових, постоји велики број директних мјера које су предложене у самој Стратегији, а које у себи не садрже директну финансијску подршку.

#### 25.4.1. - Акциони план приоритетних мјера

Акциони план приоритетних мјера представља план који обухвата неопходне мјере у туризму које ће се извршавати у складу са расположивим финансијским средствима у буџету РС која буду стављена на располагање Министарству трговине и туризма у периоду реализације Стратегије. Осим наведених главних носилаца активности, учешће у појединим тематским активностима узеће и остале релевантне институције државног и невладиног сектора.

Поред финансијских средстава из буџета РС, туристичким субјектима ће на располагању бити и средства међународних фондова и осталих донатора (ИРА и др)

Р. бр.	шиф. <sup>67</sup>	Мјера	Потенцијална међуопштинска туристичка организација /МТО/, општина или привредни субјект (број пројеката)	Носилац	Износ подстицаја		Напомена
					Појединачно	Укупно	
1.	СТ	Реконструкција и адаптација постојећих сеоских газдинстава <sup>68</sup> у сврху регистрације туристичког субјекта. Вриједност појединачних пројеката је до 75.000 КМ.	Добој – 5 Требиње – 5 Бањалука – 10 Ист.Сарајево – 3 Фоча – 2 Зворник – 3 Бијељина – 2	Министарство трговине и туризма, сеоска домаћинства.	25.000 КМ (улагање Министарства)	775.000 КМ (улагање Министарства)	Предвиђа се вриједност пројекта до 75.000 КМ. Од тога Министарство учествује са неповратним средствима у износу до једне трећине. Предвиђено је укупно 30 пројеката.
2.	СТ	Изградња нових објеката на	Добој – 3	Министарство	50.000 КМ	1.000.000 КМ	Предвиђа се вриједност пројекта до

<sup>67</sup> СТ – сеоски туризам; ТРТ – транзитни туризам; ПЛТ – планински туризам; БТ – бањски туризам; ГРТ – градски туризам; МТ – манифестациони туризам; ЛРТ – ловни и риболовни туризам; САОТ – спортски, авантуристички и омладински туризам.

<sup>68</sup> У земљама у окружењу присутни су различити квалитативни и квантитативни стандарди који детерминишу сеоско газдинство. Исто тако, у самим земљама могу постојати различити приступи дефинисању сеоске економије. Тако је нпр. у Републици Хрватској уобичајено да сеоско газдинство (поред других неопходних услова) мора имати 10–40 соба или 7–20 апартмана. У складу са искуствима из Хрватске и Србије предлаже се да се у квантитативном смислу у Републици Српској стичу услови за третман сеоског газдинства онда када (поред других неопходних услова) сеоско домаћинство има 5–20 соба или 3–10 апартмана. У квалитативном смислу, у Републици Хрватској сеоско домаћинство, да би било регистровано, мора испуњавати стандарде који подразумевају минимално три звјездице, што за Републику Српску може, али не мора, представљати критеријум.

		сеоском газдинству у сврху регистрације туристичког субјекта (укупно 19 пројеката). Вриједност појединачних пројеката је до 150.000 КМ.	Требиње – 3 Бањалука – 7 Ист. Сарајево – 2 Фоча – 1 Зворник -2 Бијељина – 1	трговине и туризма, сеоска домаћинства.	(улагање Министарства)	(улагање Министарства)	150.000 КМ. Од тога Министарство учествује са неповратним средствима у износу до једне трећине.
3.		Финансирање едукације свих давалаца услуга у сеоском <sup>69</sup> туризму. Ова активност треба бити нужан услов за стицање статуса сеоског газдинства и услов за повлачење свих државних подстицаја. Ова активност треба бити континуирана. Након имплементације ове активности, подстицаје треба да добијају само регистровани и сертификирани даваоци услуга.	Све МТО	Министарство трговине и туризма, референтне образовне институције и субјекти који се образују.	100.000 КМ (улагање Министарства)	100.000 КМ (улагање Министарства)	Ова активност треба да обезбиједи ефикасна праћење и контролу утрошка средстава из друштвених фондова. Даље, она обезбеђује усмјеравање новчаних токова у туризму у легалне канале платног промета. Тиме држава остварује веће пореске приходе, а друштвена заједница раст запослености. Дакле, последице имплементације свако регистровано сеоско газдинство постаје привредни субјект који води своје књиговодство. Обука у вези с овим питањима мора бити континуирана.
4.	ПЛТ	Финансирање израде Мастер плана (са пословним планом) развоја туризма у Националном парку Козара	Приједор	Министарство трговине и туризма	200.000 КМ (улагање Министарства)	200.000 КМ (улагање Министарства)	
5.	ГРТ	Пројекат истраживачких	Требиње	Министарство	50.000 КМ	150.000 КМ	Предвиђа се вриједност пројекта до

<sup>69</sup> Сеоски туризам је сложена појмовна категорија. Обухвата све видове туризма изван оквира урбаних система. У оквиру сеоског туризма само један његов сегмент чини туризам на сеоском газдинству.

		радова и мапирања дестинација са културно-историјским садржајем у функцији туристичке привреде	Вишеград Добој	трговине и туризма, туристичка предузећа.	(улагање Министарства)	(улагање Министарства)	100.000 КМ. Од тога Министарство учествује са неповратним средствима 50%.
6.	МТ	Финансирање шест пројеката подстицаја локалних традиционалних или нових манифестација (по 10.000 КМ неповратно)	Добој Требиње Бањалука Ист. Сарајево Фоча Зворник Бијељина	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	10.000 КМ (улагање Министарства)	60.000 КМ (улагање Министарства)	Предност се даје пројектима који имају учешће локалне заједнице (општине и града) који је већи од износа подстицаја Министарства.
7.	МТ	Финансирање три пројекта подстицаја традиционалних или нових манифестација републичког значаја	сви субјекти	Министарство трговине и туризма и туристичка предузећа	50.000 КМ (улагање Министарства)	150.000 КМ (улагање Министарства)	Предност се даје традиционалним пројектима или новим пројектима који гарантују дугорочност.
8.	ВТ	Финансирање израде Мастер плана (са пословним планом) развоја и унапређења вјерског туризма РС		Министарство трговине и туризма	200.000 КМ (улагање Министарства)	200.000 КМ (улагање Министарства)	
9.	ЛРТ	Финансирање израде Мастер плана (са пословним планом) развоја и унапређења ловног и риболовног туризма РС		Министарство трговине и туризма	200.000 КМ (улагање Министарства)	200.000 КМ (улагање Министарства)	
10.	САОТ	Финансирање шест пројеката изградње нових капацитета у сфери спортског, авантуристичког и омладинског туризма појединачне вриједности сса 150.000 КМ	сви субјекти	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа.	50.000 КМ (улагање Министарства)	300.000 КМ (улагање Министарства)	Предвиђа се вриједност пројекта до 150.000 КМ. Од тога Министарство учествује са неповратним средствима у износу до једне трећине.

11.	САОТ	Финансирање шест пројеката санације и доградње постојећих капацитета у сфери спортског, авантуристичког и омладинског туризма појединачне вриједности сса 90.000 КМ	сви субјекти	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа.	30.000 КМ (улагање Министарства)	180.000 КМ (улагање Министарства)	Предвиђа се вриједност пројекта до 90.000 КМ. Од тога Министарство учествује са неповратним средствима у износу до једне трећине.
12.	САОТ	Финансирање израде Мастер плана (са пословним планом) развоја туризма у Националном парку Сутјеска и простора Зеленгоре	Фоча Требиње	Министарство трговине и туризма	200.000 КМ (улагање Министарства)	200.000 КМ (улагање Министарства)	
13.		Финансирање подстицања маркетиншких активности – креирање и израда проспеката. Процијењена вриједност израде проспеката износи сса 6.000 КМ	Добој – 3 Требиње – 3 Бањалука – 6 Ист. Сарајево – 3 Фоча – 3 Зворник-2 Бијељина – 1	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	3.000 КМ (улагање Министарства)	66.000 КМ (улагање Министарства)	Предвиђа се вриједност проспекта до 6.000 КМ. Од тога Министарство учествује са неповратним средствима у износу до једне половине.
14.		Финансирање подстицања маркетиншких активности – креирање и израда web страница	Добој – 6 Требиње – 6 Бањалука – 12 Ист. Сарајево – 6 Фоча – 6 Зворник -3 Бијељина – 3	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	2.000 КМ (улагање Министарства)	88.000 КМ (улагање Министарства)	Министарство финансира у пуном износу.



15.	ПЛТ ГРТ БТ	Варијабилна стимулација за туристичке агенције које организовано доводе туристе из иностранства на период дужи од три дана (ноћења). Предлаже се да се организованом групом сматра група од 30 и више туриста. За туристе из земаља бивше СФРЈ предлаже се износ од 4 КМ по туристи, а за остале земље 6 КМ по туристи. Од укупно прикупљених средстава по овом основу туристичке агенције би усмјериле 20% за функционисање МТО.	Агенције из свих потенцијалних МТО, општинских и градских туристичких организација	Министарство трговине и туризма, туристичке агенције.	4 КМ по туристи (улагање Министарства)  6 КМ по туристи (улагање Министарства)	600.000 КМ (улагање Министарства)	Ова мјера је веома популарна у многим земљама гдје је туризам у експанзији <sup>70</sup> . Њом се директно стимулише веће искориштавање постојећих капацитета. Предлаже се увођење посебних процедура за евиденцију и контролу ових активности. У склопу овог подстицаја потребно је извршити додатну стимулацију у оним градовима гдје локална заједница жели судјеловати у довођењу туриста, чиме би се стимулације могле подићи и на ниво изнад 10 КМ по туристи.
16.		Финансирање конкурса за јединствено рјешење и унификацију туристичких симбола и сувенира на нивоу Републике Српске и за све појединачне МТО.	Све МТО.	Министарство трговине и туризма, МТО	50.000 КМ (улагање Министарства)	50.000 КМ (улагање Министарства)	Послијеведеног конкурса донијеће се регулатива права и обавезности коришћења туристичких симбола и продаје сувенира у туристичкој привреди Републике Српске.
17.	ТРТ	Финансирање програма	Све МТО.	Министарство	50.000 КМ	150.000 КМ	Програми су непрофитног

<sup>70</sup> Ова мјера се све више примјењује у Републици Хрватској. Поред стимулисања организованог довођења туриста на републичком нивоу, у Хрватској је све више присутна стимулација од стране локалних заједница, у чему предњачи Град Загреб, гдје подстицаји за организатора оваквих путовања износе чак 10–20 € у предсезони.

	ПЛТ САОТ ЛРТ	подстицаја развоја туристичких тематских путева. Предвиђено финансирање на бази конкурса за 3 пројекта. Програм укључује и израду тзв. смеђе сигнализације.		трговине и туризма, туристички и маркетиншки субјекти	(улагање Министарства)	(улагање Министарства)	карактера. Циљ је постизање препознатљивости одређених туристичких цјелина преко тематских и интегрисаних туристичких атракција и да се одмах постигну економски ефекти у већ изграђеним капацитетима кроз краћа заустављања путника, кружна путовања итд.
18.		Финансирање бесповратних подстицаја непрофитним организацијама у циљу суфинансирања различитих програма едукације у туризму. Предвиђа се суфинансирање програма за сваку МТО.	Добој – 3 Требиње – 3 Бањалука – 4 Ист. Сарајево – 3 Фоча – 3 Зворник-2 Бијелина – 1	Министарство трговине и туризма, и невладине организације (НВО)	2.000 КМ (улагање Министарства)	40.000 КМ (улагање Министарства)	Програми су непрофитног карактера. На бази конкурса неопходно је додијелити средства искључиво непрофитним организацијама у циљу суфинансирања едукације у сеоском туризму, омладинском туризму, лову, риболову, манифестационом туризму итд. Програми могу подржавати афирмацију културно-историјских, вјерских и других ресурса.
19.		Ангажовање квалификоване консултантске куће на сагледавању могућности повлачења средстава из претприступних и других фондова Европске уније, те ревизија досадашњих активности. Овдје је прије свега ријеч о ИРА <sup>71</sup>		Министарство трговине и туризма, консултантске фирме	100.000 КМ (улагање Министарства)	100.000 КМ (улагање Министарства)	Досадашња пракса је показала да Република Српска, а и БиХ не користе довољно средстава претприступних фондова посебно ИРА. Због тога је неопходно ангажовати консултантску кућу са снажним утицајем у институцијама Европске уније. Задатак Министарства би био да се понуде

<sup>71</sup> Крајем 2009. године овај програм је резервисао преко 10.000.000 € за прекограничну сарадњу БиХ и Србије, БиХ и Црне Горе и БиХ и Хрватске. Знатан дио ових средстава предвиђен је за развој туристичке привреде.

		програмима прекограничне сарадње, односно средствима која су предвиђена за развој предузећа и рурални развој, те кохезиону политику.					квалитетни пројекти из Републике Српске.
20.		Формирање сталних међуентитетских и међуресорних тијела. Неопходно је формирати ауторитативна и оперативна тијела на релацији Министарство трговине и туризма и Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде (са посебним акцентом на рурални развој); Министарство трговине и туризма и локалне заједнице (градови и општине); Министарство трговине и туризма и надлежне институције за развој туризма у Федерацији БиХ.		Министарство трговине и туризма и друге институције			С обзиром на мултифункционалност и мултидисциплинарност туристичког сектора неопходно је вршити стално усаглашавање различитих секторских и регионалних интереса. Приједлог ових тијела не искључује формирање других бројних међусекторских и међурегионалних тијела.
21.		Хитно доношење законских прописа и друге неопходне регулативе у циљу што бржег почетка имплементације Стратегије развоја туризма.		Влада и надлежна министарства Републике Српске и друге релевантне институције.			Министарство туризма и друге надлежне институције у што краћем року стварају основне институционалне и законске претпоставке за реализацију хитних мјера и Стратегије у цјелини. Ово подразумијева и почетне активности на увођењу информационог система.

22.	Финансирање брзе едукације и дообуке кадрова у туризму. Предлаже се двосеместрална обука за сса 50 полазника <sup>72</sup> . За референтне институције предлажу се Висока школа за туризам и хотелијерство у Требињу и Природно-математички факултет из Бањалуке. Послије завршене двосеместралне обуке полазницима се издаје одређена врста сертификата.	Све МТО.	Министарство туризма, референтне образовне институције и кадрови који се образују	100.000 КМ (улагање Министарства)	100.000 КМ (улагање Министарства)	Ово су иницијална средства за образовање и обуку кадрова који би били обучавани за имплементацију Стратегије развоја туризма, укључујући и контролу утрошака уложених средстава. Предвиђена средства се односе за организацију студија, а дио средстава финансирају сами полазници.
<b>УКУПНО УЛАГАЊЕ МИНИСТАРСТВА</b>				<b>4.709.000 КМ</b>		

<sup>72</sup> Под појмом „полазник“ подразумева се учешће кандидата са шестим и седмим степеном стручне спреме.

#### 25.4.2. - Акциони план приоритетних мјера-субвенционисање дијела камате по кредитима за туристички развој

Акциони план приоритетних мјера-субвенционисање дијела камате по кредитима за туристички развој представља план који подразумијева субвенционисање дијела камате на кредите које туристички субјекти подижу у циљу туристичког развоја. Ове мјере ће се извршавати када се створе услови за примјену од стране Министарства трговине и туризма, Министарства финансија и туристичких субјеката спремних да улажу значајнија средства у туризам РС.

Р. бр.	шиф. <sup>73</sup>	Мјера	Потенцијална међуопштинска туристичка организација /МТО/, општина или привредни субјект (број пројеката)	Носилац	Износ подстицаја		Напомена
					Појединачно	Укупно	
1.	ТРТ	Стимулисање пројекта изградње нових капацитета (Вриједност пројекта сса 1.000.000 КМ, учешће подстицајног кредита 50%)	Добој Бањалука	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	500.000 КМ (кредит)	1.000.000 КМ (кредит)	Предност се даје најфреквентнијим позицијама и уклањању уских грла (о чему одлучује Министарство)
2.	ТРТ	Стимулисање пројекта проширења и реконструкције постојећег капацитета (Вриједност појединачног пројекта сса. 500.000 КМ, учешће	Добој Требиње Бањалука Ист.Сарајево Фоча Зворник Бијељина	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	250.000 КМ (кредит)	1.500.000 КМ (кредит)	Предност се даје пројектима у којима се обогаћује постојећи туристички производ (о чему одлучује Министарство)

<sup>73</sup> СТ – сеоски туризам; ТРТ – транзитни туризам; ПЛТ – планински туризам; БТ – бањски туризам; ГРТ – градски туризам; МТ – манифестациони туризам; ЛРТ – ловни и риболовни туризам; САОТ – спортски, авантуристички и омладински туризам.

		подстицајног кредита 50%)					
3.	ПЛТ	Стимулисање пројеката санације смјештајних јединица (за 400 лежајева) у постојећим капацитетима. Предвиђа се износ повољног кредита од 5.000 КМ по једном лежају.	сви субјекти планиског туризма у РС	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	5.000 КМ (кредит)	2.000.000 КМ (кредит)	Право учешћа имају регистрована туристичка предузећа. Предност се даје пројектима којима се подиже категоријалност објекта.
4.	БТ	Стимулисање пројеката унапређења медицинских услуга и спортских садржаја. Предвиђени подстицај је 1.500 КМ по лежају (за 1.000 лежајева)	Добој Бањалука Приједор Фоча Зворник Бијељина	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	1.500 КМ (кредит)	1.500.000 КМ (кредит)	Право учешћа имају регистрована туристичка предузећа.
5.	ГРТ	Стимулисање санације изграђених хотела износом повољног кредита од 500.000 КМ по хотелу	Бијељина Ист. Сарајево Бањалука	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	500.000 КМ (кредит)	1.500.000 КМ (кредит)	Предност имају хотели који предложеним пројектом нуде садржаје ванпансионске потрошње.
6.	САОТ	Финансирање пројекта адаптације постојећих капацитета у Wellness центрима.	Бањалука Добој Ист. Сарајево	Министарство трговине и туризма, туристичка предузећа	400.000 КМ (кредит)	1.200.000 КМ (кредит)	Предност се даје изграђеним објектима већих капацитета који пројектом инвестирања прелазе у Wellness центре.

<b>УКУПНО ИЗНОС КРЕДИТНИХ СРЕДСТАВА</b>	<b>8.700.000 КМ</b>	Од укупног износа кредитних средстава, обавеза Министарства трговине и туризма за субвенционисање каматне стопе је:  <b>557.000 КМ</b>
---	---------------------	--

## 25.5. Очекивања у туристичком промету 2011–2020. година

Очекујући изградњу пожељног институционалног система и стратешких подстицајних мјера и инструмената дефинисаних у овој стратегији, можемо се надати порасту туристичког промета у РС. У 2008. години око 30 % домицилног становништва (422.000) учествовало је у туризму, од чега је двије трећине (280.000) одлазило у иностранство. Једна трећина (133.000) туристички боравак остварила је на домаћем тржишту. У развијеним европским туристичким земљама број домаћих туриста премашује број становника. У односу на тај параметар РС заостаје 11 пута.

### Повећање броја туриста

Кључни фактори кретања броја и структуре туриста у Републици Српској, у наредном периоду су:

- капацитет понуде, садржај и квалитет туристичког производа
- монетарни систем.

Изузетно ниска искориштеност смјештајних капацитета (око 20 %) на једној, а масован одлазак туриста у иностранство, на другој страни, јасно указује на проблем туризма Републике Српске. Побољшање квалитета услуга и нови садржаји у туристичком производу, те реалан монетарни систем, претпоставка су већем обиму туристичког промета.

У времену 2003–2008. године број туриста у РС годишње се повећавао по стопи од 8 % (у Европи 10 %). Уколико се примјене неопходне политике развоја и програми предвиђени овом стратегијом, реално је очекивати значајнији раст обима туристичког промета. С обзиром на ниску полазну базу, очекивана годишња стопа раста броја туриста од 12 % показује се сасвим реалном. Број домаћих туриста повећавао би се по стопи од 10 % годишње. То би повећало број са постојећих око 141.000 (2008. године), на око 480.000 у 2020. години, односно са садашњих девет на око 33%. То би повећало учешће наших грађана у туризму са 9 % у 2008. на 33% у 2020. години. Број страних туриста растао би по годишњој стопи од око 4 % и повећавао би се са постојећих око 101.000 у 2008. на око 151.000 у 2020. години. Укупан број туриста у Републици Српској, након завршетка имплементације ове стратегије (2020), износио би око 63.300, а учешће страних туриста износило би око 24%.

### Повећање броја ноћења

Нови квалитет туристичког производа требало би да повећа просјечну дужину боравака. Просјечан боравак туристе у Републици Српској, од свега 2,3 ноћења, за четири пута је краћи од просјека у развијеним европским земљама. С обзиром на то да се ради о претежности домаће компоненте у туризму, тешко је очекивати значајније промјене у дужини боравака. Оптимистична претпоставка јесте да ће доћи до пораста дужине боравака, са постојећих 2,5 на 4,3 ноћења по туристи.

### Економски ефекти туристичког промета

Повећање броја туриста и продужено вријеме боравака, задржавајући постојећи просјечан ниво потрошње од **137** КМ по једном туристи, даје ниво промета у **2020.** години од око **373 милиона КМ**, што је за **4,8** пута више од постојећег.

Како доходни мултипликатор у туризму код нас износи **два**, то би донијело пораст дохотка у укупној привреди од око **750** милиона КМ.

## 26. НАЧЕЛО ОДРЖИВОГ РАЗВОЈА И ОДРЖИВИ ТУРИЗАМ

---

**Одрживи развој.** Савремени приступ планирању и стратегијама развоја почива на интегралном планирању, а обухвата три димензије развоја: **просторно-еколошку, економску и друштвену.** Одрживи развој подразумијева елиминацију конфликта развоја и успоставу одговарајућег система управљања. У вези с тим, одговарајућа дефиниција модела имплементације представља изузетно важан дио стратегије.

Филозофија одрживог развоја заснива се на принципу интергенерацијске једнакости, а одрживи развој



захтијева усклађеност између привредног раста, социјалне правде и здраве животне средине. Ако се овај принцип не поштује тада штете у животnoj средини учињене данас прелазе на сљедећу генерацију и угрожавају општи и грански развој, па и развој туризма. Дакле, **усклађен привредни раст** подразумијева умјерено искоришћавање природних ресурса. **Социјална правда** задире у етичке проблеме, али она има и политичку конотацију. Социјална правда као категорија одрживог развоја данас се не може посматрати као тежња за успоставом социјалне једнакости, већ као тежња балансираног развоја, не само у име повлашћених класа или нација већ и између постојеће генерације и сљедећих генерација. **Здрава животна средина** подразумијева одрживи развој, и у оквиру њега **одрживост туризма**, а подстицање таквог развоја значи адекватан однос према животnoj средини. Развој туризма сем позитивне има и негативну страну. Просторни аспекти туризма у контексту осталих развојних процеса, нарочито привредних, остављају мање или веће последице у животnoj средини.

**Загађења животне и антропогене средине манифестују се на различите начине:**

- уништавањем или деградацијом атрактивних предјела
- нарушавањем еколошког оквира биљних и животињских врста
- девастацијом споменика културе
- неадекватним и неодговорним односом учесника у туристичком промету према животnoj средини .

**Заједничка питања корисника животне средине:**

- намјена простора
- интензитет коришћења простора
- одговорност учесника у простору
- правни аспекти планирања, кориштења и заштите простора
- политике развоја и сл.

**Како би се успоставио модел одрживог развоја туризма у РС неопходно је:**

- успоставити систем интегрисаног управљања природним ресурсима
- обезбиједити активно учешће у стварању туристичког производа свих заинтересованих страна, посебно локалних заједница
- омогућити креативност свим учесницима у туризму
- омогућити модел јавног и приватног сектора
- подстицати развој туристичког производа на нивоу МТО и сл.

## **27. УСЛОВИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ**

---

Инвестирање у туризам на директан или индиректан начин дефинисано је условима развоја. Кључни значај имају:

- планови просторног и урбанистичког развоја
- политика инвестиција у туризму
- политика развоја људских ресурса
- политика маркетинга

### **27.1. Планови просторног и урбанистичког развоја**

#### **27.1.1. Просторни план Републике Српске**

Просторним планом Републике Српске дефинисано је осам туристичких зона: Козарско-поунска, Врбаско-мотајичка, Горњосанско-пливска; Кнежевачко-борјанска, Јахоринско-романијска, Магличко-зеленгорска и Херцеговачка.

Свака од зона чини специфичан али не и интегралан туристички производ датог просторног система. Зато, организација туризма на интегративном приступу заинтересованих просторних

односно локалних заједница (општина) може да допринесе унапређењу туристичког производа, ефикаснијем маркетингу, бољој повезаности туристичких субјеката, успјешнијој конкуренцији на туристичком тржишту и сл. Из ових разлога, ова Стратегија, на **добровољној** основи, предвиђа могућност оснивања **међуопштинских туристичких организација /МТО/**, потенцијално **шест**, и то: - **Бањалучка, Добојска, Зворничко-бијељинска, Сарајевска, Фочанска, Требињска**. Предложени концепт међуопштинских туристичких организација ни у којем случају не искључује могућност другачијег организовања. Сваку од дефинисаних МТО чини одређен број општина, укључених на добровољној основи и интересном принципу.

### **27.1.2. Просторни планови општина**

Просторни планови општина дефинишу намјену и функције простора и треба да су компатибилни с основним поставкама Просторног плана Републике Српске – главног планерског и развојног документа РС.

Развој туризма РС, између осталог, лимитиран је малим бројем урађених просторних планова општина<sup>74</sup>. Од укупно 62 општине РС само у четири су урађени просторни планови (Градишка, Источно Сарајево, Теслић, Бијељина, у једној је план у процесу усвајања Приједор), а у двије општине израда просторног плана је у току<sup>75</sup>. Овим је свакако умањена могућност потенцијалних улагања у изградњу туристичке инфра- и супраструктуре што успорава развој туризма на већем дијелу Републике Српске.

**Мастер планови** дефинишу развој туризма на просторима изузетних туристичких вриједности. У оквиру Републике Српске развој туризма, мастер планом, дефинисан је за простор **Јахорине**.

**Овом Стратегијом предвиђена је израда мастер планова развоја туризма за: просторе Козаре, Тјентишта и Зеленгоре, те за развој вјерског туризма на укупном простору Републике Српске.**

Туристички потенцијали дефинисаних простора<sup>76</sup>, и досадашњи развој туризма у њима, јасно су показали високу туристичку вриједност, недовољну валоризованост, потребу унапређења туристичког производа, реалне шансе унапређења туризма, те потребу израде мастер планова за дефинисана подручја, како би се унаприједио туризам и учинио одрживим.

### **27.1.3. Урбанистички планови**

Урбанистички планови дефинишу намјену простора у урбаним срединама. С аспекта туризма чине суштинску претпоставку развоја и унапређења градског туризма.

Развој и унапређење функција урбаних центара често захтијева измјену урбанистичких планова односно измјену регулационих планова. У вез с тим ефикасност органа управе на локалном нивоу је од посебног значаја.

### **27.1.4. Планови развоја туризма у заштићеним подручјима**

Босна и Херцеговина је потписала међународну конвенцију о очувању природе и заштити околине, чиме се обавезала да заштити **30 %** свог простора (национални паркови, паркови природе, природни резервати, природне ријеткости). Тиме је практично и Република Српска преузела исте обавезе.

Различити нивои категоризације природних добара и различите мјере заштите претпостављају различит приступ туристичкој валоризацији. Ова проблематика је саставни дио планерских докумената (Просторног плана РС, просторних планова општина, урбанистичких планова, планова посебне намјене).

У парковима првог степена заштите није могућа изградња туристичке инфраструктуре и супраструктуре. Могуће су посјете туриста уз висок степен надзора.

<sup>74</sup> Мисли се на просторне планове општина који су урађени након усвојеног Просторног плана РС за период 1996-2001. године.

<sup>75</sup> Стање, фебруар 2010. године.

<sup>76</sup> Обрађено у првом дијелу овог документа.

У парковима дјелимичне заштите могућа је контролисана изградња и бављење еколошким туризмом.

У парковима нижег степена заштите могућа је планска градња која претпоставља активну туристичку дјелатност, држећи се активних мјера заштите природе и културног наслеђа.

Просторним плановима, урбанистичким плановима и осталим планерским документима неопходно је дефинисати нивое заштите природних и културних добара, да би се развој туризма довео у складан однос са нивоима заштите.

### **27.1.5. Оцјена стања организације и коришћења простора – основни показатељи**

У оквиру простора РС, физиономски и функционално, разликују са два дијела сјеверни и источни. Сјеверни у односу на источни је:

- нижи (око 48% територије је ниже од 500 м н.в), има веће површине пољопривредног земљишта, већу густину насељености, већи степен урбанизације, развијенију привреду и развијенију инфраструктуру<sup>77</sup>.

- Генерално, ниво развијености је неуједначен. Према званичној ранг листи, за 2004. а која је добијена коришћењем десет социо-економских критеријума, најнеразвијенији дијелови РС су претежно пограничне руралне општине, док су најразвијеније општине у сјеверном дијелу РС (Бања Лука, Бијељина, Градишка, Добој, Лакташи, Приједор, Прњавор)<sup>78</sup>. Претходни показатељи на директан начин илуструју претпоставке укупног па и туристичког развоја, посебно с аспекта вредновања привредног амбијента, социоекономског статуса домицилног становништва, улогом инфраструктурних система у развоја, улогом природних потенцијала и сл. У том погледу јасно је да сјеверни дио РС у односу на источни има низ компаративних предности.

- Територијални размјештај, концентрација насељености, социоекономска развијеност, добна структура, образовна структура и сл. такође показује видне разлике сјеверног у односу на источни дио. И ови показатељи упућују на предност сјеверног у односу на источни дио.<sup>79</sup>

### **27.2. Политика инвестиција у туризму - оцјена инвестиционе политике и услови инвестирања у туризму**

**Карактеристике инвестиционе политике у БиХ и Републици Српској.** Ово је једна од најзначајнијих тема у свакој економији, посебно у земљама у транзицији и недовољно развијеним земљама. У том контексту, стање у БиХ и Републици Српској (у цјелини) није задовољавајуће, и оптерећено је бројним проблемима и слабостима.

- Економија БиХ и Републике Српске спада у ред отворених економија земаља у транзицији. Основна карактеристика спољнотрговинских односа БиХ је висока отвореност за увоз производа и услуга из иностранства. То утиче на високу повезаност домаћег и страног тржишта, с једне стране, али и стварање високог спољнотрговинског дефицита, с друге стране. Већина великих извозника у БиХ сматра да је курс конвертибилне марке прецијењен и да значајно утиче на спољнотрговински дефицит, те дестимулише прилив страних инвестиција.

- Прву деценију Двадесетпрвог вијека обиљежио је тренд раста броја приватних предузећа у БиХ и Републици Српској. Ипак, још увијек постоје бројна ограничења која спутавају развој свих привредних потенцијала<sup>80</sup>.

Основни фактори који ограничавају ширење и веће инвестирање на тржиштима БиХ и Републике Српске су:

- Ниска друштвена ефикасност и наслијеђена структурна ограничења
- Постојање непотребних трошкова и ризика

<sup>77</sup> Просторни план РС, Урбанистички завод РС, Бања Лука, стр. 36.

<sup>78</sup> Исто, стр. 37.

<sup>79</sup> Детаљније обрађено у поглављу 7. ове Стратегије, стр.14-15.

<sup>80</sup> Босна и Херцеговина - Оцјена инвестицијске климе, Свјетска банка, Одјел за развој приватног сектора, 2008. год.

- Непостојање брзих тржишних механизма за реструктурирање, улазак или излазак са тржишта.

Ипак, треба констатовати да су приватна предузећа и приватизована друштвена предузећа у последњих десет година показала завидну динамичност и значајно утицали на раст ДБП БиХ и Републике Српске. Исто тако, ентитетске владе су улагале (и даље улажу) напоре за смањивање бирократских процедура приликом покретања нових послова. Ово је један од кључних фактора стварања боље инвестиционе климе, и често, неопходна детерминанта при доношењу одлука о инвестирању страних улагача. Без обзира на одређене постигнуте резултате у области инвестирања, неопходно је проводити дубље реформе у редукцијама трошкова администрације, смањивати друштвену регулацију на свим нивоима, пружати неопходну подршку инвеститорима кроз помоћ државе и давање инвестиционих подстицаја, смањити број и вријеме добијања различитих дозвола за почетак рада нових привредних субјеката, осигурати виши ниво правне сигурности итд.

Дакле, број и врста активности којима се може побољшати инвестициона „клима“ у БиХ и Републици Српској су неисцрпни, посебно ако се посматрају у контексту неопходних промјена које ће земља морати реализовати у процесима европских интеграција.

- Један од већих проблема у домаћој економији је висока задуженост. Она је присутна у приватном, али и јавном<sup>81</sup> сектору. Исто тако, и сектор становништва се све више задужује. Процјене инвестиционе климе будућих инвеститора су базиране на овим чињеницама. Потрошен будући доходак демотивише инвеститоре, због чега је потребно доносити такве макроекономске мјере чији је циљ повећање агрегатне или гранске тражње, чак и по цијену задуживања у будућности. Али, та задуживања морају бити максимално ефикасна, и требају бити уложена у стварање новог дохотка.

#### **Могућности мјера и подстицаја побољшања постојећег стања.**

Услови на тржишту се могу (и морају) побољшавати. У том смислу потребно је:

- да се поједностави и усаврши регулаторно окружење на локалном, ентитетском и државном нивоу;
- да се побољша општа сигурност;
- да се обезбједи фискални и други подстицаји за веће инвестирање у расположиве друштвене и природне потенцијале;
- да се уједначе правила на јединственом тржишту;
- да се ниво друштвених трошкова учини конкурентним, посебно у односу на земље из окружења. То би БиХ дало неопходну предност у односу на земље СЕФТА, али и остале међународне партнере;
- да се цијене inputa, односно трошкова производње учине стимулативним и конкурентним (ово укључује и расправе и мјере о положају девизног курса);
- да се континуирано проводе мјере на стварању довољних контигената обучене радне снаге;
- да се обезбједи прихватљива инфраструктура;
- обезбјеђење услова за брзо, јефтино и функционално достављање inputa у производњу и услужне секторе;
- обезбјеђење могућности изградње функционалних производних капацитета;
- обезбјеђење локалних потенцијала, расположивост локалних партнера, комуникација и капитала у циљу повећања додатних inputa;
- да се обезбједи и друге мјере и механизми, својствени развијеним тржишним привредама.

Наведене мјере утичу на раст конкурентности предузећа у производњи и сектору услуга, доприносе расту извозних потенцијала и редукују потребе за увозним материјалима и услугама. Примјена ових мјера привлачи стране инвеститоре, који на домаће тржиште, уз капитал, доносе и

---

<sup>81</sup> Ентитетске владе и Савјет министара БиХ морају доносити економски оправдане, а не популистички мотивисане одлуке о неким дуговањима и обавезама из прошлости.

ново знање, нове вјештине, отварају нова тржишта, и што је најважније, уводе нови приступ у организовању производњи, пружању услуга и функционисању друштва у цјелини. Тако предузећа из БиХ и Републике Српске постају конкурентнија, како на домаћем тржишту, тако и у оквиру регионалне економске интеграције СЕФТА, те на свјетском тржишту.

### **Специфичности инвестиционе политике у туризму Републике Српске.**

Када је ријеч о специфичностима које прате ову дјелатност у Републици Српској, потребно је нагласити да је стање у овој области индентично стању у економији БиХ. Чак би се могло рећи, да је ситуација по основу инвестирања у ову област нешто лошија него у већини индустријских и услужних грана привреде. Томе доприносе стање и проблеми у сектору инвестиција у БиХ и Републици Српској (које је претходно наведено), али и неки специфични проблеми који се односе на наслијеђене структурне и инфраструктурне проблеме, дуговања и хронична неликвидност привредних субјеката из области туризма, недовољно (и често сезонско) коришћење расположивих капацитета, недостатак било каквих стимулација итд. Сво ово, уз неспорне природне предности и неискоришћене потенцијале, дестимулише домаће и стране инвеститоре. Због тога је неопходно, што прије увести организован и плански приступ у овој области, што не искључује потпуну примјену тржишних принципа и законитости.

### **Могућности прибављања капитала.**

У Републици Српској инвеститори могу користити класичне облике финансирања инвестиционих пројеката. Поред властитих расположивих средстава (улагања приватног капитала), могуће је користити и:

- **Кредите комерцијалних банака по важећим тржишним условима.**
- **Кредите Инвестиционо-развојне банке Републике Српске (ИРБ РС) по повољнијим условима од оних које нуде комерцијалне банке у Републици Српској и БиХ.** Треба нагласити, да је обим ових средстава ограничен.
- **Материјална улагања локалних заједница и концесије.** Овај облик улагања је био недовољно кориштен и садржи велике резерве.
- **Ослобађање од такса и других обавеза према друштвеној заједници локалног или републичког нивоа.**

Очигледно је, да се ради о класичној понуди капитала, карактеристичној за недовољно развијена тржишта. За озбиљне инвестиционе пројекте, посебно у области туризма, неопходно је укључити све облике модерног финансирања инвестиционих улагања који се примјењују у савременим тржишним привредама и додатно их стимулисати државним стимулацијама и подстицајима.

Уз промјену ширег инвестиционог амбијента, то ће створити повољне претпоставке за раст улагања у туризам и њему сродне привредне и услужне гране.

## **27.3. Политика побољшања квалитета и освајање нових производа у туризму**

Туристички потенцијали Републике Српске претпостављају квалитетан туристички производ, његову регионалну и локалну димензију.

Низак ниво туристичке развијености РС, мјерен обимом туристичког промета и финансијским ефектима, говори да могућности туризма нису довољно искориштене. Главна ограничења су:

- низак ниво иновативности у обликовању туристичког производа;
- споро прилагођавање савременим захтјевима туризма;
- неповољна образовна структура запослених у туризму;
- низак ниво квалитета услуга;
- неадекватна институционална организованост туризма;
- слаб маркетинг и сл.

Напредак у туризму приоритетно захтијева:

- развој нових тржишно занимљивих производа
- унапређење квалитета туристичког производа

Проблем квалитета у туризму проистиче из сложености туристичког производа. Да би се дошло до пожељног квалитета, нужно је дјеловати на квалитет сваког појединачног учесника, као и дестинације у цјелини.

Стално унапређење туристичког производа, нарочито у односу на конкурентске дестинације из окружења, чини један од сталних и најважнијих задатака свих учесника у туризму, нарочито туристичких организација.

#### **27.4. Политика развоја људских ресурса**

Анализа људских ресурса (кадрова у туризму) показала је мало учешће запослених у овој дјелатности у односу на укупан број запослених – свега 5,8% (2008. године). Такође, анализа је показала и неповољну образовну структуру стално запослених<sup>82</sup>.

Туризам као развојно стратешко одређење Републике Српске захтијева одговарајућу политику у области образовања и културе. **У вези с тим, неопходне су додатне инвестиције у развој институција, посебно високог образовања, како би се обезбиједила повољнија структура запослених у туристичкој дјелатности, те додатне инвестиције у програме обуке, едукације и сл.**<sup>83</sup>

##### **27.4.1.Образовање<sup>84</sup>**

##### **27.4.2. Култура**

Подстицај културном стваралаштву представља подстицај унапређењу туристичког производа и туризма туристичких дестинација РС.

Главни носиоци културе у туризму су:

- туристичке организације на различитим нивоима,
- привредни туристички субјекти,
- институције културе.

Финансијски подстицај унапређењу рада институција културе и туристичким привредним субјектима чини претпоставку организоване туристичке понуде и унапређења туристичког производа и развоја туризма Републике Српске.

##### **Приоритети финансијске подршке:**

- санација и рестаурација најзначајнијих споменика градитељског наслеђења
- санација и конзервација објеката етно архитектуре
- подршка културним манифестацијама од националног значаја
- подршка унапређењу културног рада етничких мањина

##### **27.4.3. Иновативност**

Иновативност у суштини подразумијева обогаћивање и унапређење туристичког производа. Сви учесници у туристичкој индустрији носе дјелимичну одговорност за ову димензију. Највећи допринос у том смислу требало би да дају непосредни понуђачи туристичког производа, у свим облицима туризма (планинском, бањском, еко туризму, ловном, авантуристичком, транзитном...) – а то су **туристичка предузећа**. У обликовању туристичког производа посредан утицај имају:

- туристичке организације
- туристичка друштва
- образовне институције (сфера високог образовања)
- субјекти привредног система

---

<sup>82</sup> Видјети поглавље 9. ове Стратегије.

<sup>83</sup> Дефинисано планом хитних мјера у туризму, поглавље 25.3. ове Стратегије.

<sup>84</sup> Кључни елементи дати у поглављу 9. ове Стратегије

- научно-истраживачке институције и сл.

Привредни субјекти туризма (туристичка предузећа) треба да преузму већу одговорност за садржај туристичког производа. У том циљу неопходно је ангажовати одговарајуће субјекте, користити позитивна искуства из окружења, пратити туристичку тражњу и трендове у туризму.

Туристичке организације на различитим нивоима, путем одговарајућих стручних тијела (савјета и сл.), треба да се континуирано баве проблематиком унапређења туристичког производа.

## 27.5. Политика маркетинга

Политика маркетинга у туризму представља скуп начела, принципа, правила и норми за прецизно вођење туристичких активности на свим нивоима туристичке привреде. Та начела значајно доприносе и олакшавају провођење стратегија у развоју туризма.

**Маркетиншка политика** на нивоу **националне туристичке организације /НТО/** дефинише кључне сегменте интегрисаног туристичког производа Републике Српске, почев од самог истраживања **емитивног и рецептивног тржишта**, до реализације **конкретних програма** за поједине елементе туристичке понуде који су у вези са креирањем и развојем туристичког имица (профила) Републике Српске. У оквиру **цјеновне политике маркетинга** на националном нивоу, дефинишу се односи понуде и тражње за туристичким услугама РС, уважавајући при томе неопходне елементе њене конкурентности на иностраном тржишту. Кроз **политику дистрибуције** на нивоу националне туристичке организације, дефинишу се **путеви и канали продаје** (дистрибуције) туристичких услуга према домаћим и иностраним туристима. У овом сегменту, **национална туристичка организација координише и контролише рад међуопштинских туристичких организација и локалних туристичких организација** у смислу да прати рад свих пружалаца туристичких услуга (стратегија квалитета), зарад јачања укупног туристичког имица земље. Сегмент **промотивне политике** унутар политике маркетинга националне туристичке организације обухвата све аспекте комуницирања (лични контакти, пропаганда, унапређење продаје, публицитет, односи с јавношћу, спонзорство, директни маркетинг итд.), како би што правилније на свим релевантним тржиштима представили како туристичку понуду (производе), тако и саму **националну туристичку организацију као институцију. У оперативном погледу**, националној туристичкој организацији у реализацији концепта маркетиншког комуницирања стоје на располагању бројна **средства /технике промовисања/** као што су: директни контакти преко државних и привредних представништава, клубова у дијаспори, директног контакта са јаким и организованим тур-операторима и агенцијама из великих свјетских градова, учешће на сајмовима и берзама туризма, презентација на спортским такмичењима у иностранству на којима учествују наши спортисти, анимирање медијске и других јавности у великим центрима, квалитетан интерактиван сајт националне туристичке организације, атрактиван промотивни материјал за поједине циљне групе на иностраном тржишту, итд.

Политика маркетинга на **нивоу међуопштинске туристичке организације /МТО/** такође обухвата принципе, начела и правила за вођење стратегија или под-стратегија. У креирању атрактивног (интегрисаног) туристичког производа МТО, учествују локалне туристичке организације, туристичке агенције из појединих општина (градова) са простора МТО, те институције културе, спорта, забаве, трговине и логистике. Сходно атрактивностима туристичког производа МТО дефинишу се и елементи вођења цјеновне политике туристичког производа МТО.

**Локалне туристичке организације (општинске и градске)** на нормама и начелима маркетиншке политике треба да повезују све релевантне учеснике у креирању туристичког производа једне општине (града). На основама повезивања и партиципације свих учесника (стејкхолдера) у координацији са НТО и МТО брине се о што успјешнијем компоновању разних видова интегралног туристичког производа. У ту интеграцију су укључене све институције образовног, културног и јавног живота локалне заједнице, те туристичке агенције, трговине, угоститељство, услужни сектор, НВО-и итд. Овакав принцип организованости и рада **локалне туристичке организације** и приступ креирању политике атрактивног туристичког производа подразумева интегрисаност свих сегмената (здравства, инфраструктуре, културе, спорта, екологије, образовања, привреде, телекомуникација, медија, итд.) који на било који начин дају контрибуцију или имају

бенефицију у вези са њеним активностима. Локална туристичка организација у координацији са МТО и НТО партиципира у свим активностима повезаним са подручјем које обухвата. При формирању цијена туристичких услуга на локалном подручју, локалне туристичке организације треба да обухвате ниво трошкова и користи, укључујући елементе тражње и конкуренције, тако да партиципира у директном остваривању добити од туристичких активности, како за локалну заједницу, тако и за Републику у цјелини. Сходно томе да активности локалне туристичке организације доприносе остваривању прихода свих нивоа и учесника у пружању разних услуга, па и туристичких, локална и републичка Влада би требало да у оквиру својих буџета предвиде и пројектују средства за развој и подршку дјелатности локалних туристичких организација. Поред мреже дистрибутивних канала које ће дефинисати МТО и НТО, локална туристичка организација има бројне могућности за реализацију одређених туристичких производа локалне заједнице, прије свега преко сестринских или побратимљених општина-градова, организација локалне заједнице у дијаспори, свих видова привредних, медицинских, образовних, научних, спортских, културних и др. видова сарадње и комуникације са иностранством, што може бити добра основа за формирање и развијање мобилне и употребљиве мреже испостава (представника) локалне туристичке организације на територијама које не покрива. У сарадњи са оснивачем (општина, град), а у координацији са МТО и посебно НТО, локална туристичка организација проводи принципе и начела промотивне, а тиме и маркетиншке политике у развоју туризма локалне заједнице. Полазећи од креирања и стабилизације тзв. промотивних константи (знак, лого, боја, стил), локална туристичка организација у сарадњи са осталим учесницима у промоцији туристичких производа локалне заједнице, прије свега туристичких агенција, путем разних облика тржишног комуницирања промовише туристичке вриједности своје заједнице. Користећи бројне електронске и штампане медије, интернет, промотивни материјал, личне контакте, учешће на сајмовима и туристичким берзама и осталим манифестацијама, туристичка организација има претпоставке за адекватно промовисање општине-града. Ту се додају бројна спонзорства и односи са циљним јавностима, све у правцу јачања туристичког имиџа.

**С обзиром на то да се ради о комуникацији са интерним и екстерним окружењем, принципи промотивне политике у склопу маркетиншке политике односе се на све учеснике који на директан или индиректан начин учествују у стварању туристичког производа локалне заједнице.**

## **28. ИЗВОРИ И СТРУКТУРА УЛАГАЊА**

### **28.1. Процјена обима и структуре инвестиција**

Процјене указују да се у туристички развијеним земљама за сваког новопридошлог туристу уложи око 500 €. Да би РС изборила повољнију позицију на пробирљивом туристичком тржишту улагања у туризам морају бити знатно већа. Улагања су неопходна у свим сегментима туризма (у инфраструктуру, супраструктуру, кадрове, маркетинг...).

С обзиром на недовољну развијеност домаће економије и отежавајуће финансијске могућности, улагања по једном новопридошлом туристу у РС могла би да износе око 500 КМ.

**На основу процјене да је могуће постићи увећање броја туристичких долазака за око 400 хиљада произилази да су потребна укупна улагања од око 200 милиона КМ.**

У следећим табелама су приказане процјене структуре потребних улагања и оквир могућих извора финансирања.

*Структура улагања била би:*

- смјештајни капацитети	55 %	(110 мил.)
- туристичка инфраструктура	38 %	(76 мил.)
- програмске активности	5 %	(10 мил.)
- маркетиншке активности	2 %	(4 мил.)

*Извори средстава били би приближно следећи:*



- властита средства инвеститора	25 %
- капитал финансијских тржишта (акционарство, финансијске корпорације, партнерство и слично)	25 %
- банкарски кредити	30 %
- финансијски подстицаји (буџет, таксе, порези и слично)	20 %

Процена обима и структуре инвестиционих улагања односи се на десетогодишњи период, рачунајући од прве године почетка примјене Стратегије. Претходни подаци и подаци из Акционог плана хитних мјера указују на усклађеност дугорочног периода и времена потребног за хитну реализацију најнеопходнијих мјера. Очигледно је да се за хитне мјере планира нешто више од 20 милиона КМ, што представља око 10% укупних десетогодишњих улагања. Исто тако, видљиво је да у хитним мјерама нису предвиђени већи инвестициони захвати, прије свега улагања у изградњу већи смјештајних капацитета. Та улагања су могућа тек послје неколико година имплементације Стратегије, што не значи да се у другој половини десетогодишњег периода неће наставити с подстицајима развоја оних облика туризма који се подстичу хитним мјерама.

## 29. КЉУЧНИ СУБЈЕКТИ И ЊИХОВЕ УЛОГЕ У ПАРТНЕРСКОМ МОДЕЛУ ВОЂЕЊА ТУРИСТИЧКЕ ПОЛИТИКЕ РС

Туризам је повезана и интегрисана активност. У провођењу свеобухватне туристичке политике неопходна је сарадња свих субјеката у туристичкој дјелатности, јавног, приватног и цивилног сектора.

### Секторска сарадња у процесу развоја

СЕКТОР	ОСНОВНА ДЈЕЛАТНОСТ	ГЛАВНЕ ОСОБИНЕ
ЈАВНИ	<i>Владавина права кроз:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стварање оквира за економска, политичка и социјална права и генерисање политичке воље за развој</li> <li>• Доношење прописа и стандарда – успостављање механизма за поштовање међународних обавеза</li> <li>• Обезбјеђивање јавних служби за задовољавање основних потреба и права</li> </ul>	Главни покретач су „права“. Јавни сектор обезбјеђује приступ, информисаност, стабилност и легитимитет
ПОСЛОВНИ	<i>Инвестирање у промет кроз:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Креирање добара и услуга</li> <li>• Пружање економских могућности, иновација и обезбјеђивање економског раста</li> <li>• Остваривање максималних профита за инвеститоре како би се обезбједиле нове инвестиције за нова улагања</li> </ul>	Њихов главни покретач је „профит“. Пословни сектор је инвентиван, продуктиван, веома фокусиран и брзо реагује
ЦИВИЛНО ДРУШТВО	<i>Друштвени развој кроз:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Пружање могућности за индивидуални развој и креативност</li> <li>• Пружање подршке и услуга онима који су угрожени или искључени из главних догађања у друштву</li> <li>• Поступање у својству чувара општег</li> </ul>	Њихов главни покретач је „вриједности“. Цивилно друштво брзо реагује, оно је гласно, инклузивно и маштовито

Партнерски модел управљања туристичком политиком и одрживим развојем туризма подразумева свеобухватну и широку сарадњу свих сектора. Секторски приступи показали су се неодрживим. Радећи одвојено различити сектори урушавали су систем одрживости.

### 29.1. Партнерски модел организованости туризма у Републици Српској

Партнерство јавног и приватног сектора је основ одрживом моделу туризма на свим нивоима функционалне организације: републичком, међуопштинском, општинском. Укључује сљедеће субјекте:

- Владу Републике Српске;
- Туристичку организацију Републике Српске (ТОРС);
- Привредну комору Републике Српске;
- Пословне субјекте у туризму;
- Туристички савез Републике Српске и друга јавна и цивилна интересна организовања.

На локалном (општинском) и међуопштинском нивоу партнерство у туризму чине:

- Локалне управе (општине);
- Међуопштинске туристичке организације (МТО);
- Предузећа у туризму и њихове интересне заједнице, привредне коморе, интересна организовања у туризму и сл.
- локална и остала туристичка удружења (туристичка друштва, јавна и цивилна интересна организовања и сл.

## 30. УЛОГА ВЛАДЕ И ОСНОВНЕ МЈЕРЕ

Влада Републике Српске и Министарство трговине и туризма су главни носиоци Стратегије развоја туризма у РС. Дефинишу визију и стратешке циљеве, утврђују политику развоја, врше избор мјера и инструмената за подстицај развоја,

у свајају годишњи план активности. Њихово дјеловање остварује се на три нивоа:

- **системском**
- **подстицајном и**
- **промотивном.**

#### Системска дјеловања:

- доноси стратешке докуменате развоја (стратегије, мастер планове, развојне политике, програме развоја и сл)
- води макроекономску политику (буџетску, монетарну, фискалну)
- дефинише законски оквир развоја туризма

#### Подстицајна дјеловања:

- туристичким субјектима у унапређењу туристичког производа
- локалној заједници у изградњи туристичке и комуналне инфраструктуре
- невладиним организацијама и удружењима у сврху промоције и подршке развоју туризма.

#### Промотивна дјеловања

- промоција туризма на домаћем и међународном тржишту
- унапређење информационах технологија у туризму

У циљу бржег развоја и унапређења туризма неопходно је из буџета РС обезбиједити средства за:

- учешће у финансирању израде одговарајућих просторних планова туристичких простора, програма развоја туризма и урбанистичких планова туристичких мјеста;

- учешће у финансирању промотивних активности туристичких простора и туристичких мјеста у земљи и иностранству;
- учешће у финансирању пројекта заштите животне средине и културне баштине туристичких простора и туристичких мјеста;
- унапређење туристичке инфраструктуре.

## **31. УЛОГА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ РС И ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА ОПШТИНА**

---

### **31.1. Туристичка организација Републике Српске - ТОРС**

Туристичка организација Републике Српске је јавна установа која обавља послове на промоцији и унапређењу туризма у земљи и иностранству. У том циљу обавља промотивне, програмске и координаторске активности.

#### ***Промотивне активности ТОРС-а:***

- утврђује и реализује програме туристичке информативно – пропагандне дјелатности Републике Српске у земљи, тако и у иностранству;
- обезбјеђује информативно – пропагандна средства за промоцију туристичких вриједности Републике Српске (издавачка дјелатност, огласна и аудиовизуелна средства, односи са јавношћу, наступи на сајмовима, специјализованим туристичким приредбама и манифестацијама, информативна дјелатност и друга промотивна средства);
- обезбеђује информативно-пропагандна средства којима се промовишу туристичке вриједности Републике Српске;
- утврђује јединствене стандарде у туристичко-информативним центрима.

#### ***Програмске активности ТОРС-а:***

- доноси Стратегију промоције туризма РС;
- обједињавање туристичке понуде Републике Српске и предузима мјера и активности на креирању туристичког производа и туристичког имица;
- предузима активности на побољшању квалитета туристичког производа РС;
- сарађује на пословима стандардизацији и класификације туристичког производа;
- прати стања на туристичком тржишту с циљем позиционирања туристичког производа у иностранству;
- прати кретања на домаћем и иностраним тржиштима од интереса за информативно-пропагандну дјелатност Републике Српске;
- предузима мјере и активности на развоју и промоцији туристички неразвијених дијелова Републике Српске;
- обавља и друге програмске активности у земљи и иностранству, самостално или уз сагласност надлежног министарства, од значаја за туризам РС.

#### ***Координаторске активности ТОРС-а:***

- даје мишљења на планове и програме туристичких организација РС;
- утврђује смјернице у изради планова и програма рада туристичких организација;
- координира промотивне активности туристичких субјеката;
- усмјерава и координира иницијативе и активности привредних субјеката и других организација на формирању и пласману туристичког производа;
- координира и обједињава промотивне активности туристичких предузећа, носилаца промотивне активности на нивоу општина, односно градова и других субјеката у области туризма у циљу спровођења јединствене политике развоја туризма и његове промоције на домаћем и иностраним тржиштима;

- сарађује са националним туристичким организацијама у другим земљама, међународним и регионалним организацијама у области туризма и предузимање мјера за укључивање Републике Српске у мултинационалне и друге програме развоја и промоције туризма.

ТОРС обавља и друге активности, самостално или уз сагласност надлежног министарства, које могу допринијети промоцији и унапређењу туристичког производа и туризма РС.

### **31.2. Туристичке организације општина /туристичке организације градова**

У циљу валоризације, очувања и заштите туристичких вриједности на територији општине у оквиру својих права и дужности у области туризма обезбјеђују:

- израду програма развоја туризма и одговарајућих планских аката у складу са прописом о планирању и уређењу простора, за туристичка мјеста на територији општине, односно града;
- унапређење општих услова за прихват и боравак туриста у туристичким мјестима (комунално опремање и одржавање, подстицање изградње спортскорекреативних и других пратећих садржаја јавног карактера од интереса за туризам и др.);
- усмјеравање и координацију активности носилаца туристичке понуде на обогаћивању и подизању нивоа квалитета туристичких и комплентарних садржаја и стварању атрактивног туристичког производа у туристичким мјестима;
- организовање туристичке информативно-пропагандне дјелатности, културних, спортских и других манифестација од интереса за унапређење туризма општине, односно града;
- општина, односно град усклађује своје програмске активности на организовању туристичке информативно-пропагандне дјелатности са програмима рада ТОРС-а.

Локална самоуправа може основати локалну туристичку организацију која ће радити на промоцији локалних туристичких вриједности, обликовању локалног туристичког производа, унапређењу туризма на локалном нивоу, унапређењу животне средине, јачању сарадње са владиним и невладиним организацијама у циљу унапређења туризма и сл.

### **31.3. Међуопштинска туристичка организација /МТО/**

Организација и развој туризма на **међуопштинском** моделу, по логици ствари, подразумијева непосредну заинтересованост свих учесника (свих општина у оквиру МТО) у кориштењу простора, усаглашавање њихових интереса и концепт јавно-приватног партнерства. МТО је носилац дестинацијског менаџмента и маркетинга.

Данас, на глобалном туристичком тржишту умјесто конкуренције појединачних туристичких понуђача преовлађује конкуренција туристичких асоцијација /кластера/. Пракса развијених туристичких земаља показала је предност кластера у односу на појединачне наступе. Обликовањем интегралног туристичког производа МТО постаје конкурентнија дестинација, а општине у њеном саставу постају дио јединственог туристичког производа.

## **32. УЛОГА ЛОКАЛНИХ ЗАЈЕДНИЦА**

---

Локална заједница има кључну улогу у стварању повољног амбијента за развој туризма. Кључне претпоставке тичу се:

- стратегија развоја на нивоу локалне средине, општине односно града;
- усвојених политика развоја;
- постојећег нивоа просторне уређености и функционалног развоја;
- социо-економске развијености;
- културног амбијента;
- спознаје локалног становништва о могућностима туристичке привреде.

Улога локалне заједнице (органа власти, привредних субјеката, институција културе и образовања, владиних и невладиних организација и разних удружења) претпоставља одговоран однос према основним вриједностима, здравом животу и здравој животној средини. Такав однос подразумејева унапређење квалитета животног простора, што у ствари и чини претпоставку одрживом туризму. С тим у вези проистичу и задаци субјеката локалне заједнице, посебно органа локалне власти.

### **33. УЛОГА НВО И РАЗНИХ УДРУЖЕЊА**

---

У савременом свијету невладине организације имају све већу улогу у артикулацији интереса цивилног друштва и основних људских права. Основни захтјеви тичу се заштите животне средине, уравнотеженог развоја, заштите од насиља и сл. На локалном нивоу битно утичу на органе власти, носиоце активног живота и развоја.

#### **Оквир рада НВО од кључног значаја за развој и унапређење туризма:**

- активно учешће у дефинисању националних, регионалних и локалних развојних пројеката;
- успостава система одговорности на различитим нивоима власти и одлучивања;
- транспарентност рада органа власти;
- утицај на медије;
- утицај на политику и политике развоја;
- промоција туризма;
- улога туризма у очувању животне средине
- улога туризма у социо-економском напретку.

### **34. УЛОГА ПРИВРЕДНИХ СУБЈЕКТА**

---

Привредни субјекти (предузећа, јавне институције и приватни сектор) су носиоци привредног развоја. Тај развој има функционалну и просторну димензију, директан или посредан утицај на животну средину, друштвене процесе, културни амбијент и сл.

Кључни значај привредних субјеката на развој туризма подразумејева одговоран однос према животној средини.

Једну од компоненти развоја, на свим нивоима територијалне организације простора, чини и туризам. Како одржив развој подразумејева усаглашен привредни, социјални и еколошки развој, кључна улога привредних субјеката подразумејева:

- успоставу одрживих модела економског развоја;
- усаглашен развој са осталим корисницима простора;
- развој дефинисан просторно-планерским документима;
- поштовање еколошких стандарда.

Привредни субјекти, у својству активних корисника простора, дужни су подржавати фундаментална истраживања у области животне средине, издвјати средства која ће бити подстицајна програмима уређења и заштите животне средине. Поменута и слична питања имају законску форму и правни оквир.

Интересе привредних субјеката, тиме и сектор туризма, заступа **Привредна комора Републике Српске** са задатком да:

- унапређује интереса предузећа из сектора туризма и угоститељства у односима са органима законодавне и извршне власти;
- покреће иницијатива за измјену и допуна законских рјешења;
- учествује у изради документа економске политике ;
- сарађује са различитим образовним институцијама у циљу развоја и унапређења кадрова у туризму;
- обезбјеђује пословну сарадњу са ино партнерима;

- промовише туризам на иностраном туристичком тржишту;
- учествује у различитим пројектима с циљем унапређења туристичке понуде, промоције и развоја туризма РС;
- учествује у организацији различитих манифестација, сајмова и сл.

## 35. УЛОГА МЕДИЈА

Медији су незамјенив облик промоције туристичког производа на туристичком тржишту, важан фактор у вођењу политике туризма и укупног развоја, средство комуникације с јавношћу. Битно утичу на повећање свијести о улози туризма у развоју и унапређењу социо-економског стања, културе живљења и сл. Медији су кључни извор информација за поједине циљне групе. Доприносе унапређењу одговорности према животној средини, одговорности учесника у туристичком промету, одговорности даваоца услуга и сл.

Изградња добрих односа са медијима подразумева познавање медијске сцене, политику медија, њихов рејтинг, утицај у јавности и сл. Сарадња са медијима, писаним, електронским и др. намеће се као потреба, па је тако треба и вредновати.

Медији су средство за различита саопштења, екстерно комуницирање, у функцији су маркетинга и менаџмента туристичких дестинација. У одређеним случајевима могу имати и негативне утицаје на развој туризма и укупан друштвено-економски и културни развој. Одговоран однос према медијима мора се третирати као незаобилазан фактор развоја и унапређења туристичке привреде.

## 36. СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА ТУРИСТИЧКИХ ДЕСТИНАЦИЈА РС (развојни модел МТО као основа за израду мастер планова за дефинисана подручја)

### 36.1. Стратегија развоја МТО

С обзиром на комплексност и специфичност туризма и туристичке индустрије, као и самог туристичког производа, у оквиру генералне стратегије туризма Републике Српске неопходно је поставити смјернице стратегијског развоја појединачних туристичких дестинација. То се прије свега односи на развојне моделе, који у принципу морају бити у складу са генералном стратегијом туризма Републике Српске али и специфичностима појединих дестинација, што подразумева постављање специфичних стратегија дате дестинације. Један од кључних принципа одрживог туристичког развоја којим смо се руководили у изради стратегија, а што је неопходно узети у обзир на локалном и осталим нивоима функционалне организације, јесте укључивање локалне заједнице и других интересних група у туристичком планирању и развоју. Потребно је подсетити и на то да за разлику од већине других економских активности, размјена туристичке понуде и потражње у већини случајева одвија се у мјесту креирања саме понуде. Ову чињеницу често занемарују институције одговорне за политику економског развоја и туристичког планирања.

*Дугорочни циљ стратегије, посебно на дестинацијском нивоу, јесте да пружи основу за успостављање одрживог система који ће пружити подршку локалној заједници, индустрији и представницима јавног сектора у планирању и развоју туризма и других развојних иницијатива у дестинацији.*

### 36.2. Кључни циљеви стратегије туризма МТО

#### Кључни циљеви стратегије туризма на дестинацијском нивоу

- Постављање јаснијих праваца за све интересне групе, посебно оних задужених за развој туристичке дестинације;
- Јасна идентификација улоге различитих локалних и централних Владиних агенција у подржавању туризма дестинације у циљу успостављања ефикаснијег система одлучивања у погледу коришћења ресурса и регулисања туристичких активности;

- Успостава институционалне инфраструктуре на дестинацијском нивоу са нагласком на међуопштински туристичку организацију (МТО) као координатора свих туристичких активности у дестинацији;
- Дефинисање концептуалних модела за туристички развој и планирање, дестинацијски менаџмент и маркетинг;
- Идентификација приоритета и смјерница у дестинацији.

### 36.3. Организација и управљање МТО

У овој фази тешко је утврдити коначну организациону и управљачку структуру потенцијалних МТО у Републици Српској. Поред велике вјероватноће усаглашавања жеља појединих заинтересованих страна у оквиру појединачних МТО, остаје проблем финансирања тих активности, поготово у економски и туристички слабије развијенијим просторима. Стратегија ће понудити општи модел управљања као и финансирања тих активности за краћи временски период. За одрживост финансирања и ефикасно функционисање дестинацијског менаџмента предложена је управљачка структура са кровном туристичком организацијом на челу (**међуопштинска туристичка организација - МТО**), која треба активно да ради на развијању партнерства са приватним и јавним сектором али са тачно утврђеним принципима у оквиру формалног уговора. Осим потенцијалних МТО-а и формалне организације одговорне за економски развој такође би требало да развијају ефикасније формалне партнерске односе са циљем боље координације појединачних напора и ресурса у сврху унапређења људских ресурса, развоја производа и промоције инвестирања.

#### Кључни приједлози за организацију и управљање МТО

ПРИЈЕДЛОЗИ		ВРЕМЕНСКИ ОКВИР
1.	<p>Менаџмент и маркетинг дестинације (МТО) базираће се на принципима понуђеног модела који формулише следеће:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Улогу и одговорност свих актера у простору МТО који учествују у имплементацији стратегије</li> <li>• Смјернице одговорним институцијама за дефинисање политике развоја</li> <li>• Смјернице приватном сектору у погледу приоритета развоја туристичког производа и развојних могућности, те указивање на проблеме дуплирања.</li> </ul>	2010–2011.
2.	<p>Структура, управљање и финансирање туристичких активности на локалном и осталим нивоима организације (МТО, републички ниво) у многоме ће зависити од структуре и организације локалне управе која би требало да буде окосница наведених активности у туризму. Међутим, овај приступ не искључује могућност усвајања модела добре праксе који подразумевају иновативност у погледу организације и креирања додатних извора финансирања путем комерцијалних активности и <i>joint venture</i> између јавног и приватног сектора у оквиру и изван појединих МТО . Детаљније у наредним дијеловима текста.</p>	Од 2011.
3.	<p>Анализа економских ефеката сектора туризма у оквиру туристичке регије:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Учешће сектора у БДП регије у поређењу са другим привредним секторима,</li> <li>• Процјена релативне користи од туризма за поједине општине.</li> </ul> <p>Ово је потребно из разлога да се тестира ниво финансирања туризма од стране појединих општина као и анализирају туристичка кретања и њихови економски ефекти између општина у оквиру регије. То укључује све економске активности које су у вези са туризмом, директне и индиректне користи (нпр. ресторан у Бањој Луци користи добављаче из Приједора). Ове информације могу послужити за креирање модела за мониторинг туристичких активности у МТО.</p>	2010–2011.

4.	Успостављање јединствене базе података на нивоу МТО, а у складу са методологијом ТОРС-а. Постојећа методологија је некомплетна и фрагментирана. Ефикасније коришћење информационе технологије и адекватних система, укључујући ГИС (географски информациони систем).	2010–2011.
5.	Направити детаљну анализу центара за информисање туриста у сврху утврђивања могућности сарадње (развој такозваног менаџмент-информационог система – МИС) са ефикаснијом употребом интернета.	2010 – 2011.
6.	Веће коришћење експертских услуга за унапређење туристичког планирања и развој туристичких производа: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Успостављање програма за туристичке фирме и јачање њихових конкурентских способности, иновативних бизнис модела итд.</li> <li>• Блиска сарадња са развојним агенцијама на нивоу РС и МТО укључујући Привредну комору РС, а све у циљу израде регионалне стратегије туризма.</li> </ul>	2011. и даље
7.	Организовање и управљање специјалним догађајима, као што су културне и спортске манифестације, које захтијевају радикалне реформе и већу координацију на нивоу РС и шире. МТО би требало да има водећу улогу у овом дијелу туристичке понуде и у дефинисању адекватних модела.	2011. и даље
8.	Свака општина (локална влада и друге организације које су у вези са туризмом) требало би да донесе правну одлуку која се односи на политику развоја туризма са јасном улогом локалне управе у туристичком планирању и развоју.	2010–2011.
9.	Формирати туристичке акционе групе (ТАГ) до оснивања МТО, која ће пратити имплементацију и давати потребне смјернице. Активност ТАГ-а ће зависити од механизма усвојених за имплементацију стратегије.	2011.

Кључни приједлози Стратегије развоја туризма Републике Српске 2011–2020. послужили су за идентификовање примарних стратешких циљева потенцијалних МТО. У томе је посебно наглашена улога локалне управе у сектору туризма и неопходна сарадња са МТО у домену менаџмента и маркетинга дестинације.

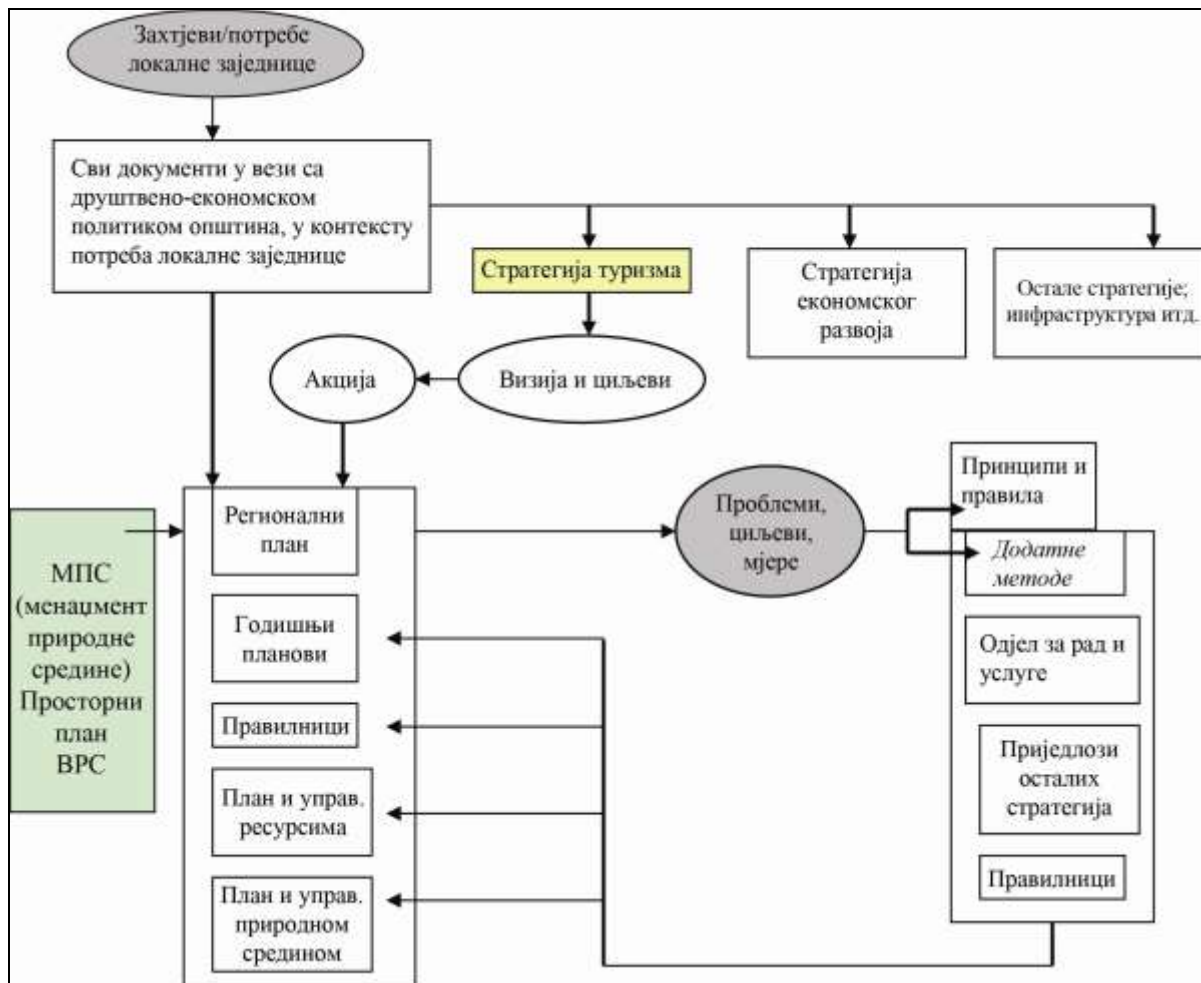
#### 36.4. Улога локалне управе у туристичком развоју и планирању

**Крајњи циљ:** Упознавање представника локалне управе и других заинтересованих страна на локалном/регионалном нивоу са природом и важношћу сектора туризма, принципима његовог одрживог развоја те њихове улоге и обавеза у том процесу.

Упутство или концептуални оквир који је развила **Vesa** консултантска група погодан је за савремени приступ планирања одрживог туристичког развоја гдје је заступљен високи ниво партиципације свих заинтересованих страна. Иако се имплементација **Vesa** оквира у великој мјери реализује на општинском нивоу, интеракција у оквиру МТО се често не може заобићи јер то намеће природа сектора туризма чија инфраструктура, природни ресурси и активности излазе из граница поједине општине. То је посебно карактеристично за РС и њене туристичке просторе. На примјер, тешко је замислити реализацију стратешких циљева развоја туризма Града Бања Лука без плана који ће ускладити активности свих општина потенцијалне Бањалучке МТО. С обзиром на важност природних ресурса и животне средине, и чињеницу да не постоји Владина институција одговорна за заштиту и управљање животном средином на неком нижем нивоу територијалне организације од републичког и већем од општинског, неопходна је чвршћа сарадња између општина у овој домени њихових одговорности, а уз помоћ релевантних Владиних институција РС (*Фонд за заштиту животне средине, Министарство за просторно планирање, грађевинарство и екологију*). Коначна верзија Просторног плана РС до 2015. године, између осталог, поставила је и конкретне смјернице за ефикаснију заштиту животне средине, што је свакако један од кључних принципа одрживог развоја туризма у РС.



Графикон 10. Инструменти (концептуални оквир) локалне (међуопштинске) управе за планирање у туризму



Извор: Vesa consulting group, 2006.

Док претходни концепт дефинише шири институционални контекст и улогу појединих институција на општинском нивоу у туристичком планирању и развоју у складу са просторним планирањем и заштитом животне средине, следећи модел (Графикон 11) нуди концептуални приступ за израду стратегије туризма једне потенцијалне МТО која у свом саставу има више општина са својим развојним стратегијама, укључујући и мастер планове туристичког развоја. Кључна снага модела јесте његов интегрални приступ развоју туризма уз учешће свих заинтересованих страна, директно или преко представника, без обзира на структуру управљања и финансирања. Ово је наравно генерични модел и не укључује специфичне елементе појединих МТО с обзиром на чињеницу да се потенцијалне МТО разликују по величини, организацијској и управљачкој структури општина. Централни елеменат стратегије туризма МТО јесте **дестинацијски менаџмент**, са фокусом на функцију маркетинга.

Графикон 11. Интегрални модел стратегијског развоја туризма МТО



**Наведени приступ стратешком планирању туристичког развоја МТО дефинише:**

- смјернице за све заинтересоване стране, посебно оне директно одговорне за поједине активности које МТО не може контролисати,
- улогу локалне управе и свих организација укључених у развој туризма,
- платформу за стратешко одлучивање у погледу инвестирања у туристичке атракције и инфраструктуру (нпр. природне атракције, кампинг мјеста) на нивоу МТО,
- потребу за ефикаснијом сарадњом свих актера у туристичкој индустрији, укључујући центре за информисање туриста, што у исто вријеме подразумијева ефикасније коришћење финансијских средстава јавног сектора, као и већу транспарентност његових активности,
- смјернице за планирање кључне инфраструктуре на нивоу МТО, укључујући јавни превоз, управљање отпадом и др.,
- смјернице за ефективније и ефикасније планирање и развој туристичког производа и осталих активности у вези са маркетингом, чиме се, између осталог, постиже већа рационализација трошкова и индивидуалних напора.

**36.5. Институционална инфраструктура МТО**

**Крајњи циљ: Успостављање ефикасне институционалне инфраструктуре МТО**

Једна од кључних слабости туризма РС јесте **недостатак адекватне институционалне инфраструктуре**. Формирањем међуопштинских туристичких организација и успостављањем мреже информативних центара ријешено би се проблем координационе и информативне неусклађености туристичких активности у оквиру дефинисаног туристичког простора.

(Графикон 12).

Графикон 12. Локална или међуопштинска инфраструктура



### 36.5.1. Међуопштинска туристичка организација (МТО)

Иако дефинисане у поглављу 16.2. ове Стратегије, због изузетно важне улоге у организацији туризма, **међуопштинске туристичке организације (МТО)**, неопходно је додатно објаснити. Очигледна комплексност туристичког развоја и планирања на средњем нивоу (МТО) захтијева ефикасност у координацији великог броја активности као и балансирање испреплетених интереса бројних заинтересованих страна или такозваних *stakeholders*. Досадашња искуства успјешних туристичких дестинација широм свијета (Шкотска, Аустралија, Нови Зеланд, Хаваји, Канада), показала су да је организације туризма на средњем нивоу, аналогно потенцијалним МТО у Републици Српској, најбоље институционално рјешење за координисање кључних активности у туризма.

На основу тога предлаже се формирање МТО, гдје ће општине заједно са туристичком индустријом бити главни извор њиховог финансирања. Међународна искуства су такође показала да не постоји јединствен *benchmark* за МТО, чија су структура, одговорности и обим дјеловања одређени дестинацијом коју представљају.

Без обзира на појединачна рјешења у Републици Српској, **улога МТО своди се на сљедеће функције:**

#### Улога МТО – функције:

- координацију туризма у оквиру простора МТО са јавним и приватним сектором и туристичком индустријом. Ово често укључује велики број активности као што су усклађивање стратегије туризма са стратегијом економског развоја, консултације у вези са унапређењем опште и туристичке инфраструктуре и др.
- маркетинг са фокусом на промотивне активности (страно и домаће тржиште) и израду промотивног материјала, укључујући туристичке брошуре које се излажу у инфо-центрима и другим погодним мјестима без финансијске надокнаде,
- промоцију МІСЕ (meetings, incentives, conventions, and events – састанци, подстицаји, конференције и манифестације) индустрије.

Поред наведених активности, МТО су активне и у другим аспектима дестинацијког менаџмента, укључујући: стратешко планирање; израду петогодишње стратегије туристичког развоја; израду годишњег маркетинг-плана; планирање активности у домену МІСЕ сектора; планирање финансирања туристичких активности; истраживање тржишта, као и помоћ туристичким оператерима<sup>85</sup> у развијању пословних способности и производа. Обједињавање расутих и некоординираних активности са туристичким развојем под регионални *кишобран* звани МТО свакако је важно за будући развој туризма РС.

Улога МТО у РС би такође била важна у домену унапређења пословних способности туристичких фирми. Комплексност и динамика туристичке индустрије, у којој преовладавају мала предузећа са ограниченим могућностима у погледу финансијских средстава, иновација и регрутовање квалификованих кадрова, захтијевају континуирану подршку јавног сектора путем различитих програма са циљем унапређења њихових пословних способности, гдје би улога МТО, као

<sup>85</sup> Термин *оператер* у контексту овог документа је синоним за фирму или предузеће.

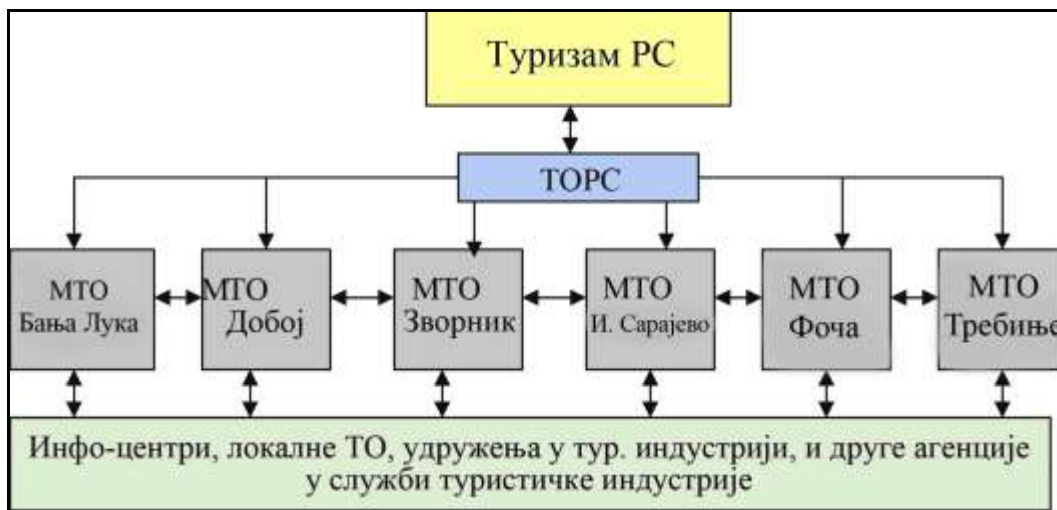
координационе организације, била пресудна (Графикон 13).

Едукација локалног становништва и мониторинг односа према клијенту и мониторинг укупног учешћа локалног становништва у туристичкој дјелатности, једна је од задаћа пред будућим међуопштинским туристичким организацијама (МТО). Мониторинг подразумијева стандардизован упитник, дистрибуиран према даваоцима туристичких услуга, и одговор на постављена питања од стране корисника (туриста). Циљеви овог дијела дестинацијског менаџмента треба да осигурају:

- сталну добродошлицу гостима,
- већи утицај локалног становништва на локалну власт у циљу унапређења туристичке привреде,
- промоцију туризма као избора /дјелатности/,
- активност локалног становништва на плану маркетинга,
- веће учешће локалног становништва у туристичком промету.

У складу с наведеним МТО ће направити план активности.

Графикон 13. Могући модел институционалне инфраструктуре међуопштинских туристичких дестинација РС



### 36.5.2. Финансирање МТО

С обзиром на значајну улогу у туризму појединих МТО, главни извор финансирања треба да се обезбјеђује из буџета општина (од 65 до 75%), чије ће учешће зависити од учешћа туристичког сектора у укупном бруто доходу поједине општине, као и релативно учешће туристичког прихода појединих општина у укупном туристичком приходу регије. Други извори финансирања МТО су приватни сектор – различитим облицима партнерства; комерцијалне активности МТО као што су приходи од резервација, електронски бизнис и сл. Донације и пројекти ЕУ могу да буду значајни извори финансирања МТО, зависно од њихових организационих и управљачких способности. Финансирање на бази добровољног чланства туристичких оператера може да буде додатни извор финансирања МТО. Та пракса у свијету се показала доста ефикасном.

*Приједлози дати у овом документу остављају довољно простора за будућу расправу свих представника заинтересованих страна укључујући чланове ОТО (општинских туристичких организација) у свакој појединој МТО у вези са структуром, организацијом и моделом финансирања.*

У следећој табели је приказана генерична структура МТО, иако ће њихова будућа организација зависити од величине, административне и географске комплексности, као и важности самог

туризма и прваца његовог развоја.

### Организациона структура МТО

#### **Управни одбор**

- Директор и замјеник,
- Чланови (између четири и шест). Пола чланова бирају општине, а другу половину главни финансијери (приватни сектор – велике компаније).

#### **Оперативни дио**

- Менаџер (извршни и за промоцију),
- Један запослени за информисање,
- Један запослени за администрацију,
- Координатор инфо-центра (за оне МТО који у свом саставу имају инфо-центар),
- Волонтери (студенти, пензионери, оператери итд.).

### 36.5.3. Центри за информисање туриста – Info centers (IC)

**Крајњи циљ: Формирање мреже IC у РС** по моделу добре праксе успјешних дестинација.

Центри за информисање туриста (у наставку IC) такође су важан дио туристичке инфраструктуре у дестинацији, што је још једна **слаба карика у ланцу вриједности туризма РС**.

Генерално, IC имају велику улогу не само у информисању туриста него и у дестинацијском менаџменту, посебно у маркетингу. Активности, као што су прикупљане информација о туристима и праћење њихових активности, промоција, интеракција са оператерима и помоћ у развоју производа и њиховог квалитета, саставни су дио пословања сваког IC.

#### **Организација и финансирање IC**

Једна од могућности: IC-ри могу да буду организациона јединица МТО или локалне туристичке организације за оне општине које се одлуче на такво рјешење; у саставу институције или организације за управљање природним ресурсима, националним парковима и слично. Владине агенције/организације могу такође да буду додатно рјешење за успостављање система информисања туриста и других учесника у туризму. Такав је примјер Новог Зеланда, гдје постоји владина агенција за заштиту и очување природне средине и националног наслеђа (**DoC** – department of Conservation<sup>86</sup>). Мрежа DoC IC је од велике важности за туризам земље не само у погледу информисања него и едукације свих корисника природног и историјског богатства земље.

#### **Кључне препоруке:**

- Формирање адекватног броја IC у свакој МТО који су лоцирани на видљивим мјестима;
- Направити ефикасан модел финансирања (јавни сектор, донације<sup>87</sup>) са нагласком на самофинансирање комерцијалним активностима;
- Формирање мреже инфо-центра у МТО који је дио мреже на нивоу РС, уз помоћ информационих технологија и Интернета;
- Израдити план регионалног IC који ће бити у складу са инфо-мрежом РС;
- Утврдити улогу IC у имплементацији стратегије туризма до 2020 године;
- Повећати број активности IC;
- Утврдити јединствену политику IC;
- Планирати запошљавање адекватних кадрова и формирати листе могућих волонтера (студенти, пензионисани, туристичких радници и слично) ;
- Централизовати базу података и систем резервација;
- Промовисати улогу IC међу операторима и локалним становништвом са нагласком на њихов вишеструки значај.

<sup>86</sup> - <http://www.doc.govt.nz> ).

<sup>87</sup> Ово може да буде један од пројеката према фондовима ЕУ

## 36.6. Пословно планирање МТО

**Крајњи циљ:** постављање концептуалне основе / плана позиционирања МТО РС

У циљу адекватног позиционирања појединих МТО на домаћем и страном тржишту и реализације стратешких циљева, неопходна је израда детаљног пословног бизнис плана, што је у домену **дестинацијског менаџмента**. Овај процес укључује:

- анализу свих релевантних фактора на домаћем и страном тржишту,
- консултације,
- континуирано истраживање,
- постављање циљева, метода и евалуације.

Овај концепт, за разлику од интегралног модела (*Графикон 14*), дефинише елементе који непосредно утичу на успјех сектора туризма у МТО.

*Графикон 14. Бизнис план МТО*



Највећи дио активности идентификованих у моделу бизнис плана односи се на активности маркетинга, који заузима централно мјесто у стратегији туристичке дестинације. Ово је уједно и једна од највећих **слабости туристичке индустрије РС** – због дезинтегрисаности маркетиншких активности, неконзистентности у методологији прикупљања података и њихове анализе, неусклађености туристичких производа и циљних група, неефикасне употребе информационо-комуникационих технологија и предности које нуди Интернет у сфери маркетинга, као и други аспекти електронског бизниса.

Услов за све активности у вези са дестинацијским менаџментом и маркетингом јесте континуирано истраживање и мониторинг.

## 36.7. Дестинацијски маркетинг

**Крајњи циљ:** Успостављање система интегралног дестинацијског маркетинга за све МТО

Појам дестинацијског маркетинга је широк и обухвата велики број активности које се односе на истраживање, мониторинг, промоцију и друге активности у домену повезивања туристичке размјене у простору МТО.

**Кључни циљев дестинацијског маркетинга односе се на:**

- Истраживање тржишта и мониторинг свих туристичких активности у дестинацији;

- Развијање брэнда МТО који ће бити коришћен досљедно, али и иновативно, у свим маркетиншким кампањама;
- Ефикасније коришћење информационе технологије у цијелом систему маркетиншких активности и свих представника туристичке индустрије;
- Повећање дневне потрошње посјетилаца са нагласком на доминантну групу;
- Подстицање дужег боравка и задржавања посјетилаца у простору МТО;
- Повећавање маркетиншке сарадње изван простора МТО;
- Развој туристичког производа.

### 36.8. Истраживање и мониторинг

**Крајњи циљ: Успостављање јединствене методологије за истраживање и мониторинг свих МТО РС**

Као што смо већ констатовали, **истраживање и мониторинг су запостављени у туристичкој индустрији РС**, највише због недостатка адекватне и јединствене методологије. Постојећи подаци су непоуздани у свим сегментима сектора туризма, поготово они који се односе на кретања туриста и њихове активности. Без потпуног одговора на питања: *Ко су туристи, којим каналима долазе/одлазе, које услуге користе, које активности упражњавају, колико троше итд.*, – тешко је приступити конструктивном планирању и стратегији туризма и реализацији постављених циљева (генералних и специфичних).

Улога локалних и друдих представника туристичке индустрије, укључујући МТО, инфо- центре и релевантне општинске организације, пресудна је у прикупљању података и информација о туристима и туристичким активностима. Недостатак финансијских средстава може до неке мјере да буде ограничавајући фактор подузимања већих истраживачких пројеката, али не и оправдање за континуирано праћење туристичких активности у дестинацији. Највећи изазов је, без сумње, конструкција ефикасног и самоодрживог система на нивоу сваке МТО, која мора да буде компатибилна и повезана у туристичком систему РС. У контексту истраживања и мониторинга, информациони системи, као што је ГИС, уз помоћ савремене компјутерске и комуникационе технологије, укључујући Интернет, треба да буду централни стуб цијелог система. **Стидљиво коришћење технолошког прогреса у туризму РС више је него очигледно.**

Основни задатак МТО и релевантних представника јесте успостављање јединствене (централизоване) и свеобухватне базе података која укључује и туристичку потражњу и понуду, и све у складу са *benčmarkom* РС. Ове информације су неопходне за менаџмент туристичке дестинације и боље планирање туризма у простору МТО и шире.

Овај дио се такође односи на анализу економских ефеката туризма у појединачним МТО, као и његову динамику у циљу процјене а) **учешћа туризма у БДП у поређењу са другим секторима**, и б) **релативног учешћа МТО и општина у укупном промету од сектора туризма**.

Ефекти овакве анализе су вишеструки у контексту дестинацијског менаџмента и међуопштинске сарадње у оквиру МТО. Овај приступ ће такође генерисати шаблон (образац) за публикације које се односе на мониторинг туризма у МТО, укључујући и развој пословних способности са фокусом на мале фирме у сектору туризма. У оквиру ових дјелатности, успостављање јаче и конструктивније сарадње са образовним институцијама, прије свега са универзитетима, једна је од кључних могућности. И на крају, приступ систематизованој и ажурираној бази података помоћи ће потенцијалним инвеститорима да донесу бржу и конструктивнију одлуку.

### 36.9. Брендинг МТО РС

Све маркетиншке активности треба да су у складу са брэндом и маркетиншким циљевима. Брэнд, као полазна основа свих маркетиншких активности, има све већу важност у менаџменту и маркетингу сваке туристичке дестинације, и из тог разлога заузима централно мјесто у стратегији туризма МТО Републике Српске.

Брэнд дефинише јединствени скуп вјеровања о мјесту или дестинацији као и врсти одмора или туристичке понуде коју дестинација нуди, а то укључује увјерења која су једнако емоционална и рационална, те тако чине дату дестинацију различитом од других. У брэнд туристичке дестинације

уграђене су све њене препознатљиве и јединствене карактеристике. Дефинисање бренда дестинације условљено је не само са разноврсношћу ресурса, туристичких атракција и понуде него и кључним тржишним сегментима. И у једном и у другом случају потенцијалне МТО РС су врло комплексне.

**Важно је нагласити и то да пројекција бренда туристичке дестинације није само упућена потенцијалним туристима него и свим учесницима у пословном окружењу унутар и изван дестинације.**

На бази наведеног, у овој фази је нереално очекивати крајњу дефиницију дестинацијског бренда сваке потенцијалне МТО РС. Стратегија развоја ТРС ће у овом дијелу документа дати неопходне смјернице за потенцијалну МТО (дат је примјер бренда Бањалучке туристичке регије).

Приликом израде предложених смјерница дестинацијског бренда МТО РС, узети су у обзир сљедећи елементи: **идентитет, карактер (персоналитет), изглед, имиџ и садржај**, а у складу са постигнутим резултатима, оцјене квалитета сваког бренда базиране на критеријима<sup>88</sup> представљеним у табели 22.

Табела 22. Оцјена квалитета бренда МТО РС (Примјер: потенцијална МТО-Бањалука)

Бренд	Оцјена (1–10)	Примједбе	Акција /вријеме
Атрактиван	9		
У складу са визијом и позиционирањем	8,5	Није сасвим у складу. Недовољно позиционоран урбани и рурални туризам.	
Преноси узбуђења и квалитет	10		
Изражава карактер (персоналитет) дестинације	9,5	Вјеродостојна асоцијација, посебно на Бањалуку	
Лако се памти	10	Да, али из перспективе локалног становништва	
Једноставан	9	Неопходна техничка дорада	
Преносив на website као назив домене	9	Преносив али недовољно упечатљив	
Јединствен	9	Асоцира на лого <i>Strabucks-a</i> (ланац кафебарова)	
Добро прихваћен од свих партнера	-	Није тестиран	

Извор: Радионице пројектног тима са представницима заинтересованих страна

<sup>88</sup> Morgan and Pritchard, 2002, p. 27



## Приједлог бренда МТО - Бањалука



### Кључни елементи бренда:

- Изворна љепота дјевојке
- Природно окружење, атракције, здрава храна...
- Административни и културни садржаји
- Спој традиције, аутентичности и модерног

**Напомена:** концептуално идејно рјешење урадили студенти четврте године Економског факултета Универзитета у Бањој Луци 2009. године.

## 36.10. Истраживање тржишта - модели за праћење туристичке потражње у МТО РС

**Крајњи циљ:** боље познавање туриста, њихових жеља и навика те усклађивање понуде и потражње у свакој МТО

Континуирано истраживање тржишта једна је од главних претпоставки ефикасности дестинацијског маркетинга и менаџмента у цјелини. Упркос тој чињеници овај сегмент је најслабија карика у ланцу туристичких вриједности Републике Српске.

Један од модела који препоручујемо за сегментацију туриста и мониторинг њихових активности јесте такозвани *Roy Morgan Values – Segmentation Cross*<sup>89</sup> (Roy Morgan – крст за идентификацију *вриједносних сегмената*), који користи квалитативне и квантитативне показатеље за анализу туристичких потреба/жеља и њиховог стила живота са циљем усклађивања туристичке потражње и максимализацијом економских ефеката. Наведени модел даје сажети опис сваког сегмента или циљне групе, усклађује сегменте према њиховим очекивањима цијене туристичких производа и услуга, као и то у којој мјери може на њихову одлуку утицати квалитет и иновативност производа и услуга.

У сврху додатног разумијевања идентификованих сегмената, овај модел може се допунити концептом *Life Stage Segmentation*<sup>90</sup> – *Сегментација животног циклуса* свих *вриједносних сегмената*. МТО су у могућности да континуирано прате промјене на тржишту, укључујући мотивације и навике посјетилаца, што је неопходно за ефикасније промотивне активности са једне, и усклађивање туристичке понуде, са друге стране.

### Крст за сегментацију циљних група на бази квалитативних вриједности



<sup>89</sup> Извор: Roy Morgan Values Segments development in conjunction with Colin Benjamin – The Horizons Network

<sup>90</sup> Извор: BDA Life Stage Segmentation



**Извор:** Roy Morgan Research, *Value Segmentation*<sup>91</sup>

### 36.11. Канали дистрибуције

**Кључни циљ:** Упознавање актера дестинацијског менаџмента са важношћу канала дистрибуције и примјеном ефикасних модела у складу са потребама

Једно од кључних питања које намеће сегментација посјетилаца у МТО РС јесте: Која је структура дистрибуције за све идентификоване сегменте? У контексту туризма РС овај аспект често игнорише и узима *здромо за готово* велики броја актера туристичке понуде. Илустрација структуре постојећих и будућих канала дистрибуције МТО РС презентована је у Графикону 15. Представљени модел, иако идентификује све кључне елементе, врло је генералан и даје ограничене информације канала дистрибуције појединих типова туризма. Један од циљева будућих стратегија јесте конструкција додатних модела за сваки тип туризма у простору МТО, а у складу са будућим трендовима туристичких кретања као и циљевима туристичког развоја РС.

*Графикон 15. Структура дистрибуционих канала туриста у РС*

<sup>91</sup> [www.roymorgan.com/products/values-segments/values-segments.cfm](http://www.roymorgan.com/products/values-segments/values-segments.cfm), (25/02/2010)



### 36.12. Развој туристичког производа

#### Крајњи циљ:

- израда концептуалног оквира за развој туристичког производа за потенцијалне МТО РС,
- идентификовање ресурсне основе и могућности, те асистирање у унапређењу постојећег и развоју новог туристичког производа.

Развој туристичког производа је свакако једна од најважнијих карика у ланцу вриједности дестинације и у домену је дестинацијског менаџмента. И поред тога, та активност у туризму РС врло често се занемарује од старне туристичких организација и организација које су индиректно повезане са туристичким развојем<sup>92</sup>, и препушта туристичким фирмама (предузећима) којима у већини случајева недостаје идеја, искуство, знање и финансијски капитал.

С обзиром на природу туристичке понуде, туристички производ се често поистовјећује са ресурсима или туристичким потенцијалом. У принципу тешко је и дати потпуну и концизну дефиницију туристичког производа, из разлога његове специфичности; то може да буде све, од задовољавања појединачних искустава и потреба туристе: смјештај, транспорт, храна, пиће, активност, атракција, па све до свеукупног туристичког доживљаја – туристички аранжмани па и цијела туристичка дестинација. Другим ријечима, туристички производ је све оно што се може понудити туристи/путнику, а за узврат добити новчану надокнаду по одређеној цијени.

**Вриједност нечега за шта је туриста/путник спреман да плати, и јесте суштина туристичког производа и његове економске оправданости.**

У циљу постизања конкурентности туристичког производа Републике Српске потребно ја да он

<sup>92</sup> Агенција за развој малих и средњих предузећа, Одјељење за привреду и друштвене дјелатности општина /градава РС, НВО, релевантна удружења у туризму, угоститељству и другим привредним гранама.

буде иновативан, хетероген, цјелогодишњи и надасве привлачан и јединствен, формиран из спектра разноврсних производа прилагођених могућностима туристичког простора и захтјевима туристичке тражње.

#### ***Важне напомене:***

- Поред главних туристичких производа оставља се простор малим туристичким фирмама да са својом додатном понудом буду комплементарни у систему туристичке понуде у једној дестинацији;
- Стандарди за развој туристичких производа могу се базирати на најбољој пракси домаћег и међународног туризма;
- Минимизирати дуплирање туристичких производа унутар сваке регије на начин да се допуњавају.
- Извори финансирања: владине субвенције, инвеститори и партнерство

#### **Фазе развоја туристичког производа:**

Прва фаза:

- Идентификација ресурсне основе;
- Истраживање тржишта;
- Идентификација кључних елемената (области) за развој туристичких производа (урађено на основу идентификације ресурсне основе и истраживања тржишта);
- Брендирање и усклађивање бренда појединачних регија са брендом Републике Српске
- Идентификација и преговарање са кључним партнерима (туристичка предузећа, транспортна и угоститељска предузећа).

Друга фаза:

- Креирање туристичких производа;
- Реализација (промотивне активности) туристичких производа РС.

Трећа фаза:

- Мониторинг: Анализа и мјерење остварених резултата;
- Приједлози за унапређење.

Водећу улогу у развоју туристичког производа имаће МТО која ће континуирано асистирати оператерима у реализацији потенцијалних могућности у простору МТО, фокусирајући се на оне производе који су у складу са дестинацијским брендом као што су нпр. природне атракције, природна храна итд., а у сарадњи са представницима општине и локалне заједнице. Приликом развоја туристичке понуде/производа мора се водити рачуна о потребама туристичке индустрије на краћи, средњи и дужи временски период, те у складу са принципима одрживог развоја. Све то је неопходно специфицирати у оквиру **бизнис плана МТО**, и на основу тога дефинисати маркетиншке иницијативе и активности.

#### ***Јачање конкурентности мањих градова и туристичких мјеста***

Несумњиво је да сви простори РС нуде јединствене природне љепоте и ресурсе, укључујући висококвалитетну храну (прије свега мисли се на сировине), али је мало тога доступно и понуђено у форми траженог и квалитетног производа. Ово је поготову карактеристично за мање градове и мјеста који су у непосредној близини квалитетних ресурса; понуда у свим сегментима туристичке понуде – ресторани, продавнице, продавнице сувенира (које су врло ријетке), смјештајни објекти, прилаз атракцијама и остала инфраструктура – није ни изблиза у складу са жељама и навикама савременог, пробирљивог и искусног туристе.

Јачање конкурентности са конструктивним приступом развоју туристичког производа и туристичке инфраструктуре, посебно је важно за она мјеста која се налазе на рутама главних туристичких/путничких кретања.

Сљедећи модел нуди једноставан али ефективан приступ развоја туристичке понуде у простору потенцијалних МТО РС. Модел је општи али оставља довољно простора за индивидуално позиционирање сваке МТО и њених појединих дијелова.

Графикон 16. Визија развоја туристичког производа у МТО РС 2009–2020.



**Напомена:** МТО би требале имати водећу или координациону улогу у циљу минимализације дуплирања индивидуалних напора/активности и производа, и у тијесној сарадњи са ТОРС-ом.

Посебна понуда

Овај концептуални оквир је комплементаран са моделом туристичких приоритета сваке потенцијалне МТО, којим се идентификују туристички ресурси у складу са типовима туризма и степеном њихове важности, те као такав нуди смјернице за развој туристичких производа и неопходне инфраструктуре на локалном и осталим нивоима територијалне и функционалне организације туризма. Ово је посебно важно за представнике јавног и приватног сектора сваке општине.

**Развој туристичког производа и туристичке инфраструктуре: концептуални приступ**

Градски и културни туризам			
Приоритети	Водећа институција /агенција	Временски период пројеката	Партнери за подршку
1			

2			
н			

Инфраструктура			
Приоритети	Водећа институција /агенција	Временски период пројеката	Партнери за подршку
1			
2			
н			

**Напомена:** Погледати примјер потенцијалне МТО Требиње.

Кључни приједлози:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Идентификација и развој кључних производа у свакој МТО;</li> <li>• Подршка и изградња у адекватном одржавању туристичке и друге инфраструктуре;</li> <li>• Јачање конкурентности малих градова, мјеста, са посебним освртом на туристичке руте и локалне предузетнике;</li> <li>• Прекогранична и међурегионална сарадња у развоју заједничких производа и кластера;</li> <li>• Стимулисање домаћег туризма и континуирано истицање проблема сезоналности и прилагођавање понуде (манифестације, викенд туре и слично);</li> <li>• Повећање броја страних туриста и њихове потрошње.</li> </ul>

### 36.13. Е - бизнис (електронско пословање)

**Циљ:** Ефикаснија употреба Интернета у позиционирању МТО РС на ино/ домаћем тржишту

Савремена информациона технологија нуди велике могућности у свим областима туризма. Између осталог, то подразумијева и креирање и афирмацију додатних вриједности у туристичкој индустрији. Ове могућности у туризму Републике Српске нису довољно искоришћене. У том контексту Стратегија развоја туризма Републике Српске за период 2011– 2020. година нуди одговарајуће смјернице и мјере.

#### 36.13.1. Бизнис МТО: смјернице и акциони план

Приоритети	Водећа агенција	Пројекат и вријеме израде	Партнери
Израда интернет/веб странице за сваку МТО у РС	ТАГ до оснивања МТО	У пуној функцији до краја 2011	Локални представници индустрије (ЛТО), општине, ТОРС
Активнија употреба Интернета (преко постојећих, и нове интернет странице) у промоцији, са фокусом на специјалне догађаје и пружање информација	ТАГ до оснивања МТО	Континуирано	Туристички оператери, представници општина, ТОРС

Осигурати да се Интернет, као кључно средство за маркетинг, максимално искористи у погледу повезаности са оператерима и иностраним центрима	ТАГ до оснивања МТО	Континуирано	Туристички оператери, инфо-центри, општине, ТОРС
Идентификовање комерцијалних могућности Web страница	МТО, инфо-центри	Континуирано од пуштања у функцију интернет страница, 2011	Приватни инвеститори

### 36.14 Домаћи туризам

**Циљ: Развој домаћег туризма и додатно адресирање проблема сезоналности и других слабости у МТО РС, те давање конкретних смјерница његовог развоја**

За већину потенцијалних МТО домаћи туризам је важан у погледу ублажавања флукуације страних туриста, чија су путовања условљена великим бројем фактора у оквиру општег економско-политичког окружења. На примјер, домаћи туризам је мање осјетљив на економску кризу, чак, често иде у прилог његовог повећања<sup>93</sup>.

У следећој табели су дате конкретне мјере за унапређење домаћег туризма и акциони план њиховог спровођења.

Табела 25. *Домаћи туризам – акциони план*

Приоритети	Водећа агенција	Пројекат и вријеме израде	Партнери
Развити ефикасније кампање за промоцију домаћег туризма са фокусом на сегмент ПФП (посјета рођацима и пријатељима)	Представници општина до оснивања МТО	Март 2011.	ТОРС, туристички оператери, фирме
Бити проактиван у дијелу МИСЕ сектора, користећи конференције за ублажавање сезоналитета	Представници општина до оснивања МТО	Континуирано	ТОРС, туристички оператери
Развој производа на релацији 1–3 сата вожње	Представници општина до оснивања МТО	Континуирано	ТОРС, туристички оператери, представници општина
Активно учешће у тржишном сегменту едукације, годишње планирање	Представници општина до оснивања МТО	Континуирано, први план до априла 2011.	Туристички оператери, представници општина
Ојачати бренд регија или њихових појединих дијелова	Представници општина до	Континуирано	Туристички оператери, културне институције

<sup>93</sup> Радни састанак са представницима општина РС (локалних туристичких организација), Министарства трговине и туризма РС и чланова радног тима за израду Стратегије туризма РС за период 2011 – 2020. године, који је организовао ТОРС, јасно је указао на проблеме домаћег туризма и помогао у идентификацији приједлога за коначно рјешење (Зграда Владе РС, 08/12/09).

у сегменту културе, умјетности и традиције	оснивања МТО		и организације, представници општине/града, ТОРС
--	--------------	--	--

### 36.16. Туризам потенцијалних МТО РС<sup>94</sup>

У овом дијелу Стратегије дат је сажет приказ туризма потенцијалних МТО РС са фокусом на правце туристичког развоја. Изузетак чини осврт на туризам /туристички производ/ Бањалучке МТО/<sup>95</sup> Такође, дат је примјер развоја туристичког производа и туристичке инфраструктуре за Требињску МТО. Текст завршава акционим планом за потенцијалне МТО РС.

На основу релевантних аналитичких показатеља, претходно назначене проблематике, могуће је дефинисати суштину туристичког производа Републике Српске, те, у том погледу, специфичности појединих МТО.

У основи, туристички производ Републике Српске дефинисан је степеном развијености појединих облика туризма (квалитетом, структуром и обимом понуде).

**Анализе су показале да водећи значај у туристичкој понуди (туристичком производу) имају планински, бањски, градски и транзитни туризам.** Такође, анализе су показале да планинском и бањском туризму недостају додатни **садржаји и програми**, те **већи смјештајни објекти**, као претпоставка већем обиму туристичког промета.

**Туристички производ градског туризма** оптерећује: дезинтегрисана понуда, уситњеност понуде, епотпуна понуда, низак ниво услуга, недовољна капацитираност већине објеката намијењених смјештају, лоша опремљеност и уређеност.

**Неопходни програми у циљу унапређења квалитета и садржаја туристичког производа у градском туризму:** институционални облик организације туристичких субјеката /кластери.../, програми санације, изградње и опремања смјештајних и осталих капацитета од значаја у туристичкој понуди урбаних средина /комунална инфраструктура, забава, одмор.../, програми маркетинга.

**Туристички производ транзитног туризма дефинисан је:** центрима мале развијености, скромне понуде, слабе инфраструктуре и слабе уређености, скромне алтернативне понуде, недовољним маркетингом.

**Неопходни програми унапређења:** подизање нивоа услуга и алтернативне понуде, унапређење инфра и супраструктуре, изградња ИЦ /информативних центара/, унапређење понуде у сфери аутохтоних културних и етно вриједности /програми етно села и сл./, унапређење маркетинга.

#### 36.16.1. Основна обиљежја туристичког производа потенцијалних МТО Републике Српске

Сем општих обиљежја примјерених туристичком производу Републике Српске, туристички производ на нивоу МТО носи обиљежје посебности и специфичности.

##### **Бањалучка МТО**

**Туристички производ доминантно обиљежен:** учешћем /програмима/ градског, бањског, манифестационог, еко, ловног, риболовног, етно, транзитног и авантуристичког туризма.

**Нови облици и могућности унапређења постојећег туристичког производа:** унапређење бањског, градског, планинског, етно- /модел етносела/, манифестационог, вјерског, транзитног, авантуристичког, ловног и риболовног туризма. Развој нових производа: еко туризам, туризам на сеоском газдинству.

<sup>94</sup> У поглављима 5 – 18 ове Стратегије обрађени су поједини облици туризма Републике Српске са становишта: фактора развоја, стања развијености појединих облика туризма, проблема у развоју и дефиниције мјера унапређења.

<sup>95</sup> Политику развоја будућих МТО треба да воде међуопштинске туристичке организације, у тијесној сарадњи са локалним властима на нивоу МТО, општинским туристичким организацијама, Туристичком организацијом Републике Српске, те са Министарством трговине и туризма у Влади Републике Српске.



### **Добојска МТО**

**Туристички производ доминантно обиљежен:** учешћем /програмима/ бањског, транзитног и вјерског туризма.

**Нови облици и могућности унапређења постојећег туристичког производа:** култура, манифестације, етно /гастрономија, домаћа радиност, обичаји.../, лов, риболов.

### **Зворничко-бијељинска МТО**

**Туристички производ доминантно обиљежен:** учешћем /програмима/ транзитног, бањског, културног и вјерског туризма.

**Нови облици и могућности унапређења постојећег туристичког производа:** додатна понуда у транзитном, бањском и културном, унапређење вјерског, нови видови понуде: лов, риболов, етно-култура.

### **Источно-сарајевска МТО**

**Туристички производ доминантно обиљежен:** понудом планинског туризма /зимски спортови/, љетњег туризма /одмор, конгресни туризам, излети.../, транзитног, ловног, еко, излетничког туризма и сл.

**Нови облици и могућност унапређења постојећег туристичког производа:** унапређење и алтернативни видови понуде у планинском туризму /и зимском и љетњем/, (Јахорина, Романија, Јавор..), еко туризам (Борике, Јахорина, Романија, Јавор), етно понуда (гастрономија, домаћа радиност, традиција...), туризам на сеоском газдинству, лов, риболов.

### **Фочанска МТО**

**Туристички производ доминантно обиљежен:** транзитним, авантуристичким /рафтинг, планинарење, сплаварење/, ловним и риболовним туризмом.

**Нови облици и могућност унапређења постојећег туристичког производа:** у сфери омладинског туризма /спорт, едукација, одмор, забава, култура../Тјентиште са околним планинама –Зеленгора, Маглић, Вољујак/, бањског туризма (алтернативни видови понуде), авантуристичког (излети, едукација, планинарење, фото лов... боравак на планинским катуницама – кључна дестинација језера на Зеленгори и сточарски катуни на тој планини, туризам на сеоском газдинству.

### **Требињска МТО**

**Туристички производ доминантно обиљежен:** вјерским, транзитним, културним и манифестационим туризмом, спорадично рибловним (језеро Клиње, Билећко језеро, и језеро Горица), спортови на мирним водама (Билећко језеро), лов (планина Видуша).

**Нови облици и могућности унапређења постојећег туристичког производа:** конгресни туризам (Требиње), спортски (примарно Требиње, секундарно сви општински центри), риболов (језеро Горица, Билећко језеро, Требишњица низводно од бране Гранчарево, језеро Клиње) лов (сви планински ареали), еко- (шири простор Чемерна, Лебршник, Зубачка Убла), етно- (Требиње, сви општински центри регије, локалитети на главним транзитним комуникацијама: Зубци, Моско, Дракуљица, Бијела Рудина, Корита, Клиње, села у ободу Попова поља...., Потенцијално, значајнији импулс развоју етнотуризма остварио би се изградњом **етносела**. Један од повољнијих локалитета је **Дракуљица** код Билеће, у непосредној близини Билећког језера). Нови облик туризма могао би да буде и туризам на сеоском газдинству (Зубци, села у ободу Попова поља, село Орах поред Билећког језера, шири простор превоја Чемерно код Гацка...).

## **36.17. Развојни правци МТО РС**

У овом дијелу стратегије дата је детаљна анализа потенцијалних МТО РС са фокусом на правце туристичког развоја према генералној коцепцији развоја туризма. Такође, као примјер, урађен је развој туристичког производа и туристичке инфраструктуре за Требињску МТО, по моделу идентификованом у претходном дијелу текста. Овај текст завршава акционим планом за МТО.

### 36.17.1. Бањалучка МТО

*Ефикасна и правилна валоризација туристичких и укупних развојних потенцијала, у складу са постављеним циљевима и предложеним мјерама, може бити снажан покретач унапријеђеног социо-економског развоја.*

*Окосница развоја туризма базира се на природном геодиверзитету, атрактивним садржајима и здравој животној средини, те богатој културној баштини, посебно у сфери етно-материјалних, етно-културних и архитектонских вриједности. Највећи потенцијал, културни и историјски, има Град Бања Лука, центар градског и манифестационог туризма у западном дијелу РС, али и Републици Српској у цијелини.*

*Спој урбаног и руралног пружа велике могућности за развој комплементарних туристичких производа за растући број туриста који су у потрази за аутентичним, природним, здравим и комфорним производом.*

#### Туризам

Туризам и угоститељство заузимају све запаженију позицију и представљају једну од најперспективнијих привредних грана у овом дијелу РС. У односу на остале туристичке просторе Републике Српске овај има низ компаративних предности, што га чини привилегованом у развојном смислу. Између осталог, током читаве године биљежи равномјеран број туристичких долазака.

#### Облици туризма:

##### Градски туризам

Кључни елементи развоја

- Бања Лука – административни, пословни, образовни, трговачки, здравствени, спортски и центар РС,
- природно богатство, здрава животна средина,
- култ.-ист. наслеђе (материјална и нематеријална добра и институције културе),
- саобраћајно-географски положај.

#### **Неопходне мјере унапређења**

- Повећање броја смјештајних капацитета и типа хотела – Бања Лука, кампова/бунгалов, насеља – Мркоњић Град, Шипово, Србац, К. Дубица;
- Стимулисати производњу сувенира и организовати ланац дистрибуције уз одговарајуће субвенције (идентификовати постојеће и потенцијалне произвођаче у сарадњи са другим општинским и потенцијалним МТО РС);
- Уређење пјешачких зона и подизање квалитета и изгледа градског језгра, обала ријека (обала Врбаса треба да буде једна од централних атракција у Бањој Луци) и осталих јавних површина;
- Повећање броја културних садржаја са нагласком на љетни дио године (нпр. представе на отвореном);
- Идентификовати угоститељску понуду са циљем унапређења разноврсности и квалитета у складу са тржишним трендовима и сировинском основом (већа заступљеност локалних производа);
- Јасно позиционирање града Бања Луке у контексту урбаног туризма (добра храна, забава, културни садржаји и манифестације, приступачне цијене, организованији транспорт укључујући авио линк преко нискотарифних компанија) ;

- Спровођење туристичке сигнализације на укупном простору МТО.

### Вјерски туризам – кључни елементи

- културно (вјерско) наслеђе: (цркве брвнаре Лакташи, Кнежево..., манастири, самостани, цамије...)

#### *Неопходне мјере*

- Успостављање ефикасније сарадње између представника вјерских заједница, локалних власти, туристичке индустрије и медија, са циљем интегрисања вјерског туризма у туристички производ МТО .

### „Мице“ туризам

#### Кључни елементи развоја

- Пословни /едукативни/политички центар РС/ Бања Лука,
- Близина аеродрома,
- Релативно добро развијена саобраћајна мрежа,
- Постојећа инфраструктура, конгресни садржај (хотели, универзитети, сајам и остале институције),
- Култура и традиција (Грмечка коридра – Оштра Лука; Кочићев збор – Мањача; музичке манифестације – Бања Лука).

#### *Неопходне мјере*

- Јасније дефинисање тражње и савремених захтјева тржишта;
- Усклађивање календара манифестација на нивоу МТО и шире са циљем разноврсности и њихово рангирање (важност, значај, обим, вријеме);
- Успостављање система за мјерење економског ефекта манифестација (дефинисати помоћу концепта *Бизнис план МТО*);
- Увођење нових манифестација у циљу повећања разноврсности туристичке понуде и ублажавања сезоналности;
- Идентификовати локалитете за организовање манифестација и препоручити мјере за унапређење услова одржавања (неопходна инфраструктура);
- Уређење Бањалучког сајмишта и његова боља искоришћеност;
- Препорука за јасније циљеве и сврху одржавања манифестација.

### Планински туризам

#### Кључни елементи развоја

- НП Козара – ски центар; Кнежево – ски центар,
- Планински предјели Козара, Лисина, Просара, Мотајица, Мањача,
- Нетакнута природа и биодиверзитет.

#### *Неопходне мјере*

- Диверзификација смјештајних капацитета у складу са природним амбијентом и циљним групама (рекреативци, ловци и остале циљне групе);
- Уређење и маркирање туристичких стаза уз одговарајућу туристичку сигнализацију;
- Боља валоризација културно-историјских споменика (Козара, Мањача);
- Изградња инфо-центра на кључним туристичким локацијама по моделу самоодрживости;
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа (повезивање туристичке понуде).

## Бањски туризам

### Кључни елементи развоја

- Термални и термо-минерални извори (Лакташи, Слатина, Мљечаница, Шехер, Кулаши, Љешљани),
- Висок квалитет воде,
- Природни амбијент,
- Дуга традиција,
- Конкурентност цијене.

### *Неопходне мјере*

- Осигурање услова за инвестирање (нпр. власнички однос, концесија);
- Раздвајање медицинског, рекреативног и велнес садржаја;
- Прилагођавање садржаја циљним групама као што су тинејџери, млади пословни људи, породице и старији;
- Репозиционирање бањских центара на тржишту;
- Проширење ванпансионског садржаја унутар самог бањског центра и у непосредно окружењу;
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа (повезивање туристичке понуде).

## Спортско-авантуристички туризам

### Кључни елементи развоја

- Ријеке (Врбас, Плива, Сана, Уна) – рафтинг, кајак, кану, регате и сл.;
- Свјетско првенство у рафтингу 2009. године, Врбас/Бања Лука;
- Кањони (Швракава, Угар, Врбас);
- Планине (Мањача, Козара, Лисина) – брдски бициклизам, планинарење, пјешачење, параглајдинг, змајарење итд.;
- Пећине (Ваганска пећина);
- Очувана и разноврсна природна основа;
- Релативно добра организованост кроз разна удружења (нпр. планинарска друштва, бициклически клубови, рафтинг асоцијација...).

### *Неопходне мјере*

- Обезбјеђење услова за инфраструктуралне инвестиције (прилазни путеви – Козара са Поткозарјем, смјештајни капацитети – Мањача (изградња традиционалног села/фарме и смјештајног објекта), Дринић – тематски парк са бунгаловима, Ваганска пећина – уређење и укључивање у туристичку понуду);
- Уређење туристичких прилазних стаза, планинарских и бициклических стаза (нпр. Бањ брдо: **Зашто је ресторан затворен 20 година?**, уређење Шибова и њихова потпуна тур. валоризација), увођење стандардне туристичке сигнализације и сл.;
- Увођење и примјена стандарда те доношење пословних кодекса за пружаоце услуга у овом типу туризма.

## Ловни, риболовни и еко туризам

### Кључни елементи развоја

- Богат ловни и риболовни фонд (нпр. Рибник, Плива – флај фишинг),
- Очувана природна средина,
- Релативно добра организованост кроз ловачака/риболовачка удружења,

- Близина домаћег (урбани центри) и ино тржишта (Италија, Аустрија, Немачка, Словенија...).

### **Неопходне мјере**

- Уређење и дугорчна заштита ловних и риболовних подручја,
- Обезбјеђење услова за изградњу високо квалитетних смјештајних капацитета у кључним дестинацијама лова и риболова (И. Дрвар, И. Купрес, Дринић, Шипово, Мркоњић Град, Рибник),
- Утврђивање стандарда за све елементе ловног и риболовног туризма (нпр. кодекс понашања... добар је примјер спортски риболов – Рибник).

## **Сеоски туризам**

### Кључни елементи развоја

- Релативно добро развијена и приступачна рурална подручја,
- Рурална разноврсност,
- Традиција и аутентичност,
- Повећана тражња,
- Близина потенцијалног тржишта, домаћег (урбани центри) и иностраног (Словенија, Хрватска, Италија),
- Кључна подручја (Мањача, Поткозарје, Лијевче поље, околина Прњавора, Кнежево, Мркоњић Град, Шипово...).

Напомена: уз адекватно улагање и стварање потребних услова сеоски туризам има добру перспективу у великом дијелу Бањалучке МТО.

### **Неопходне мјере**

- Идентификовање потенцијаних зона развоја сеоског туризма;
- Обезбјеђење услова за потенцијалне носиоце развоја овог типа туризма (доступност информација, асистенција, субвенције);
- Формирање програма за едукацију и тренинг за постојеће и потенцијалне учеснике у пружању услуга сеоског туризма;
- Формирање асоцијације сеоских домаћинстава која пружају туристичке услуге;
- Утврђивање јасних стандарда сеоског туризма и појединачних туристичких производа;
- Регулисати продају домаћих производа у циљу заштите туристе-потрошача и самог производа, дестинације и брэнда МТО;
- Израда стратегије сеоског туризма.

### **КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ<sup>96</sup>**

- Еко туризам/еко Плива/– Шипово, ријека Јањ, ријека Плива, сеоски смјештај,
- VAR пројекат – средњи ток ријеке Врбас / „авантуристичка“ дестинација,
- Сојеничко насеље – Бардача, општине Србац и Градишка, сојеничко насеље Доња Долина
- Рехабилитација бањско лјечилишних центара (Слатина)
- Ускотрачна пруга Срнетица – Петровац – Дринић,
- Рестаурација Кастела – Бања Лука,
- Ревитализација ергеле Вучјак,
- Уређење градских купалишта на ријекама (Врбас, Врбања, Уна, Сава...) као и обалних шеталишта,

<sup>96</sup> Неки од поменутих пројеката су у току, а већина пројеката није ни започета

- Изградња еко села фарме и мањег луксузног хотела на Мањачи,
- Изградња етно села у Крупи на Врбасу.
- Реконструкција путног правца Мраковица – Горњи Подграци /носилац пројекта Влада РС/

### 36.17.2. Добојска МТО

*Добојска МТО се с правом може назвати **Оаза мира**. Разноврсна природа, препознатљивост по термалним и термо-минералним изворима, разноврсна флора и фауна, вриједно културно наслеђе, препознатљиве етно вриједности и сл., претпоставка су развоја туризма. Бања Врућица, са смјештајним капацитетом од око 1.000 лежаја и савремено опремљеним конгресним центром, треба да допринесе унапређењу осталих видова туризма у регији, те да подстакне развој и унапређење комплементарних привредних грана, прије свега пољопривреду и кућну радиност.*

*Кластер, ловног, риболовног и културног туризма, са Бањом Врућицом, треба да дефинише главне правце туристичког развоја Добојске МТО.*

#### Туризам

Теслић са Бањом Врућицом је главни носилац туристичке понуде простору МТО Добој. У Бањи Врућици остварује се приближно 90% укупних ноћења у регији. Важност сектора у овој општини је наглашена и у Стратегији општине Теслић, до 2015, и развојним плановима општине Добој<sup>97</sup>.

#### Облици туризма:

##### Градски (културни) туризам

Кључни елементи развоја

- Добој – економско и културно средиште МТО,
- Добра саобраћајна повезаност,
- Вриједно културно-историјско наслеђе /тврђава у Добоју, стари град Добој/,
- Познате личности,
- Дијаспора Дервента и посавска изворна пјесма.

#### Неопходне мјере

- Успостављање модела управљања тврђавом Добој у циљу даљег унапређења и понуде (уредити као модерни интерактивни/едукативни локалитет),
- Рестаурација старог града Добој, у циљу укључивања у туристичку понуду,
- Обезбиједити услове за брендирање имена и дјела Васе Пелагића (уређење дома, музеја и других садржаја),
- Уређење градских језгра и осталих јавних површина,
- Уређење урбаног дијела Теслића у складу са циљевима развоја Бање Врућице,
- Стимулисати домаћу радиност, производњу сувенира и организовати ланац дистрибуције уз одговарајуће субвенције (идентификовати постојеће и потенцијалне произвођаче у

<sup>97</sup> Општина Теслић:

Развој диверзификоване привредне структуре у којој су мала и средња предузећа из области производње и прераде, туризам и пољопривреда изражени као носиоци напретка и запошљавања.

Рурални развој и екологија као предуслов стабилне и просперитетне локалне заједнице и квалитетног живота грађана  
Пројекти ТО Добој:

„Изведбени пројекат урбано-туристичке сигнализације на подручју града Добоја“ 2010. година,

„Подстицај развоју и промоцији сеоског туризма на подручју општине Добој“ 2010. година.

сарадњи са другим МТО РС),

- Идентификовати угоститељску понуду са циљем унапређења разноврсности и квалитета у складу са тржишним трендовима и сировинском основом регије (већа заступљеност локалних производа),
- Увођење туристичке сигнализације на укупном простору МТО.

## Вјерски туризам

Кључни елементи развоја

- Културно (вјерско) наслеђе (манастири – Св.Никола – Озрен, Липље – Борја, цркве, самостани, џамије...),
- Амбарине у Доњем Детлаку код Дервенте,
- Музејска збирка – фрањевачки самостан у Плехану – Дервента.

### *Неопходне мјере*

- Успостављање ефикасније сарадње између представника вјерских заједница, локалних власти, туристичке индустрије и медија са циљем интегрисања вјерског туризма у туристички производ МТО.

## „Мице“ туризам

Кључни елементи развоја

- Конгресни садржаји – Бања Врућица,
- Добој – економски центар ширег гравитационог подручја/сајмови/,
- Дервентски вашар
- Нафтна и нафтнопрерађивачка индустрија – Брод/Модрича /пословни туризам/.

### *Неопходне мјере*

- Нови смјештајни капацитети у Модричи и Броду за потребе пословног туризма,
- Идентификовање нових манифестација и специјалних догађаја и утврђивање календара њиховог одржавања (Добој и Дервента – културне, Теслић и Дервента – спортивно-рекреативне, Пелагићево, Шамац – спортске ловне и риболвне).

## Планински туризам

Кључни елементи развоја

- Планине Озрен и Борја,
- Излетишта Преслица и Горанско језеро/Добој.

### *Неопходне мјере*

- Деминирање подручја Озрен /у потпуности/,
- Изградња нових стаза и модернизација вертикалног транспорта на Борју за цјелогодишње коришћење,
- Уређење и маркирање туристичких стаза уз одговарајућу туристичку сигнализацију у циљу унапређења интегралног туристичког производа (у складу са развојним плановима Општине Добој),
- Успостављање инфо центара на кључним туристичким локацијама,
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа.

## Бањски туризам

### Кључни елементи развоја

- Термални и термо-минерални извори – Бања Врућица,
- Термални извор – Терме Озрен,
- Висок квалитет термалне воде,
- Природни амбијент,
- Дуга традиција,
- Туристичка инфра и супраструктура,
- Конкурентска цијена.

### *Неопходне мјере*

- Бања Врућица: раздвајање медицинског, рекреативног и велнес садржаја,
- Прилагођавање садржаја циљним групама: тинејџери, млади, пословни људи, породице,
- Проширење ванпансионске понуде (садржаја) унутар бањског центра и простора у ком се налази (повезивање могућих активности у природи са бањским третманима),
- Обезбјеђење додатних садржаја за породице са дјецом,
- Туристичка валоризација термалног извора на Озрену.
- Унапређење маркетинга
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа

## Спортско-авантуристички туризам

### Кључни елементи развоја

- Ријеке (Укрина, Усора, Сава),
- Пећине (Дјевојачка – Добој и Растуша – Теслић),
- Очувана и разноврсна природна основа.

### *Неопходне мјере*

- Утврђивање еколошких програма уз сарадњу заинтересованих субјеката РС и ФБиХ (нпр. Текући пројекат ТО Добој – Прољећно уређење туристичких локалитета на планини Озрен),
- Уређење ријечног корита и обала ријеке Босне,
- Уређење туристичких прилазних стаза, планинарских и бициклистичких стаза (Излетишта: Преслица и Горанско језеро – Добој, Дуга Њива – Модрича), те увођење стандардне туристичке сигнализације,
- Ревитализација Ријечана – уређење спортских терена и осталог пратећег садржаја,
- Популаризација воденог цвијета на Укрини и вредновање у склопу „Међународне ликовне колоније“,
- Уређење стараче у центру Дервенте
- Увођење и примјена стандарда те доношење пословних кодекса за пружаоце услуга у овом виду туризма.

## Ловни/риболовни туризам

### Кључни елементи развоја

- Богат ловни и риболовни фонд (Ловни – Шамац, Модрича, Дервента, риболов – Пелагићево),
- Очувана природна средина,



- Релативно добра организованост кроз удружења,
- Близина домаћег тржишта (урбани центри), и ино тржишта (Хрватска, Италија, Аустрија, Њемачка, Словенија),
- Уређене риболовно- такмичарске стазе уз обалу Саве (општина Дервента)

#### **Неопходне мјере**

- Уређење и увођење механизма дугорочне заштите ловних и риболовних подручја,
- Осигурање услова за изградњу високо квалитетних смјештајних капацитета у кључним дестинацијама (зоне) лова и риболова,
- Боље повезивање туристичких производа, нарочито Бање Врућице са туристичким атракцијама и активностима у простору МТО,
- Утврђивање стандарда за све елементе ловног и риболовног туризма (кодекс понашања, добар примјер спортског риболова).

### **Сеоски и еко туризам**

Кључни елементи развоја

- Развијена рурална подручја на Озрену и руралним просторима Дервенте, Модриче, Шамца, Пелагићева и Доњих Жабара,
- Традиција у пчеларству и производњи меда,
- Близина потенцијалног домаћег тржишта (урбани центри) и иностраног (Словенија, Хрватска, Италија), близина Бање Врућице.

#### **Неопходне мјере**

- Програми за едукацију и тренинг за постојеће и потенцијалне учеснике у пружању услуга сеоског туризма /Преслица, Озрен/,
- Формирање асоцијације сеоских домаћинстава која пржају туристичке услуге,
- Утврђивање стандарда сеоског туризма и појединачних туристичких производа,
- Ревитализација постојећих и изградња нових воденица на Укрини и Лупљаници,
- Регулисати продају домаћих производа у циљу заштите туристе-потрошача, дестинације и туристичког брэнда .

#### **КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ**

- Подстицај развоју и промоцији сеоског и етнотуризма на подручју Регије
- Уређења ријечних корита и обала ријека Усоре, Укрине и Босне и њихова туристичка валоризација
- Изградња етно села у околини Бање Врућице, или у близини једне од главних транзитних саобраћајница у Регији.
- Изградња риболовно-такмичарске стазе на р. Сави (Дервента)

### **36.17.3. Зворничко-бијељинска МТО**

*Туризам и пољопривреда – два стратешка развојна одређења.*

*Ријека Дрина, развојни ресурс од непроцењивог значаја /хидроенергија, спортови на води, риболов..., међудржавна сарадња/.*

*Културно наслеђе /православни манастири, цркве.../, етно-материјалне и етно-духовне вриједности недовољно вреднован потенцијал.*

## Туризам

Туризам заузима важно мјесто у развојним плановима општина ове потенцијалне МТО, што потврђују и новији стратешки циљеви развоја појединих општина. На примјер, од укупно четири приоритета у развоју МСП које дефинише Стратегија општине Бијељина, два се директно или индиректно (пољопривреда и рурални развој) односе на туризам. И у другим општинама ове МТО туризам је идентификован као приоритетна грана, са нагласком на рурални /сеоски туризам.

### Облици туризма:

#### Градски туризам

Кључни елементи развоја

- Културна баштина /Бијељина и Зворник/,
- Етно вриједност /село Станишић – музеј на отвореном/,
- Архитектонске вриједности/утврђења/ Зворник, Сребреница, Власеница, Угљевик,
- Познате личности: Филип Вишњић – родно мјесто Горња Трнова /потреба за отварањем музеја, тренутно постоји центар за културу „Филип Вишњић“ у Угљевику, који организује манифестације, бесједе и књижевне вечери/,
- Културно наслеђе /стећици у Шеховићима, археолошко налазиште Римски град у Скланима.

#### Неопходне мјере

- Уређење изложбеног центра у Сребреници /Музеј сребра и рударства/,
- Ревитализација старих утврђења /Зворник, Сребреница, Власеница и Угљевик/,
- Стимулисати кућну радиност, производњу сувенира и организовати ланац дистрибуције уз одговарајуће субвенције (идентификовати постојеће и потенцијалне произвођаче),
- Уређење урбаних насеља (фасада, улица и јавних површина),
- Изградња смјештајних капацитета у Братунцу и Сребреници,
- Повећање броја културних садржаја са нагласком на љетни дио године,
- Идентификовати угоститељску понуду са циљем унапређења разноврсности и квалитета у складу са тржишним трендовима и сировинском основом (већа заступљеност локалних производа),
- Постављање вишејезичне туристичке сигнализације у регији.

#### Вјерски туризам

Кључни елементи развоја

- Вјерски објекти /манастири: Тавна са црквом Св. Тројице; Папраћа; Ловница/.

#### Неопходне мјере

- Успостављање ефикасније сарадње између представника вјерских заједница, туристичке индустрије, локалних власти и медија са циљем интегрисања вјерског туризма у туристички производ потенцијалне МТО.

#### „Мице“ туризам

<sup>98</sup> CARE Int. (2005), Drina Valley Tourism Region: A cross-border Partnership, Sarajevo: CARE International for NWB.

## Кључни елементи развоја

- Манифестације /претежно у љетњем дијелу године/,
- Зворничко љето/ спортско-забавна манифестација,
- Регате на Дрини,
- Вишњићеви дани поезије.

### *Неопходне мјере*

- Потреба за новим догађајима или манифестацијама, са јасном промоцијом и циљним тржишним сегментима, усклађивање календара манифестација са пољопривредним радовима (берба купуса – купусијада, берба јабука, малина, купина и сл.),
- Усклађивање календара манифестација на нивоу МТО и шире (са манифестацијама у Србији, и нагласком на манифестације на води),
- Успостављање система мјерења економског ефекта манифестација (дефинисати помоћу концепта **Бизнис план туристичке дестинације**),
- Идентификовати локалитете за организовање манифестација и препоручити мјере за унапређење услова одржавања (обезбиједити неопходну инфраструктуру),
- Израдити препоруке за јасније циљеве у сврху одржавања манифестација.

## Планински и еко туризам

### Кључни елементи развоја

- Планина Јавор – ски центар,
- Комплементаран са главним правцима развоја туризма у простору МТО (сеоски и активности на Дрини),
- Близина препознатљивих дестинација западне Србије (Бајина Башта, планина Тара).

### *Неопходне мјере*

- Модернизација ски центра Игриште – Власеница (текуће мјере Владе РС) вертикални транспорт, смјештајни капацитети,
- Изградња омладинских кампова и планинарских домова /Јавор/,
- Идентификација и планирање еко зона у руралном дијелу Сребренице.

## Бањски / велнес туризам

### Кључни елементи развоја

- Хидро-термални потенцијал /извори Бање Дворови, Бање Губер и извор Кисељак/,
- Специфична и провјерена квалитета љековите воде Бање Губер,
- Традиција,
- Природно окружење.

### *Неопходне мјере*

- Рјешавање кључних проблема (власнички односи, концесије: Бања Губер и Бања Дворови),
- Потпуна ревитализација Бање Губер,
- Унапређење смјештајних капацитета Бање Дворови,
- Раздвајање здравственог, велнес и рекреативног садржаја,
- Прилагођавање понуде захтјевима тржишта,
- Проширење ванпансионске понуде / садржаја/ унутар самог бањског центра и непосредног окружења,
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа (повезивање туристичке понуде

## Спортско-авантуристички туризам

Кључни елементи развоја

- Ријека Дрина са Зворничким језером и језером Перућац,
- Иницијатива локалних удружења,
- Планина Јавор /Власеница/.

### *Неопходне мјере*

- Елиминација административних препрека за пловидбу на језерима и ријекама,
- Посебни еколошки планови за пловна подручја и приобаља у оквиру шире стратегије заштите природне средине /у сарадњи са Републиком Србијом/,
- Уређење прилаза језерима и Дрини са воде и копна, и у оквиру прекограничне сарадње,
- Уређење бициклистичких и пјешачких стаза дуж ријеке Дрине у свим урбаним срединама регије,
- Позиционирања неколико видиковаца дуж кањона Дрине,
- Обезбјеђење услова за изградњу наутичког парка на Зворничком језеру (могућност за изнајамљивање кану, кајак),
- Уређења купалишта на Дрини (у току уређење у близини Братунца), сличан модел примијенити на више атрактивних локација.

## Ловни и риболовни туризам

Кључни елементи развоја

- Ријека Дрина,
- Зворничко и Перућачко језеро,
- Ловиште Сушица /Сребреница/,
- Куриозитет рибице *Umbra krameri* (мргуда) /мочвара Громижељ/.

### *Неопходне мјере*

- Изградња смјештајних објеката / сојеничких насеља намијењених првенствено риболовцима, мањих планинских домова, хотела високе квалитете,
- Изградња смјештајних капацитета високе категорије на ловним теренима,
- Стандардизација услуга у лову и риболову,
- Туристички валоризовати феномен рибице *Umbra krameri*.

## Сеоски туризам

Кључни елементи развоја

- Богата сировинска база / аутохтоност домаће кухиње: Семберије и Подриња,
- Развијена рурална подручја (ратарство и сточарство),
- Заинтересованост локалног становништва и власти,
- Повећана тражња за овим видом туризма,
- Близина потенцијалног домаћег тржишта (урбани центри) и иностраног (Србија, Хрватска, Словенија).

### *Неопходне мјере*

- Идентификовање потенцијаних зона развоја сеоског туризма,
- Формирање програма за едукацију и тренинг за постојеће и потенцијалне учеснике у

пружању услуга сеоског туризма,

- Формирање асоцијације сеоских домаћинстава која пржају туристичке услуге,
- Утврђивање јасних стандарда сеоског туризма и појединачних туристичких производа,
- Регулисати продају домаћих производа у циљу заштите туристе-потрошача и самог производа, дестинације и туристичког брэнда,
- Субвенционисати мрежу заинтересованих произвођача здраве хране и угоститељских објеката са домаћом кухињом.

### КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ<sup>99</sup>

- Приоритет – развој руралног туризма у општини Бијељина,
- Уређење и успостављање система дугорочне заштите ријеке Дрине са приобаљем у оквиру прекограничне сарадње са Републиком Србијом (могући извори финансирања ЕУ фондови),
- Ревитализација Бање Губер и Бање Дворови,
- Ревитализација тврђаве Зворник (по моделу тврђаве Градина у Добоју),
- Маркирање пјешачких, планинарских и бициклических стаза,
- Изградња инфо центара на кључним туристичким локацијама/туристичким правцима по моделу самоодрживости (нпр. на улазу у Братунац),
- Активности на води/наутички парк Зворничко језеро,
- Изградња нових кампова на атрактивним локалитетима у близини ријеке Дрине (тренутно у функцији камп Амајлије – Бијељина),
- Наставак активности на развоју омладинског туризма и оспособљавању већег броја кампова (постојећи у Власеници и Братунцу),
- Ревитализација ски центра Игриште (изградња нових ски стаза, вертикалног транспорта и смјештајних капацитета),
- Туристичка организација Зворник партнер је у пројекту у оквиру програма прекограничне сарадње финансираног од ИРА фондова – Туристичка сигнализација, заједно са општином Бијељина, градом Лозница и општином Крупањ (Република Србија).

#### 36.17.4. Источно-сарајевска МТО

*И поред дуге традиције зимског туризма на Јахорини, кључне дестинације Источно-сарајевске МТО, будуће правце развоја туризма, како на Јахорини тако и у дефинисаном простору, треба тражити и у другим видовима туризма, првенствено руралног, са јасно дефинисаним садржајима и програмима цијелогодишње понуде.*

*Развој туризма на Јахорини и Романији чини суштинску претпоставку унапређења укупног регионалног развоја, базираног првенствено на тзв. интегралном руралном развоју.*

#### Туризам

Привредни и природни ресурси, историјско, културно и друго наслеђе пружају повољне услове развоја туризма у простору ове МТО. Главни носилац туристичког развоја је **Олимпијски центар Јахорина** са солидном туристичком инфраструктуром потребном за зимске и љетне туристичке активности. Смјештајни капацитети одговарају захтјевима туристичке тражње.

Остала мјеста у регији / Соколац, Хан Пијесак, Трново, Рогатица.../ имају велике могућности у развоју руралног туризма: планинарење, брдски бициклизам, лов и риболов и друге активности у природи. Најновије стратегије појединих општина регије поставиле су амбициозне циљеве у погледу унапређења и развоја туризма, као и усвојени Мастер план развоја туризма Јахорине<sup>100</sup>.

<sup>99</sup> већина пројеката није ни започета

<sup>100</sup> А) Постојеће подручје: замјена постојећих лифтова са четири нова, повећање и прилагођавање стаза, 2 подручја за почетнике, такмичарске скијашке стазе;

## Облици туризма:

### Градски (културни) туризам

Кључни елементи развоја

- Град Источно Сарајево са Палама /универзитетски центар/,
- Близина Сарајева и аеродрома,
- Мост на Жепи,
- Краљев двор (Ловачки дом) – Хан Пијесак.

#### *Неопходне мјере*

- Рестаурација моста на Жепи и околних туристичких вриједности,
- Рестаурација Краљева двора (Ловачком дома) и укључење у туристичку понуду,
- Стимулисати производњу сувенира и организовати ланац дистрибуције уз одговарајуће субвенције (идентификовати постојеће и потенцијалне произвођаче у сарадњи са другим регијама РС),
- Идентификовати угоститељску понуду са циљем унапређења разноврсности и квалитете у складу са тржишним трендовима и сировинском основом (већа заступљеност локалних производа),
- Спровођење туристичке сигнализације на укупном простору МТО.

### Вјерски туризам

Кључни елементи развоја

- Културно /вјерско наслеђе/.

#### *Неопходне мјере*

- Успостављање ефикасније сарадње између представника вјерских заједница, локалних власти, туристичке индустрије и медија са циљем интегрисања вјерског туризма у туристички производ укупног простора МТО.

### „Мице“ туризам

Кључни елементи развоја

- Близина сарајевског аеродрома,
- Развијена саобраћајна мрежа,
- Постојећа инфраструктура,
- Конгресни садржај (хотели/Јахорина, универзитет/Пале),
- Култура и традиција.

#### *Неопходне мјере*

- Јасније дефинисање тражње и савремених захтјева тржишта,
- Усклађивање календара манифестација на нивоу МТО и шире са циљем разноврсности и

---

Б) Зона проширивања 1: подручје за породично скијање; 3 нова лифта, 70 ха нових стаза, парк за почетнике;  
Ц) Зона проширивања 2: спортско скијашко подручје, 2 нова лифта, 80-ак нових стаза, такмичарске скијашке стазе;  
Д) Стазе за Олимпијске игре би требале бити смјештене у источном дијелу постојећег скијашког подручја или спортског скијашког подручја; детаљно планирање и прилагођавање стаза се мора извршити у сљедећој фази планирања. Након детаљног планирања стаза и snowboard парка, приједлог за систем вертикалног транспорта се мора прилагодити.

њихово рангирање (важност, значај, обим, вријеме),

- Успостављање система мјерења економског ефекта манифестација
- Потреба увођења манифестације спортско-такмичарског карактера у зимском дијелу године у склопу ФИС-а (Међународна скијашка федерација),
- Увођење нових манифестација у циљу повећања разноврсности туристичке понуде и ублажавања сезоналности (манифестација културног садржаја у љетном дијелу године – ликовне колоније, едукативне радионице/Јахорина, Рогатица),
- Утврђивање јаснијих циљева и сврхе одржавања манифестација.

## Планински и еко туризам

Кључни елементи развоја

- Олимпијска планина Јахорина / Ски центар Јахорина, имиџ дестинације,
- Дуга традиција зимског туризма,
- Топографски и климатски предуслови,
- Релативно добра цестовна повезаност и други облици инфраструктуре у простору МТО,
- Конкурентност на тржишту
- Усвојен мастер план Јахорине.

### *Неопходне мјере*

- Кључне мјере идентификоване у мастер плану Јахорине,
- Повећања разноврсности смјештајних капацитета, у складу са природним амбијентом и циљним групама,
- Побољшање туристичког производа /разноврсност програма, програми за љетни и зимски дио године, различити пакет аранжмани,
- Успостављање инфо центара на кључним туристичким локацијама/ Источно Сарајево /Рогатица/Мокро,
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа (повезивање туристичке понуде).

## Спортско-авантуристички туризам

Кључни елементи развоја

- Планине Јахорина, Романија, Јавор
- Планински предјели Хан Пијеска и Рогатице,
- Развијена инфраструктура,
- Широки дијапазон зимских спортова,
- Пећина Орловача.

### *Неопходне мјере*

- Унапређење Јахорине у модеран ски центар са свим пратећим садржајима /засњежавање, повећање броја и дужине стаза, усклађеност и подизање квалитете ванпансионске понуде, увођење вертикалног транспорта Пале – Јахорина и друго у складу са приједлозима Мастер плана Јахорине,
- Потреба за увезивањем планинских предјела /нордијско скијање: Јахорина – Романија/,
- Обезбјеђење услова за улагање у ергелу Борике,
- Уређење туристичких, планинарских и бициклистичких стаза и прилазних путева туристичким атракцијама,
- Валоризација пећине Орловача,
- Увођење и примјена стандарда те доношење пословних кодекса за пружаоце услуга у спортско-авантуристичком туризму.

## Ловни и риболовни туризам

## Кључни елементи развоја

- Богат ловни фонд (Романија, Хан Пијесак),
- Здрава и очувана природна средина,
- Релативно добра организованост кроз локална ловачка удружења, добра сарадња са општинама изван простора МТО (Власеница, Милићи).

### **Неопходне мјере**

- Уређење и дугорочна заштита ловних подручја,
- Обезбјеђење услова за изградњу високо квалитетних смјештајних капацитета у кључним дестинацијама лова /Романија и Хан Пијесак/,
- Допуна стандарда за све елементе ловног туризма (кодекс понашања итд.).

## Сеоски и еко туризам

### Кључни елементи развоја

- Рурална разноврсност,
- Био-климатске повољности /планинска клима,
- Традиција и аутентичност руралних подручја,
- Релативно добра туристичка посјећеност,
- Близина потенцијалног тржишта.

### **Неопходне мјере**

- Идентификовање потенцијаних зона развоја сеоског туризма,
- Обезбјеђење услова за носиоце развоја овог вида туризма (доступност информација, асистенција, субвенције),
- Формирање програма за едукацију и тренинг за постојеће и потенцијалне учеснике у пружању услуга сеоског туризма,
- Формирање асоцијације сеоских домаћинстава која пружају туристичке услуге,
- Утврђивање јасних стандарда сеоског туризма и појединачних туристичких производа,
- Регулисати продају домаћих производа у циљу заштите туристе-потрошача, заштите производа, дестинације и туристичког бренда.

### **КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ**

- Реализација Мастер плана Јахорина /у току /,
- Ревитализација ергеле Борике,
- Пројекти сеоског и етнотуризма туризма у општинама Рогатица, Хан Пијесак и Источно Сарајево.

## 36.17.5. Фочанска МТО

*Иако се, условно, налази на најфреквентнијем коридору између Србије и јужног и средњег Јадрана, било би погрешно базирати туристички развој искључиво на транзитном туризму. С обзиром на разноврсност и потенцијал туристичких ресурса, простор ове потенцијалне МТО испуњава све услове да постане ултимативна дестинација за љубитеље природе, авантуризма, историје и културе. Национални парк Сутјеска, Вишеград са Ђупријом, и ријеке Дрина и Тара су кључне одреднице туристичког развоја.*



## Туризам

Туризам и његов развој су међу кључним циљевима стратегија појединих општина овог простора. На примјер, Стратегија Општине Фоча (2009 – 2015) дефинише конкретне правце и пројекте у томе контексту истиче:

„Проглашење еко регије Фоча, развој сеоског и еко туризма велики број села гравитира према атрактивним туристичким локацијама у којим сеоска домаћинства имају властиту производњу хране. Циљ пројекта је одрживи развој ових облика туризма у комбинацији са другим економским активностима руралних подручја са фокусом на јачање сеоских домаћинстава и стимулацију производње здраве хране“.

### Облици туризма:

#### Градски и културни туризам

Кључни елементи развоја

- Лик и дјело Иве Андрића,
- Мост Мехмед-паше Соколовића,
- Ускотрачна пруга /Вишеград–Мокра Гора/,
- Меморијални центар Сутјеска–Тјентиште,
- Рудо – родно мјесто Мехмед-паше Соколовића и село Соколовићи.

#### *Неопходне мјере*

- Уређење урбаних простора у аутентичном стилу,
- Уредити објекте за смјештај, дефинисати Андрићеву зону у Вишеграду,
- Ревитализација спомен-музеја на Сутјесци,
- Завршетак пројекта ускотрачне пруге до моста у Вишеграду,
- Успостављање туристичке сигнализације на укупном простору МТО.

#### Вјерски туризам

Кључни елементи развоја

- Манастир Добрун.

#### *Неопходне мјере*

- Успостављање ефикасније сарадње између представника вјерских заједница, локалних власти, туристичке индустрије и медија са циљем интегрисања вјерског туризма у туристички производ.

#### „Мице“ туризам

Кључни елементи развоја

- Спортска такмичења и манифестације (рафтинг – Тара и Дрина), планинарски походи (Маглић, Волујак, Зеленгора),
- Дани Еуропарка, Дани боровнице /НП Сутјеска,
- Вишеградска стаза,
- Свјетско првенство у рафтингу 2009. године (Бања Лука/Фоча).

#### *Неопходне мјере*

- Јасније дефинисање тражње и савремених захтјева тржишта,

- Усклађивање календара манифестација на нивоу МТО и шире са циљем разноврсности и њихово рангирање (важност, значај, обим, вријеме),
- Успостављање система мјерења економског ефекта
- Увођење нових манифестација у циљу повећања разноврсности туристичке понуде и ублажавања сезоналности,
- Идентификовати локалитете за организовање манифестација и препоручити мјере за унапређење услова одржавања (неопходна инфраструктура),
- Обнављање манифестација које се односе на НОБ и битку на Сутјесци,
- Препоруке за јасније циљеве у сврху одржавања манифестација.

## Планински туризам

Кључни елементи развоја

- Маглић, Зеленгора-НП Сутјеска- Волујак,
- Највиши врх РС/БиХ /на планини Маглић/,
- Релативно добра организованост различитих удружења (Планинарски савез РС, БиХ),
- Постојање планинарских стаза,
- Биодиверзитет.

### *Неопходне мјере*

- Доношење посебних мјера заштите у оквиру пројекта ревитализације НП Сутјеска,
- Повећања разноврсности смјештајних капацитета у складу са природним амбијентом и циљним групама (планинари, рекреативци, авантуристи...),
- Уређење и маркирање планинских туристичких стаза уз одговарајућу туристичку сигнализацију,
- Адекватна организација и обука људских ресурса (водичи, горска служба...),
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа (повезивање туристичке понуде).

## Бањски/велнес туризам

Кључни елементи развоја

- Бишеградска бања /Термални и термоминерални извори/, хотел Вилина Влас/,
- Традиција,
- Непосредно окружење бањског локалитета препознатљиво по културно-историјским вриједностима.

### *Неопходне мјере*

- Обезбјеђење услова за инвестирање,
- Раздвајање медицинског, рекреативних и велнес садржаја,
- Прилагођавање садржаја циљним групама као што су тинејџери, млади пословни људи, породице и старији,
- Репозиционирање на тржишту,
- Проширење ванпансионског садржаја унутар бањског центра и непосредног окружења,
- Завршетак процеса приватизације
- Остале мјере у складу са развојем туристичког производа (повезивање туристичке понуде).

## Спортско-авантуристички туризам

Кључни елементи развоја

- Ријеке /Тара, Дрина, Лим/,
- Језера /„Горске очи“, на Зеленгори/,
- НП Сутјеска са околним планинама,
- Постојећи спортски садржаји /Тјентиште/,
- Здрава и очувана природна средина,
- Природни диверзитет,
- Антропогене специфичности /сточарски катуни на Зеленгори/.

#### **Неопходне мјере**

- Регулисати рафтинг туризам на Тари и Дрини у домену транспорта, смјештаја, сигурности туриста, у складу са Законом о туризму РС,
- Стандардизовати квалитет услуга,
- Дефинисати програме авантуристичког туризма у складу са тражњом и могућностима туриста,
- Дефинисати туристичке руте у простору МТО, у сарадњи са туристичким субјектима у циљу повезивања туристичких потенцијала, изградња неопходне инфраструктуре (смјештајни објекти, мјеста за одмор, одлагање смећа итд.), унапређења интегралног туристичког производа на међурегионалној сарадњи и сл.;
- Обезбиједити услове за несметано бављење наутичким туризмом,
- Ревитализовати бренд „Воденог ћире“,
- Идентификовати кључне тачке за панорамско разгледање те изградњу платформи /НП Сутјеска/,
- Дефинисати програме адреналин парка и центра понуде,
- Рестаурирати постојеће и подстаћи изградњу смјештајних капацитета типа бунгалова, планинских катуна и сл.

### **Ловни и риболовни туризам**

#### Кључни елементи развоја

- Богата ловништа, разноврстан рибли фонд,
- Здрава и очувана природна средина,
- Релативно добра организованост ловачких и риболовачких удружења.

#### **Неопходне мјере**

- Уређење и заштита ловних и риболовних подручја,
- Активирање спортског риболова и ограниченог лова у циљу постизања туристичког бренда,
- Утврђивање стандарда за све елементе ловног и риболовног туризма (кодекс понашања, добар примјер спортског риболова – Рибник).

### **Сеоски туризам**

#### Кључни елементи развоја

- Рурална подручја (Тјентиште са околином, Фоча са околином и остала мјеста у долини ријеке Дрине),
- Комплементарност са планираним брендом простора потенцијалне МТО,
- Повољни био-климатски услови,
- Традиција у производњи домаћих пића (шљивовице) и производа од воћа.

#### **Неопходне мјере**

- Формирање програма за едукацију и обуку за постојеће и потенцијалне учеснике у

- пружању услуга сеоског туризма,
- Формирање асоцијације сеоских домаћинстава која пружају туристичке услуге,
- Утврђивање стандарда сеоског туризма,
- Регулисати продају домаћих производа у циљу заштите туристе-потрошача, заштите производа, дестинације и туристичког бренда.

### **КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ**

- Национални парк Сутјеска – ревалоризација туристичких потенцијала. У току су преговори (апликације за ЕУ фондове) за прекограничну сарадњу РС – ЦГ – СРБ, под мотом „Све што је природно није туђе“,
- **Мастер план НПС (Национални парк Сутјеска),**
- Пројекат под називом *На пут са ћиром* /прекогранична туристичка понуда (РС – Србија) и ускотрачном пругом Мокра Гора – Вардиште – Вишеград /већи дио пројекта завршен/,
- Ревитализација Вишеградске бање /Вилина влас,
- Уређење музеја Иве Андрића,
- Рестаурација Вишеградског моста,
- Уређење и стављање у функцију постојећег музеја Тјентиште/НП Сутјеска,
- Изградња адреналин парка са пригодним смјештајним капацитетима,
- Пројекат „Каменград“ – Влада РС и Емир Кустурица,
- Изградња едукативног и инфо центра на Тјентишту,
- Комплетно уређење резиденцијалног насеља на Тјентишту и уклањање барака/кућа,
- Пројекат дефинисања туристичких/тематских рута за авантуристички и планински туризам, у сарадњи са институцијама РС, ФБиХ, ЦГ и Републике Србије.

#### **36.17.6. Требињска МТО**

*Источна Херцеговина, са Требињем, главним урбаним и културним центром, својеврсан је **бренд** саткан од херцеговачког криша, измијењене медитеранске климе, богате културе, дуге историје, разборитости и гостопримства локалног становништва. Пуна валоризација природних и антропогених вриједности претпоставка је одрживом туризму, с акцентом на вјерски, културни, транзитни и манифестациони, перспективно сеоски, еко, и туризам на сеоском газдинству.*

#### **Туризам**

Релативно слаба саобраћајна повезаност са емитивним окружењем и недостатак потребне сарадње са органима локалне власти и носиоцима развоја туризма на дубровачкој ривијери, те чест прекид саобраћаја преко Чемерна, главни су разлози спорог опоравка и развоја туризма у овом дијелу РС. Наведени и слични разлози утичу на спор опоравак руралних подручја и афирмацију сеоског туризма.

#### **Облици туризма:**

##### **Градски туризам**

Кључни елементи развоја

- Требиње са културно-историјским вриједностима /манастири, цркве, цамије... , архитектонска остварења /Стари град, старе тварање у близини Требиња – Мичевац и Клобук, Автовац код Гацка... ,
- Културне манифестације,
- Лик и дјело Јована Дучића,
- Краљеви подруми /Требиње/,

- Петропавлова пећина /Требиње/,
- Етно-културне вриједности /народни плес, пјесма, легенде и митови, гастрономија, домаћа радиност и сл./,
- Родно мјесто св. Василија Острошког /Мркоњићи поред Требиња/.

#### **Неопходне мјере**

- Регулисање саобраћаја у Старом граду /Требиње/,
- Адекватна туристичка валоризација стећака у припадајућем простору (нпр. тематски путеви стећака),
- Повећање смјештајних капацитета типа хотела,
- Јасније представљање митова, легенди и обичаја у туристичкој понуди,
- Рестаурација старих /“аустријских“ тврђава у Требињу, Автовцу и Билећи,
- Туристичка валоризација лика и дјела Јована Дучића,
- Туристичка валоризација села Мркоњићи (родно мјесто св. Василија Острошког),
- Израда плана уређења и туристичке валоризације старог насеља Автовац и прекограничне сарадње са ЦГ. Израдња инфо центара и сл. ,
- Стимулисати домаћу радиност, производњу сувенира и организовати ланац дистрибуције уз одговарајуће субвенције,
- Уређење пјешачких зона уз обалу Требишњице и Билећког језера те уређење осталих јавних површина,
- Повећање броја културних догађаја са нагласком на љетни дио године (нпр. представе на отвореном),
- Идентификовати угоститељску понуду са циљем унапређења разноврсности и квалитета у складу са тржишним трендовима и сировинском основном регије (већа заступљеност локалних производа),
- Увођење туристичке сигнализације у укупном простору МТО.

### **Вјерски туризам**

#### Кључни елементи развоја

- Вјерски објекти / манастири: Тврдош, Грачаница, Дужи, Добрићево, Петропавлов, цркве и цамије – Требиње, Невесиње, Билећа, Гацко,
- Алтернативни видови понуде /Вински подруми манастира Тврдош, реликвије, сувенири.../.

#### **Неопходне мјере**

- Успостављање ефикасније сарадње између представника вјерских заједница и туристичке индустрије са циљем интегрисања вјерског туризма у туристички производ источног дијела РС (конкретне мјере ће бити дефинисане у планираној стратегији вјерског туризма РС).

### **„Мице“ туризам**

#### Кључни елементи

- Невесињска олимпијада /Невесиње/,
- Дучићеви дани поезије /Требиње/,
- Требињске љетне свечаности /Требиње/,
- Кошаркашки камп Дејана Бодирогe /Требиње/.

#### **Неопходне мјере**

- Јасније дефинисање тражње и савремених захтјева тржишта,

- Усклађивање календара манифестација са циљем разноврсности, и њихово рангирање (важност, значај, обим, вријеме),
- Успостављање система за мјерење економског ефекта манифестација
- Идентификовати локалитете за организовање манифестација и препоручити мјере за унапређење услова одржавања (неопходна инфраструктура),
- Препорука за јасније циљеве и сврху одржавања манифестација.

## Планински и еко туризам

Кључни елементи развоја

- Планине Орјен, Лебршник, Чемерно и Вољујак,
- Крашки терени и крашки облици вртаче, увале, понорнице и пећине.

### *Неопходне мјере*

- Изградња мјеста за камповање и њихово уређење,
- Маркирање стаза и одговарајуће одржавање,
- Организовање водичке службе.

## Спортско-авантуристички туризам

Кључни елементи

- Пјешачење, излети /Вележ, Подвележје, Орјен/,
- Јеер сафари – Билећа,
- Јахање на коњима /Невесиње.../,
- Параглајдинг – постојећи терени Орјен –Требиње,
- Брање љекобиља /Љубиње, Требиње, Билећа.../.

### *Неопходне мјере*

- Маркирати туристичке стазе (бицикличке/пјешачке/коњичке/планинарске),
- Дефинисати туристичке руте у сарадњи са туристичким организацијама из непосредног окружења у циљу повезивања туристичких потенцијала, те изградња неопходне инфраструктуре на тим рутама (смјештајни објекти, мјеста за одмор, одлагање смећа итд.),
- Обезбиједити услове за формирање полигона за параглајдинг,
- Креирање сафари стаза уз планирање пунктова за панорамско разгледање,
- Стандардизовање туристичких услуга.

## Ловни и риболовни туризам

Кључни елементи развоја

- Језера /Билећко, Горичко, Клиње/,
- Ловишта / све општине у МТО/.

### *Неопходне мјере*

- Уређење и заштита ловних и риболовних подручја,
- Изградња одговарајућих смјештајних објеката у складу са природним окружењем за потребе ловаца,
- Утврђивање стандарда за све елементе ловног и риболовног туризма (кодекс понашања, добар примјер спортског риболова – Рибник).

## Сеоски и еко туризам

## Кључни елементи развоја

- Херцеговачка села /у ободу Попова поља, шири простор Чемерна, Зубци, околина Невесиња/,
- Одговарајући биоклиматски услови / узгој воћа и поврћа /,
- Љековито биље /разноврсност и распрострањеност /.

### Неопходне мјере

- Формирање програма за едукацију и тренинг за постојеће и потенцијалне учеснике у пружању услуга сеоског туризма,
- Формирање асоцијације сеоских домаћинстава која пружају туристичке услуге,
- Утврђивање јасних стандарда сеоског туризма и појединачних туристичких производа,
- Регулисати продају домаћих производа у циљу заштите туристе-потрошача, производа, дестинације и туристичког бренда.

### КЉУЧНИ ИНВЕСТИЦИОНИ ПРОЈЕКТИ <sup>101</sup>

- Обнова ускотрачне пруге од Чапљине према Требињу, Билећи и даље за Никшић /ЦГ/<sup>102</sup>,
- Изградња херцеговачког етносела / могуће локације: Дракуљица поред Билеће, Моско, Зубци, неко од села у ободу Попова поља поред магистралног пута Требиње – Љубиње,
- Уређење купалишних локација на Билећком језеру,
- Рестурација старих војних тврђава / „аустријске“ касарне,
- Уређење приобаља Требишњице кроз Требиње.

## 36.18. Примјер развоја туристичког производа Требињске МТО

Градски и културни туризам			
Приоритети	Водећа институција /агенција	Временски период пројекта	Партнери за подршку
Стари град Требиње: редизајн у складу са културном баштином, адекватна туристичка понуда	Општина Требиње Институције за заштиту културних садржаја	У току имплементације стратегије	Приватни сектор Локална заједница, ОТО/ МТО
Валоризација вјерског туризма: развој нових и побољшање постојећих производа у складу са традицијом, са фокусом на требињску Грачаницу, Тврдош, Добрићево и друге манастире у овом дијелу РС, пуна маркетиншка обрада	Општина Требиње Српска православна црква	2011 – 2015.	Приватни сектор Општине, ОТО, МТО
Арсланагића мост: уређење, маркетиншка обрада	Општина Требиње Институције за заштиту културних споменика	2011 – 2012.	Локална заједница МТО Могућност финансирања

<sup>101</sup> Пројекти чија се реализација очекује

<sup>102</sup> Пројекат од међудржавног значаја

			из фондова ЕУ
<b>Автовац: Оживљавање старог града са околином – Камени град – обнова старих камених кућа Минимумеј Уређење ријечног корита</b>	Општина Гацко Термоелектрана Гацко Локална заједница	2011 – 2020.	Приватни сектор Локална заједница МТО Могућност финасирања из међународних фондова

<b>Рурални и еко туризам</b>			
<b>Приоритети</b>	<b>Водећа институција /агенција</b>	<b>Временски период пројекта</b>	<b>Партнери за подршку</b>
Етно село у непосредној близини Билеће	МТО/ ТО, Билећа Локални предузетници	2011 – 2014.	Приватни сектор
Туристичка фарма Врба (Гацко)	Локални предузетници	До 2015.	Приватни сектор

<b>Планински и авантуристички туризам</b>			
<b>Приоритети</b>	<b>Водећа институција /агенција</b>	<b>Временски период пројекта</b>	<b>Партнери за подршку</b>
Смјештајни објекти (планински домови; мањи хотели до 50 лежаја у близини планинских масива и уз главне цестовне правце: Фоча – Гацко – Требиње; Гацко – Невесиње – И. Мостар)	МТО, ОТО, локалне заједнице, предузетници, инвеститори	2011 –	Туристички оператери Институције за заштиту животне средине, природног и културног наслеђа

<b>МІСЕ/ Специјални догађаји</b>			
<b>Приоритети</b>	<b>Водећа институција /агенција</b>	<b>Временски период пројекта</b>	<b>Партнери за подршку</b>
“Добро дошли кући” – манифестација усмјерена према циљној групи херцеговачка дијаспора, оснивачка година повезана са неким историјским догађајем	МТО, ЛТО (локалне туристичке организације)	до 2012.	Приватни сектор, културне асоцијације итд.

<b>Инфраструктура</b>			
<b>Приоритети</b>	<b>Водећа институција /агенција</b>	<b>Временски период пројекта (године)</b>	<b>Партнери за подршку</b>
Инфо центри: Требиње, Билећа, Гацко, Невесиње	Локалне заједнице ОТО/МТО	1 – 2	Локални туристички оператери, ОТО/МТО
Туристичке ознаке: у свим мјестима и у атрактивним	Локалне заједнице, ОТО/ МТО	1 – 3	Институције за заштиту природне средине и културне баштине



туристичким зонама			
<b>Отпад и санитарне депоније; Мјеста за прикупљање отпада; Јавни тоалети</b>	Локалне заједнице ОТО/ МТО	1 – 4	Институције за заштиту животне средине и уређење простора

### 36.19. Акциони планови МТО РС

#### Развој МТО РС: Прва фаза

Активност	Ко је одговоран?	Мјерење резултата и успјешности
Направити модел за финансирање МТО од њеног оснивања (рок: 2011 – 2012.)	<b>Представници општина до оснивања МТО и у сарадњи МТО са оператерима</b>	Квантитативни и квалитативни показатељи у туризму
Направити модел интегралног развоја туризма МТО (мастер планови потенцијалних МТО)	<b>ОТО / ГТО, до оснивања МТО</b>	Исто
Сви представници јавног / приватног сектора сагласни су да је туризам кључни фактор социо – економског и укупног развоја. <ul style="list-style-type: none"> <li>• локалне заједнице ће пружити финансијску подршку унапређењу туристичке инфраструктуре</li> <li>• МТО ће координирати активности на успостави одрживог туризма.</li> </ul>	<b>Локалне заједнице ОТО и ТАГ до оснивања МТО, представници приватног сектора, привредни субјекти</b>	Исто
Развити програме туристичког производа МТО у циљу унапређења туризма и успоставити сарадњу са туристичким оператерима: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Направити план за промоцију мјерења квалитета, до 2012.,</li> <li>• успоставити базу података за утврђивање и праћење квалитета, до 2012.</li> </ul>	<b>ОТО и ТАГ до оснивања МТО, у сарадњи са ТОРС-ом и институцијама одговорним за мјерење и контролу квалитета</b>	Исто
Унаприједити рад туристичких оператера: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Направити тренинг програме, до 2012.,</li> <li>• Имплементација, до половине 2012.,</li> <li>• Ревизија, до половине 2013.</li> </ul>	<b>Тренинг провајдери уз помоћ ОТО, ТАГ, ТОРС, образовне институције, Привредна комора РС</b>	Исто
Направити програме (методологију) за истраживање и развој: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Успостављање базе података, до 2012.,</li> <li>• Усвајање модела за истраживање, до 2012.,</li> <li>• Веб страница за текуће пројекте,</li> <li>• План израде ГИС-а.</li> </ul>	<b>ОТО, ТАГ (МТО), ТОРС, у сарадњи Министарством трговине и туризма</b>	Исто
Направити план манифестација за регију: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Идентификовати промоторе и успоставити потребну сарадњу,</li> <li>• Обезбиједити средства за маркетинг и подршку манифестацијама, до краја 2012.</li> </ul>	<b>ОТО и ТАГ до оснивања МТО, у сарадњи са ТОРС-ом, локалним заједницама, институцијама културе и Министарством трговине и туризма</b>	Исто

### 36.20. Акциони план дестинацијског менаџмента МТО РС

Активност	Ко је одговоран ?	Мјерење резултата успјеха
<p>Сви представници јавног/приватног сектора су сагласни да је туризам важан фактор друштвено-економског развоја регије, као и МТО, и у потпуности подржавају његов развој</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Општине ће пружити финансијску подршку у финансирању инфраструктуре, укључујући и туристичку</li> <li>• МТО ће координирати активности на успостави одрживог развоја туризма.</li> </ul>	<p><b>Општине, МТО, представници приватног сектора (веће и добродостојеће фирме)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спровођење провјере постојећих програма за изградњу туристичке инфраструктуре до 2012.</li> <li>• Идентификовати јаз између утврђеног стања и стратегије до 2012.</li> <li>• Да општине утврде и развију одговорност за подршку дестинацијског менаџмента у складу са тачкама утврђеним у Дијаграму <i>Инструменти (концептуални оквир) локалне или већег нивоа институционалне управе за планирање</i>, до 2012.</li> </ul>
<p>Успоставити програм за редовну комуникацију између сектора туризма и локалне управе (општина)</p>	<p><b>МТО са члановима, и општине</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Успоставити ОТО (туристички оператери, представници општина, локалне заједнице и приватни сектор – веће фирме) до 2012.</li> </ul>
<p>Развити скуп програма за помоћ оператерима и њихових пословних способности у циљу развоја квалитетних производа и услуга на принципима одрживог развоја</p>	<p><b>МТО у сарадњи са туристичким оператерима, консултанти за одрживи развој и институције одговорне за мјерење и контролу квалитета</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Направити план за промоцију мјерења квалитета, до 2012.</li> <li>• Успоставити базу података за утврђивање и праћење квалитета (од стране одговорне организација) у сврху поређења резултата из године у годину</li> <li>• Финансирати трогодишњи програм са циљем испуњавања задатих циљева</li> </ul>
<p>Комплетирати базу података свих програма за усавршавање људских ресурса као и могућности које нуди едукативни сектор (универзитети) и објавити информације</p>	<p><b>МТО</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Комплетирање базе података и идентификованих могућности, до 2012.</li> </ul>
<p>Направити план у сврху осигурања улаза у регију (саобраћајна инфраструктура)</p>	<p><b>МТО у сарадњи са општинским представницима, јавним и приватним превозницима, аеродромима, и жељезницом РС</b></p>	<p>Направити и лансирати маркетинг план за нову циљну групу Нпр: МТО - Бањалука линија Београд (аеродроме Н. Тесла) Маховљани БЛ. до 2012. Могућност отварања линије са неким буџетним авиопревозницима из неког града у ЕУ, за почетак само у љетним мјесецима Направити истраживање како побољшати интеграцију цестовног, авио и жељезничког превоза у погледу распореда, система резервација и друго до 2012. Направити неколико додатних пилот програма у оквиру МТО у сарадњи са фирмама јавног и чартер превоза, до 2012.</p>

Направити план за утврђивање вриједности туристичке индустрије и њене користи за локалну заједницу и локални економски развој	<b>МТО са туристичким оператерима представницима локалних заједница, медија и кључних финансијера.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>План комуникације између медија и локалних заједница, до 2012.</li> <li>Направити benchmark истраживање (упитник) до краја 2011 а потом једном годишње.</li> </ul>
Направити модел за финансирање МТО од њеног оснивања (2011)	Општине, постојеће туристичке организације, оператери и представници респектабилних и добродостојећих предузећа	<ul style="list-style-type: none"> <li>Модел финансирања до краја 2011.</li> </ul>

### 36.21. Акциони план дестинацијског маркетинга МТО РС

Активност	Ко је одговоран?	Мјерење резултата успеха
Позиционирање МТО и развој брэнда у складу са доминантним обиљежјима МТО	<b>МТО у сарадњи са представницима заинтересованих страна</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Бренд/лого лансиран до краја 2011.</li> </ul>
Урадити програм за истраживање тржишта са циљем идентификовања кључних циљних група које ће бити приоритет маркетиншке кампање	<b>МТО у сарадњи са представницима заинтересованих страна</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Направљен програм за истраживање и обезбијеђено финансирање до краја 2011. <ul style="list-style-type: none"> <li>Направити профил сваке циљне групе на бази кључних карактеристика (демографских, интересовања, потрошачке навике, навике комуникације итд.)</li> <li>Идентификовати партнере за <i>joint venture</i> маркетинг кампању</li> <li>Развити програм за истраживање туриста након боравка у дестинацији у сврху мјерења ефикасности маркетиншке кампање, као и процјену задовољства туриста са циљем побољшања квалитета производа и услуга</li> </ul> </li> </ul>
Направити програм за развој нових и побољшање постојећих производа, са фокусом на специјалне догађаје у Бањој Луци и осталим већим центрима РС, а уз помоћ маркетиншке кампање	<b>МТО у сарадњи са локалним оператерима и организацијама за специјалне манифестације</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Развити групу производа уз помоћ маркетиншке кампање до краја 2011.</li> <li>Пилот истраживање посјетилаца за нове манифестације, до краја 2011.</li> <li>Ревизија и ажурирање кампање и план за све манифестације у већим центрима МТО од краја 2011.</li> </ul>
Креирање и лансирање система за маркетинг базираном на Web site, интегрисаног у базу података	<b>МТО са члановима</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Имплементација базе података и софтвер програма до краја 2011.</li> <li>Лансирати прву маркетиншку кампању за приоритетне сегменте, краја 2011.</li> <li>Развити систем за асистирање чланова у погледу коришћења и ажурирања базе података њихових гостију до краја 2011.</li> </ul>
Обезбиједити континуирану и активну подршку удружењима (лов, риболов итд.) у МТО за удружену маркетиншку кампању на домаћем тржишту у РС и изван ње	<b>МТО са представницима удружења</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>План маркетинга и сагласност до краја 2011.</li> <li>Стратегија и маркетиншки план индивидуалних кластера до краја 2011.</li> </ul>
Развити програм за комуникацију и промоцију манифестација и атракција за локално становништво и њихове рођаке/	<b>МТО са представницима локалне управе и локалне</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Спровести истраживање са циљем процјене нивоа потрошње релевантне циљне групе до краја 2011.</li> <li>Развити нови план за комуникацију и</li> </ul>

пријатеље који их посјећују	заједнице	промоцију на бази резултата истраживања <ul style="list-style-type: none"> <li>• Спровести годишње истраживање локалног становништва у циљу процјена пораста до краја 2011..</li> </ul>
Подстакнути туристе у једном дијелу МТО да продуже свој боравак са посјетом другим мјестима у МТО са јасним препорукама и порукама	МТО са оператерима и организаторима манифестација	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Направити маркетиншки програм за посјетиоце манифестација и кључних атракција са препорукама других мјеста у МТО</li> <li>• Спровести пилот студију до краја 2011. и комплетирани годишњи програм.</li> </ul>

### 37. МОНИТОРИНГ

Стратегије је заснована на принципи континуираног друштвеног планирања. Такав приступ укључује потребу доношења годишњих оперативних планова као израза динамичне туристичке политике. То омогућава управљање Стратегијом и њено прилагођавање евентуално новим друштвеним околностима.

Израда годишњих планова и приједлога туристичке политике засниваће се на:

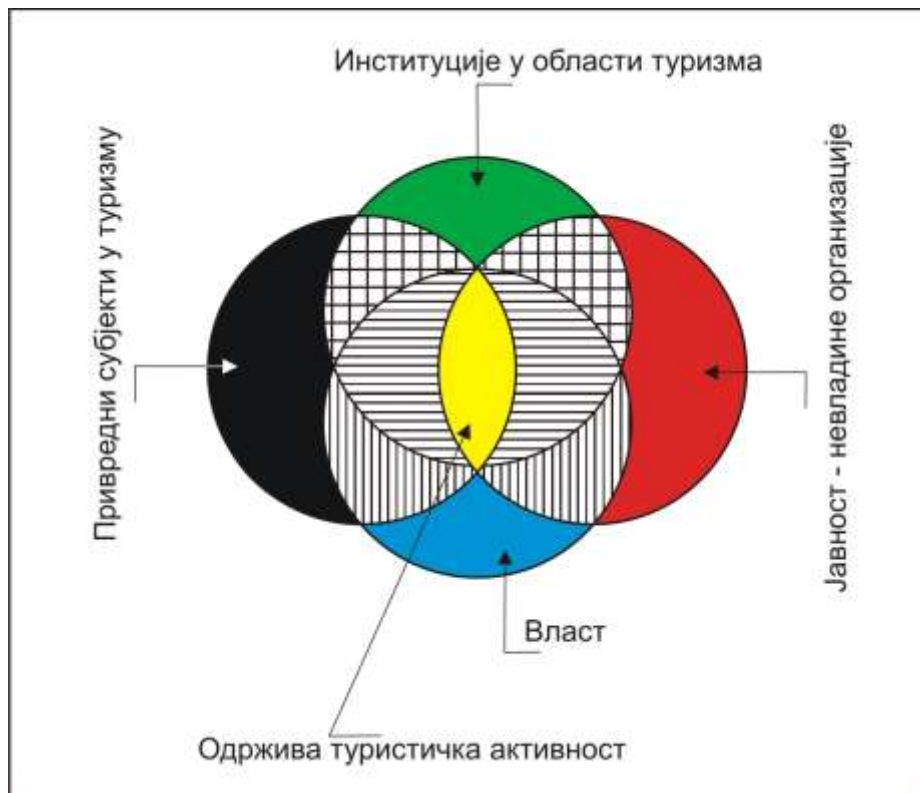
- елементима ове Стратегије,
- евентуално новим стратешким приједлозима релевантних учесника туристичке дјелатности,
- контекстуалним промјенама (политичким, економским, демографским, технолошким и др).

Континуирани мониторинг имплементације Стратегије врши Министарство трговине и туризма у сарадњи са надлежним институцијама и органима. Такође, ово Министарство ће координирати активности на праћењу мониторинга од стране других релевантних учесника у провођењу одређених мјера из Акционог плана.

### 38. МОДЕЛ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И УПРАВЉАЊА ТУРИСТИЧКИМ АКТИВНОСТИМА РС

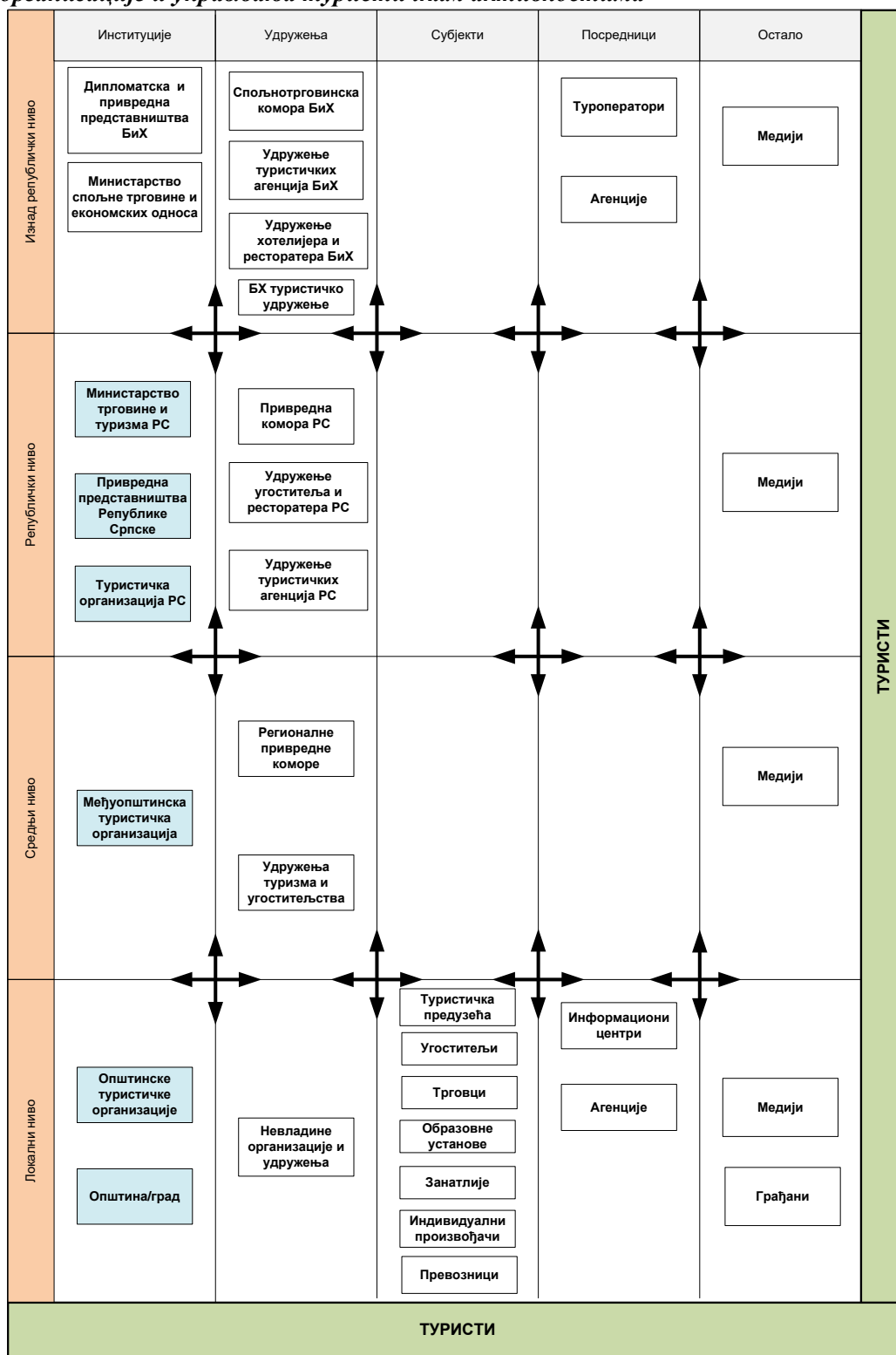
Република Српска мора предузети озбиљне напоре у циљу оперативне ефикасности туризма. У том циљу у овој Стратегији већ је понуђен модел институционалне организованости туризма на три нивоа, републичком, међуопштинском и локалном (општинском). Кључ ефикасности припада кластерима. Оперативна ефикасност кластера произилази из суштинске заинтересованости субјеката у кластеру. Напредак било ког субјекта у кластеру унапређује туристички производ кластера и МТО у цјелини, а у исто вријеме смањује оперативне трошкове. Међузависност дјеловања различитих субјеката у кластеру унапређује пословну ефикасност. Успјех у туризму све више зависи и од конкурентности, а већи ниво управљачке ефикасности подиже конкурентност. Дакле, основни захтјеви модела организације и управљања туристичким активностима подразумијевају већу продуктивност и успоставу ефикасног система управљања. Та ефикасност дефинисана је утицајем привредних субјеката у туризму, органа власти, институционалним нивоима у туризму и јавношћу.

*Графикон 17. Оквир одрживих туристичких активности*



У наредној табели приказан је шематизован модел организације и управљања туристичким активностима. Суштински значај имају институције и тијела на нивоу државе (БиХ), Републике Српске, институције и тијела на нивоу дефинисаних (потенцијалних) МТО, локалних заједница, те субјекти заинтересовани за развој и унапређење туристичке дјелатности и туризма у цјелини.

## Модел организације и управљања туристичким активностима



Активности и сарадња са привредним представништвима Републике Српске у иностранству по питању унапређењу развоја туризма у Републици Српској треба да се одвија у оквиру Министарства за економске односе и регионалну сарадњу. У том смислу, Министарство за трговину и туризам и Министарство за економске односе и регионалну сарадњу треба да формирају стално координационо тијело које ће се бавити назначеном проблематиком.

### 39. ИНСПЕКЦИЈСКИ НАДЗОР НАД ПРИМЈЕНОМ ЗАКОНА О ТУРИЗМУ РС И ПРОПИСА ЗА ЊЕГОВО ПРОВОЂЕЊЕ

У циљу досљедене примјене Закона о туризму РС, што у основи чини темељни приступ уређења туристичке дјелатности и уређења туристичког простора, неопходно је успоставити одговарајуће **контролне механизме**, који ће између осталог, допринијети смањењу и елиминацији сиве економије у туристичкој привреди. У вези с овим, неопходно је у оквиру Републичке управе за инспекцијске послове формирати службу **туристичке инспекције**, која ће путем туристичких инспектора вршити законом предвиђене послове. Ово тим прије што Закон о инспекцијама у номенклатури занимања предвиђа занимање **туристички инспектор**. Приликом формирања туристичке инспекције могуће је извршити прерасподјелу запослених у оквиру Републичке управе за инспекцијске послове, чиме би се избјегло ново оптерећење буџета.

### 40. ЗАКЉУЧАК

---

Аналитички дио ове Стратегије јасно је показао да је Република Српска туристички неразвијен простор, те да у том погледу знатно заостаје за свим земљама у окружењу. Илустрације ради, удио туризма у БДП у 2008. години износио је свега 0,95%. Аналитички показатељи упућују и на неодговарајућу кадровску структуру запослених у области туризма. Ово се посебно односи на учешће високообразовног кадра (мање од 15% у 2008. години). Сем наведеног, развој туризма у Републици Српској прати читав низ проблема различите природе. Евидентна је застарјела и нефункционална туристичка инфраструктура. Друмска саобраћајна мрежа не задовољава захтјеве савременог туризма и има ограничавајућу улогу развоја. Такође, евидентна је застарјела и нефункционална туристичка супраструктура, видан је недостатак хотела високе категорије са престижнијим смјештајним капацитетима и додатном туристичком понудом. Претходна констатација се посебно односи на проблеме у развоју планинског и бањског туризма.

Проблеми развоја туризма Републике Српске у доброј су мјери у вези с институционалним оквиром и надлежностима дефинисаним Законом о туризму Републике Српске. Искуства развијених земаља јасно су показала да у институционалном погледу организација туризма на регионалном нивоу чини битну претпоставку развоја. С тог аспекта ова Стратегија дефинише организацију туризма Републике Српске на нивоу МТО, њихов број, те мјесто и улогу туристичких кластера у развоју и унапређењу туризма. Са институционалног гледишта дефинисано је мјесто и улога осталих релевантних институција у развоју туризма, прије свега Министарства трговине и туризма, Туристичке организације РС, туристичких организација општина и туристичких организација градова.

Проблеми у вези с развојем туризма Републике Српске добрим дијелом проистичу и из неповољне социо економске структуре, општих економских услова развоја, транзиције система, проблематичних политичко-географских процеса у држави и њеног лошег имица на туристичком тржишту.

Анализа туризма Републике Српске за период 2003 – 2008. године, показала је стаалан раст броја долазака и броја ноћења, како домаћих тако и страних туриста. Домаћи туристи остварили су већи број долазака и већи број ноћења од страних туриста. Такође, анализе су показале да се највећи обим туристичког промета, мјереног бројем долазака, оствари у категорији Остала туристичка мјеста. То практично значи да се ради о тзв. градском туризму. Друго мјесто, мјерено бројем долазака, припада планинском а треће бањском туризму. С обзиром на остварени број ноћења прво мјесто припада бањском, друго градском (Остала туристичка мјеста), а треће планинском туризму. Може се очекивати да ће се и у наредном периоду наставити тренд раста обима туристичког промета, те да ће управо претходно поменути видови туризма (бањски, градски, планински) имати водећу улогу у туристичкој привреди Републике Српске. Ипак, нови трендови на туристичком тржишту у први план стављају све већу тражњу за посебним видовима туризма заснованим на вредновању здраве животне средине, посебних природних и изворних антропогених вриједности, што у први план ставља развој сеоског, еко, етно, авантуристичког, ловног, риболовног, едукативног и сличних видова туризма. У том погледу Република Српска располаже респектабилним потенцијалима. Развој и унапређење поменутих видова туризма у

тијесној је вези с општим условима развоја, посебно у вези с активним мјерама подстицаја, што је дефинисано овом Стратегијом.

Имајући у виду претходно, приоритетни облици туризма у Републици Српској за период 2011 – 2020. године су: сеоски, планински, транзитни, вјерски, градски и бањски туризам, уз напомену да сеоски туризам интегрише бројне видове туризма (рурални, етно, еко, туризам на сеоском газдинству, спортски, авантуристички, омладински, едукативни, научни...).

**Стање туризма Републике Српске након 2020. године, складно стратешким одређењима, програмима и мјерама, поред раста прихода и запослености, дефинисаће:**

- унапријеђен туристички положај Републике Српске у односу на регионално окружење,
- прихваћен имиџ Републике Српске као сигурне дестинације,
- видно унапријеђен квалитет, обим и структура туристичке понуде,
- растућа домаћа тражња,
- растућа инострана тражња,
- туристичка препознатљивост и организованост туризма на различитим моделима функционалног и интересног повезивања,
- унапријеђена туристичка инфра и супраструктура,
- наглашено учешће приватно-јавног сектора у туризму,
- унапријеђена кадровска структура,
- препознатљива понуда сеоског туризма,
- препознатљивост центара градског туризма,
- већи број специјализованих туристичких производа,
- довршен процес приватизације туристичких и хотелских предузећа.



# О Б Р А З Л О Ж Е Њ Е

## ПРИЈЕДЛОГА СТРАТЕГИЈЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ ЗА ПЕРИОД 2011-2020 ГОДИНА

### I УСТАВНИ ОСНОВ

Уставни основ за доношење Приједлога стратегије развоја туризма Републике Српске за период 2011-2020 година, садржан је у Амандману XXXII на члан 68. став 1. т. 6, 7, 8. и 18. Устава Републике Српске којим је утврђено да Република Српска уређује и обезбјеђује:

- основне циљеве и правце привредног, научног, технолошког, демографског и социјалног развоја пољопривреде и села, коришћење простора, политику и мјере за усмјеравање развоја и робне резерве,

- друге односе од интереса за Републику, у складу са Уставом.

### II УСКЛАЂЕНОСТ СА УСТАВОМ, ПРАВНИМ СИСТЕМОМ И ПРАВИЛИМА НОРМАТИВНОПРАВНЕ ТЕХНИКЕ

**Уставни основ** за доношење ове Стратегије садржан је у Амандману XXXII на члан 68. т. 6., 7., 8., и 18. Устава Републике Српске, према којима Република, између осталог, уређује и обезбјеђује основне циљеве и правце привредног, научног, технолошког, демографског и социјалног развоја, пољопривреде и села, коришћење простора, политику и мјере за усмјеравање развоја и робне резерве и друге односе од интереса за Републику.

Стратегијом развоја туризма Републике Српске за период 2011-2020, а на основу свеобухватне и детаљне анализе стања у туризму, дефинишу се циљеви развоја туризма на средњорочном нивоу, те начин њиховог остваривања и праћења.

Основни циљеви ове Стратегије су унапређење конкурентности туризма Републике Српске и раст обима туристичког промета, веће учешће туризма у бруто друштвеном производу, већи девизни прилив, раст запослености, општи напредак у социоекономском развоју, дугорочна заштита природног и културног наслеђа и заштита туристичких потрошача.

Примједбе и сугестије овог секретаријата у вези са текстом Приједлога стратегије односиле су се на усклађивање текста Стратегије са позитивним законским прописима и са правним системом Републике Српске. Највише примједби упућено је на усклађивање текста са **Законом о републичкој управи** („Службени гласник Републике Српске“, бр. 118/08, 11/09, 74/10 и 86/10).

Обрађивач је све примједбе и сугестије прихватио и уградио у текст Стратегије.

### III УСКЛАЂЕНОСТ СА ПРОПИСИМА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ

Мишљењем Министарства за економске односе и регионалну сарадњу, број: 17.03-020-415/11 од 13.04.2011. године упућује се на документ Европске уније под називом "Нова политика туризма ЕУ" из 2007. године у смислу тенденције јачања конкурентности у туристичком сектору, што представља један од кључних фактора за остваривање појединих стратешких циљева Европске уније међу којима, се прије свега мисли на запошљавање и економски развој. Европски парламент у Новој политици туризма ЕУ указује на потребу хармонизације прописа и стандарда квалитета туристичког смјештаја унутар Европске уније. Усклађивање прописа РС из поменуте области са прописима

Европске уније и прихватање заједничких стандарда, од великој је значаја за привлачење иностраних туриста.

#### **IV РАЗЛОЗИ ЗА ДОНОШЕЊЕ СТРАТЕГИЈЕ**

Стратегијом развоја туризма РС за период 2011-2020. година дефинишу се циљеви развоја туризма на средњорочном нивоу, начини њиховог остваривања и праћења, а на основу процјене тренутног стања у туризму.

Министарство трговине и туризма је почетком 2009. године расписало јавни конкурс за избор најповољнијег понуђача ради израде Стратегије развоја туризма као свеобухватног планског документа који ће на средњорочном нивоу обезбједити основне правце развоја туристичке привреде Републике Српске. Као најповољнији понуђач за израду Стратегије изабран је Универзитет у Бањој Луци - Природно-математички факултет са којим је Министарство закључило уговор о изради Стратегије развоја туризма Републике Српске за период 2011-2020. година.

Основни циљеви Стратегије су унапређење конкурентности туризма Републике Српске и раст обима туристичког промета, веће учешће туризма у БДП, већи девизни прилив, раст запослености, општи напредак у социоекономском развоју (побољшање квалитета живота), дугорочна заштита природног и културног наслеђа, те заштита туристичких потрошача.

#### **V ОБРАЗЛОЖЕЊЕ ПОНУЂЕНИХ РЈЕШЕЊА**

Стратегија развоја туризма Републике Српске за период 2011-2020. године је стратешки документ на основу којег ће надлежно министарство у Влади Републике Српске проводити дефинисане активности у циљу остварења стратешких циљева развоја туризма. Концептуално, овај документ чине два дијела:

1. први дио, у којем су обрађени фактори развоја и стање туризма у Републици Српској, и

2. други дио, у којем је постављена визија, те утврђени стратешки циљеви туризма Републике Српске, дефинисане мјере за рјешавање утврђених проблема, утврђена улога бројних учесника у туристичкој привреди и дефинисан модел организације и управљања туристичким активностима. Исто тако, у овом дијелу су предложени Акциони план и хитне мјере у циљу остварења стратешких циљева развоја туризма Републике Српске.

Стратегија даје одговор на два кључна питања: Којим правцем развијати туризам Републике Српске? Како подстаћи развој туризма?

У првом дијелу Стратегије извршена је аналитичка обрада података из области туризма. Приказани су фактори развоја туризма, природни ресурси од посебног значаја за развој туризма, социолошко-културолошка обиљежја РС, културно-историјски потенцијали и могућности развоја културног туризма, људски ресурси (кадрови у туризму), привредни систем, саобраћај, туристичка супраструктура и остали битни показатељи тренутног стања туризма у Републици Српској. Такође, Стратегија се бавила и ванпансионском потрошњом и туристичкој посјећености Републике Српске, институционалној организованости и надлежностима из области туризма те стањем животне средине. Након утврђеног тренутног стања у области туризма, урађена је анализа развијености појединих видова туризма (транзитни, планински, бањски, туризам градова, манифестациони, ловни, риболовни, вјерски, еко, сеоски, спортско-авантуристички и др.), дефинисани су проблеми у њиховом развоју након чега су предложене неопходне мјере за откалавање датих проблема. На крају аналитичког дијела дефинисани су кључни

проблеми туризма Републике Српске, извршен је упоредни приказ туризма РС и конкурентски земаља, представљен је оквир будућег развоја туризма те SWOT анализа.

У другом дијелу Стратегије садржани су показатељи стања туризма Републике Српске, вриједности туристичког производа, трендове на туристичком тржишту, услове и могућности развоја појединих видова, могућности подстицаја и сл. Стратегија је дефинисала приоритетне облике туризма у Републици Српској у наредном десетогодишњем периоду, а то су:

1. Сеоски и рурални туризам
2. Планински туризам
3. Транзитни туризам
4. Вјерски туризам
5. Туризам градова
6. Бањски туризам.

У Другом дијелу постављени су и визија и стратешки циљеви туризма РС, до 2020. године. У периоду 2011–2020. године развој туризма у Републици Српској мора испунити четири основна стратешка циља:

1. Побољшање квалитета туристичког производа
2. Побољшање услова развоја туризма
3. Повећање обима туристичког промета
4. Унапређење туристичког производа базираног на одрживом развоја

Визија Републике Српске у области туризма :

Република Српска у наредних девет година треба да обезбиједи нове инвестиције у развој туристичких капацитета, инфраструктуре, људских ресурса и информационих технологија и развој предузетништва, те на основу тога постане препознатљива туристичка дестинација са интегралним и квалитетним туристичким производом.

Након, дефинисања стратешких циљева урађен је Акциони план и временски оквир реализације стратешких циљева туризма као и Акциони план хитних мјера за десетогодишњи период:

Укупна хитна улагања у туризам предвиђена су у износу од 13,409.000 КМ (колико износи збир улагања Министарства и кредитних средстава). Због обавеза корисника средстава да и ону учествују у инвестиционим и програмским стимулацијама, укупна улагања по основу хитних мјера би износила више од 20.000.000 КМ.

Испитани су и услови за инвестирање у туризам Републике Српске, процјена обима и структуре инвестиција, те кључни субјекти и њихове улоге и вођењу туристичке политике Републике Српске.

У оквиру генералне стратегије туризма Републике Српске предложено је формирање међуопштинских туристичких организација. Формирањем међуопштинских туристичких организација и успостављањем мреже информативних центара ријешено би се проблем координационе и информативне неусклађености туристичких активности у оквиру дефинисаног туристичког простора. Стога Стратегија препоручује оснивање слиједећих међуопштинских туристичких организација: МТО Бањалука, МТО Добој, МТО Зворник, МТО И. Сарајево, МТО Фоча и МТО Требиње. Такође дата је детаљна анализа потенцијалних МТО РС са фокусом на правце туристичког развоја према генералној коцепцији развоја туризма. Овај текст завршава се са акционим планом за МТО.

Приоритетни облици туризма у Републици Српској за период 2011–2020. године су: сеоски, планински, транзитни, вјерски, градски и бањски туризам, уз напомену да сеоски туризам интегриса бројне видове туризма (рурални, етнотуризам, екотуризам на сеоском газдинству, спортски, авантуристички, омладински, едукативни, научни...).

Стање туризма Републике Српске након 2020. године, складно стратешким одређењима, програмима и мјерама, поред раста прихода и запослености, дефинисаће: унапријеђен туристички положај Републике Српске у односу на регионално окружење,

- прихваћен имиџ Републике Српске као сигурне дестинације,
- видно унапријеђен квалитет, обим и структура туристичке понуде,
- растућа домаћа тражња,
- растућа инострана тражња,
- туристичка препознатљивост и организованост туризма на различитим моделима - функционалног и интересног повезивања,
- унапријеђена туристичка инфраструктура и супраструктура,
- наглашено учешће приватно-јавног сектора у туризму,
- унапријеђена кадровска структура,
- препознатљива понуда сеоског туризма,
- препознатљивост центара градског туризма,
- већи број специјализованих туристичких производа,
- довршен процес приватизације туристичких и хотелских предузећа.

## **VI РАЗЛИКЕ У ПРИЈЕДЛОГУ СТРАТЕГИЈЕ У ОДНОСУ НА НАЦРТ СТРАТЕГИЈЕ**

Народна скупштина Републике Српске на Трећој сједници од 08.12.2010. године усвојила је Нацрт стратегије развоја туризма Републике Српске за период 2010-2020 година. На сједницама Одбора за привреду и финансије, Одбора за трговину и туризам, те Одбора за заштиту животне средине Народне скупштине Републике Српске, одржаним дана 06.12.2010. године једногласно су заузети ставови да Приједлог стратегије развоја туризма Републике Српске за период 2010-2020 године треба да буде разматран у форми Нацрта на Трећој редовној сједници Народне скупштине Републике Српске.

Нацрт стратегије је подржан од стране народних посланика, уз предложене одређене примједбе и сугестије народних посланика, како слиједи:

**Народни посланик:** г. Бехзад Чиркин истиче потребу за регионалним повезивањима у појединим сегментима туризма, а потребно је и одредити приоритете по видовима туризма за краће временске периоде и осмислити квалитетну понуду (нпр. авантуристички туризам- шта се може урадити у наредних годину-двије).

**Одговор извођача Стратегије:** "Сматрамо да ова сугестија, иако разумљива, није од суштинског значаја за израду Стратегије развоја. Да подсјетимо, овом виду туризма (авантуристичком), у стратешком смислу, посвећена је потребна пажња, на начин да је дефинисан туристички производ, циљно тржиште, канали дистрибуције и сл."

**Народни посланик:** г. Никола Перишић истиче да је потребно одредити приоритетне видове туризма, те топ дестинације по сваком виду туризма. Наводи туристичке потенцијале општине Фоча, лоше стање Националног парка "Сутјеска-Тјентиште", те примједбу да се Пирамиде у селу Даничићи којд Миљевине не помињу у стратегији.

**Одговор извођача Стратегије:** "Сматрамо да "примједба да се не помињу

пирамиде у селу Даничићи код Миљевине није од суштинског значаја. Ова стратегија није се могла бавити анализом појединачних туристичких садржаја, већ само оних од кључног значаја у постојећим облицима туризма. "

**Народни посланик:** г.Борис Јеринић наводи да су неки параметри у Стратегији из периода 2003-2008. године, а да се иста спроводи од 2010. године, те да постоји низ препрека за спровођење стратегије (нпр. кадрови,инфраструктура), те да је реално да је то стратегија за период 2020-2030. године, да сеоски туризам није једна од приоритетних грана туризма, истиче да нису довољна финансијска средства наведена у Стратегији за спровођење исте.

**Одговор извођача Стратегије:** "Народни посланик констатује одређене проблеме у туризму, и то није спорно. Из дискусије се не виде примједбе на саму Стратегију. Примједба да нема података за 2009. годину није релевантна, података није могло ни бити, јер у вријеме израде Нацрта стратегије није ни било званичних показатеља. Стање показатеља туризма за 2009. годину ни на који начин не би утицало на другачија рјешења дефинисана овом Стратегијом. Примједба да су средства за реализацију стратешких циљева недовољна је релативна. Стратегијом су дефинисана само директна финансијска улагања (улагања из буџета), а не укупна улагања заинтересованих субјеката у туристичкој привреди. Сем тога, свако улагање, без обзира на извор улагања, у било коју привредну или непривредну грану је директан или индиректан подстицај развоју туризма. Примједба да улагања у сеоски туризам немају перспективу није основана. У прилог томе су искуства многих европских земаља, па и нашег непосредног окружења, посебно из сусједне Србије. "

**Народни посланик:** г. Драган Чавић наводи недовољна улагања у развој туризма, те ненамјенско трошење финансијских средстава намјењених за развој туризма (нпр. дио финансијских средстава намјењених за развој туризма су утрошена за помоћ синдикату радника робне куће Боска).

**Одговор извођача Стратегије:** "примједбе народног посланика у вези са робном кућом Боска су изван контекста извођача Стратегије. "

**Народни посланик:** г. Синиша Додик – истиче значај планине Јахорина, који није у Стратегији наведен, наводи да Туристичка организација Града Источно Сарајево и Туристичка организација Републике Српске требају повезати све потенцијале наведене регије.

**Одговор извођача Стратегије:** "примједба да у Стратегији туризма РС није истакнуто да је Јахорина олимпијска планина није од суштинског значаја. Стратегија је понудила модел развоја планинског туризма, па и туризма Јахорине, и мјере подстицаја, што је од кључног значаја за унапређење туризма. "

**Народни посланик:** г. Гордана Ђурић сматра да текст, односно материјал стратегије треба да буде другачије поредан, да се поставе стратешки приоритети и да се дефинишу циљеви, истиче питање односа међуопштинских туристичких организација, те њиховог финансирања, не слаже се са предлогом бренда Бања Луке, истиче трминолошке неисправности (нпр. здрава храна-здравствено безбједна храна). Када се наводе туристичке дестинације кроз сјеверозападни дио РС не спомиње се НП Козара, а када се наводе туристичке дестинације кроз источни дио РС спомиње се НП Сутјеска. У поглављу 26. када се говори о одрживом развоју и одрживом туризму, треба да се разради програм резервата биосфере. Сматра да бањски туризам и омладински туризам нису довољно разрађени, те да приоритетни видови туризма нису адекватно поредани, да је упитна класификација туризма (раздваја се сеоски и рурални туризам, под руралним се спомиње еко-туризам, ловни, риболовни туризам), сматра да сеоски-рурални туризам

захтјева већа улагања од предвиђених Стратегијом, да се не можемо поредити са Хрватском и Словенијом у овом дијелу, јер су њихова сеоска подручја развијенија од наших, са изграђеном водоводном и канализационом мрежом, прво требамо испоштовати стратешки план руралног развоја села РС, па тек онда да улажемо у развој сеоског туризма. У Стратегији се не наводе концесије, као могућност бржег развоја и унапређења туристичких потенцијала (нпр. за развој бањског туризма). Истиче проблем људских ресурса, који је у Стратегији нејасно образложен.

**Одговор извођача Стратегије:** Сматрамо да "примједба да се Стратегија, односно „материјал“ Стратегије можда треба „поредити“ на други начин није основана. Стратегија је урађена према пројектном задатку и методолошки је апсолутно прихватљива. Примједба на концепт МТО је, такође, неоснована. Прије свега, оснивање МТО се базира на интересној основи и није обавезујуће. МТО преферирају развој туризма на регионалној основи што се показало позитивним у искуству развијених туристичких земаља (Италија, Шпанија, Француска и др). Примједба на приједлог брэнда за бањалучку регију такође је неприхватљива, у ствари дато је само могуће рјешење, а коначан избор је питање одговарајуће процедуре. Проблему животне средине и одрживог развоја, са аспекта теорије и праксе, у овој Стратегији, посвећена је потребна пажња, а додатне теоретске расправе и модели развоја излазе изван оквира Стратегије туризма и улоге туризма у одрживом развоју животне средине и очувања биодиверзитета. Широка дискусија по питању сеоског туризма ни на који начин не оспорава стратешко одређење за овај вид туризма, већ напротив. Полемика у вези с кадровима у туризму ни на који начин не доводи у питање предложена рјешења. Финансијске могућности и постојеће институције РС су оквир овог проблема. Зато, понуђено рјешење представља прихватљив модел унапређења система образовања туристичких дјекатника. На крају, ова Стратегија ни на који начин не преферира улогу институција БиХ у погледу развоја туризма РС, али је неприхватљиво игнорисати њихово постојање и одговарајућу улогу. "

**Народни посланик:** г. Радмила Коцић наводи да Стратегија треба да користи новије податке и информације, од 2008. године, јер се користе подаци из 2003. године, а од тада је пуно тога урађено (нпр. путеви), да су прескочене многе потенцијалне туристичке дестинације, да се довољно не придаје значају омладинског туризма, није споменут Извиђачко-спортски центар Млинска ријека, највећи у РС, гдје је одржан и 4. Међународни сабор извиђача, са 1500 извиђача из 17 земаља. Истиче да је сам текст стратегије преобиман, да је потребно угледати се на Стратегију развоја туризма Србије или Хрватске, које су пуно краће (36-34 стране).

**Одговор извођача Стратегије:** "У вези примједби на обраду саобраћајног система у РС, при чему се акценат ставља на релевантност квантитативних показатеља категорисаних путева, те на визију и могућност обнављања жељезничког правца Чапљина –Требиње-Билећа-Никшић истичемо да ова Стратегија ни на који начин не може бити супституција за студију или стратегију развоја саобраћајног система у РС. У њој су, с аспекта развоја туризма, наглашене потребе ревитализације и унапређења постојећих саобраћајних односно транзитних (туристичких) коридора кроз РС. У том смислу, наглашена је и потреба обнављања већ поменутих ускотрачних пруга у РС. Апсурдно је очекивати изградњу пруге нормалног колосијека на поменутој траси (Чапљина-Требиње-Билећа- Никшић) и надати се њеној рентабилности. Да ли за такав пројекат постоји студија изводљивости? Колико је познато, не постоји, а уколико и постоји некакав прелиминарни споразум о таквом пројекту њега је могуће, из сасвим разумљивих, првенствено економских разлога, и преиначити. Даље, износи се мишљење да би било добро да је Стратегија урађена на „36 или 34“ страна а, у исто вријеме, се ставља примједба како није обрађена „дестинација“ Млинска ријека?!!! Да се ова Стратегија бавила обрадом свих туристичких дестинација у РС, стварних и потенцијалних, с аспекта

могућности развоја туризма, постојећих проблема и слична, имала би и преко 2000 страна.

**Народни посланик:** г.Милан Шврака примједбује на начин финансирања и функционисања потенцијалних међуопштинских туристичких организација, затим истиче да је на страни 147. потребно додати изградњу путног правца Мраковица-Горњи Подгаци, који је битна веза са НП „Козара“, те додати обнову ускотрачне пруге Градишка- Горњи Подгаци- Туријак, затим да је у Стратегији потребно додати сојеничко насеље Доња долина, да је потребна изградња марине на ријеци Сави која би задовољавала потребе цијеле бањалучке регије. Потребно је споменути и Трновачку пећину на Козари, која није довољно истражена, те цркву брвнару у Романовцима, гдје се одржавају традиционални књижевни сусрети, у којој се вјенчао Петар Кочић, која се, такође, не спомиње у стратегији.

**Одговор извођача Стратегије:** "Народни посланик, сасвим оправдано сугерише потребу „ изградње путног правца Мраковица Горњи Подгаци“. У Републици Српској постоје бројне потребе за изградњом локалних путева или за њиховом ревитализацијом. Ипак, ово питање се не може искључиво везати за Стратегију развоја туризма у РС, нарочито не за наредни период. Ово тим више јер у развоју туризма РС постоје приоритети, који нису спорни, али на жалост постоје и бројна ограничења, нарочито финансијска. Иста констатација се односи и на „потребу“ обнове ускотрачне пруге Градишка-Горњи Подгаци-Турјак. С тим у вези сматрамо да је неоснована примједба да се у овој Стратегији не говори о сојеничком насељу Доња долина, као и још неким мање познатим „туристичким“ локалитетима. Овакве примједбе ни на који начин нису у вези с стратешким питањима развоја туризма у Републици Српској, већ су искључива проблематика „обrade“ туристичких дестинација и стања развијености туризма у њима. "

**Народни посланик:** г. Ненад Стевандић сматра да стратегија представља попис ресурса, предности и недостатака, путну мрежу, неедукованости, и сл., те да су поједини дијелови стратегије превазиђени, сматра да штампање брошура не доприноси довољно развоју туризма, како се у стратегији наводи, јер макретиинг у туризму треба схватити озбиљније. Истиче значај менаџмента за развој туризма, те да треба улагати гдје постоји изграђена инфраструктура.

**Одговор извођача Стратегије:** "Сматрамо да су примједбе Народног посланика неосноване из разлога који су садржани у одговорима другим Народним посланицима. Неспорно је да промоција туризма не подразумјева само издавање бошура и публикација, али у ситуацији тренутног модела финансирања туристичких организација то је најјефтинији модел туристичке промоције."

**Народни посланик:** Драган Чавић сматра да стратегија нема јасну методологију рада, потребно је приказати начин на који су вршена истраживања, а не приказати само резултат истраживања, потребно је приказати начин систематизације закључивања, потребно је дефинисати и конкретно одредити приоритетне туристичке дестинације и производе, што у стратегији није урађено, закључци су извођени на основу погрешних претпоставки (нпр. подаци везани за сеоски туризам). Такође, Народни посланик сматра да Дистрикт Брчко не треба бити обухваћен стратегијом, јер је то посебна административна јединица локалне управе по Уставу БиХ. Документ има ученички карактер, пуно је теорије, а мало практичних приједлога, да у изради приједлога треба да учествују туристичке организације. Сматра да планина Јахорина може да буде пуно боље искориштена, те да Олимпијски центар Јахорина треба да буде другачије организован.

**Одговор извођача Стратегије:** " Сматрамо да примједба о томе како Стратегија туризма нема одговарајућу методологију није основана. Она дефинише низ мјера и приоритета који треба да допринесу побољшању услова за развој туризма и да унаприједи туристички производ у туристичким дестинацијама. Такође, методолошка основа за

унапређење туризма РС, између осталог, јасно дефинише правне и институционалне претпоставке унапређења. Такође, неоснована је и примједба Народног посланика да Стратегија нема визију развоја. Унапређење услова за развој оних облика туризма који активирају расположиве потенцијале, а при том не захтијевају огромна финансијска средства, на најбољи могући начин илуструју визију развоја. Апсолутно, приоритет има сеоски туризам, који ни на који начин не подразумијева само туризам на сеоском газдинству већ све облике туризма изван урбаних подручја (планински, еко, авантуристички, ловни, риболовни, едукативни, излетнички...). Овдје је очито да се ради о многобројним видовима туризма и да сви они заједно интегришу унапређење свих функција и развојних процеса у руралним просторима. МТО, које у основи подразумијевају туристичке регије, дефинисане су просторном мрежом водећих урбаних центара, њиховим функцијама и гравитационим дометом. Овај концепт у дефинисању потенцијалних МТО (неформаних регија) је опште прихваћен у теорији и пракси многих развијених земаља. Примједба о регионалној дистрибуцији улагања у пројекте реконструкције такође је неоснована. У ствари, приједлог је заснован на објективним претпоставкама које уважавају потребу уравнотеженог регионалног развоја, заснованог на факторима развоја, стању инфраструктурних система, посебно туристичке инфра- и супраструктуре. Примједба на будућа улагања у Дистрикт Брчко, у смислу унапређења туризма кроз пројекат реконструкције, такође не стоји. Дистрикт Брчко је од посебног интереса за Републику Српску, па су предвиђена улагања, иако више него скромна, сасвим оправдана и разумна, и није их потребно посебно образлагати. Констатација да „Документ“ у неким дијеловима има карактер уџбеника је релативна. У ствари, која то стратегија не подразумијева модел и (или) моделе развоја, а њих је немогуће формулисати без теоријског утемељења? Потребу за истицањем Јахорине као олимпијске планине могуће је прихватити, међутим то неће унаприједити туризам ове дестинације. Само адекватни програми и унапређење туристичког производа, нова финансијска улагања, адекватан маркетинг, менаџмент и сл, то могу учинити. "

**Народни посланик:** Мирослав Којић сматра да је стратегија теоретско штиво, те да нема додира са реалним проблемима у туризму, да нема конкретних стратешких циљева. Наводи да Вишеград није у стратегији обрађен како је то потребно, да је нејасно шта се сматра под Андрићевом зоном, да треба да се истакне стратешки пројекат Емира Кустурице, тј. пројекат изградње Каменграда у Вишеграду.

**Одговор извођача Стратегије:** "Сматрамо да су неосноване примједбе Народног посланика о томе да је понуђена Стратегија „лијепо теоретско штиво“. Стратегија нуди сасвим прецизне развојне циљеве, моделе развоја, механизме, мјере подстицаја, системска рјешења, акциони план, план хитних мјера и сл. Детаљи (сугестије) у вези с Вишеградом, Ивом Андрићем, Емиром Кустурицом и сл. пријају, али ни на који начин нису и не могу бити стратешки приступ унапређењу туризма РС, као ни елемент за израду Стратегије. "

### **ОСТАЛЕ РАЗЛИКЕ ИЗМЕЂУ ПРИЈЕДЛОГА И НАЦРТА СТРАТЕГИЈЕ (прихваћене примједбе и сугестије након одражне јавне расправе на Нацрт стратегије)**

Промјењен је временски период важења стратегије имајући у виду чињеницу да у 2010. години Стратегија није усвојена у форми Приједлога.

На стр. 14. Приједлога стратегије у поглављу под називом: "Постојећи и могући облици туристичког вредновања вода РС", у табеларном дијелу: у дијелу под називом "ријеке-могућности" додају су ријечи: "едукативни –Уна, Јањ, Плива, Рибник, Сана, Сутјеска и спортови на мирним водама",



На стр. 16. у тачки 8.1. "Категоризација објеката културно-историјског наслеђа" у подтачки б), иза ријечи: "архитектонске вриједности" , додају се ријечи: " („На Дрини Ћуприја“)",

На стр. 25. и 26. у дијелу под називом: "Главни саобраћајни и уједно транзитни туристички правци кроз РС су: " додају се нове тачке под називом: "Нови Град-Приједор-Бања Лука- Јадранско приморје /Бања Лука- Бијељина и Вардиште-Вишеград-Устипрча-Рогатица-Соколац-Пале-Јахорина"

На стр 26. у дијелу Стратегије који се односи на жељезнички саобраћај и дефинише жељезничке трасе у РС које би требало ревитализовати (обновити) у периоду реализације ове Стратегије, предвиђен је нови жељезнички правац: "Вишеград–Вардиште /главни радови завршени/. "

На стр 50. у табеларном дијелу у тачки под називом: "Циљни транзитни правци", у подтачки: "секундарни правци", предвиђен је нови правац: "Вишеград-Рогатица-Пале-Ист. Сарајево"

На стр 59. у тачки под називом: "18.5. Манифестациони туризам" у дијелу који дефинише "главе манифестације у РС: " предвиђене су нове манифестације и то: " „Уна регата“, „Дани на Сани“, ликовне колоније („Бардача“, „Зеленковац“, „Ракани“), „Вишеградска стаза“, "

На стр 65. у тачки под називом: "18.11. Сеоски туризам" иза ријечи: "манастир Тврдош", додају се ријечи: "манастир Добрун".

На стр. 70. у тачки под називом: "18.8. Вјерски туризам" иза ријечи: "Мањаче, " додаје се ријеч: "Подгрмечка", а на истој страници у дијелу који дефинише традиционалне културне манифестације послје ријечи: "Коочићев збор" додају се ријечи: "Грмечка корида – Оштра Лука",

На стр. 72. У дијелу под називом Примарни облици спортско-авантуристичког туризма у РС, у табеларном опису Рафтинг, иза ријечи Врбас додата је ријеч: Уна.

На стр. 83 додаје се нова фуснота 62 која гласи: "<sup>1</sup> У оквиру поглавља 24. дати су приоритетни видови туризма Републике Српске у периоду реализације ове Стратегије. Као што је и наглашено, приоритет чини сеоски и рурални туризам. Међутим, како се ради о широком спектру различитих видова туризма на селу и туризма у руралним подручјима истичемо приоритет развојних програма који се односе на туризам заштићених подручја (и природних и културних), те развојних програма у сегменту етнотуризма."

На стр. 85 додаје се нова фуснота 63. која гласи: "<sup>1</sup>Кључни програм у смислу унапређења туристичког производа РС подразумијевају различите програме и подстицаје (и различите аранжмане) у оквиру туризма заштићених подручја. У смислу претходног то су програми унапређења туристичке понуде Козаре, Тјентишта и Зеленгоре, али и осталих заштићених подручја (и природних и културних: природни резервати, афирмисани спелеолошки објекти, објекти од посебног културолошког значаја, заштићени дијелови урбаних и потенцијално заштићених руралних насеља...). Овим програмима треба придодати и оне који ће подстаћи развој туризма и обогатити туристички производ планинског туризма у смислу већ афирмисаних туристичких дестинација, као што је олимпијска планина Јахорина. У оквиру претходне категорије су и програми подстицаја и програми унапређења етнотуризма карактеристичних етнокултурних простора РС: Херцеговине, Романије, Крајине, Посавине, Семберије. Приоритет имају програми изградње етно-села и програми са већим финансијским учешћем носилаца развојних пројеката. Додатни критериј при одабиру развојних програма и њиховом подстицају

(мисли се на изградњу етно-села) имају дестинације на главним транзитним коридорима. У том смислу предност имају дестинације у Херцеговини и Крајини, па је као могуће дефинисати етно-села, Дракуљица код Билеће и Крупа на Врбасу. Поред ових, а у складу с расположивим средствима, могућа је реализација пројеката етно-села и у другим етнокултурним просторима РС, на привилегованим локалитетима.

На стр. 109., 110., 111 у складу с дописом Министарства финансија, бр. 06.04/020-1538/10. од 08.12. 2010. године, којим се захтијева дорада Стратегије у смислу „процјене потребних финансијских средстава за реализацију Стратегије... и извора финансирања...“, те да је „исту потребно прилагодити трогодишњем циклусу буџетског планирања“, извршена је допуна Стратегије поглављем под називом: "25.5. Процјена потребних финансијских средстава и носиоца активности (извори улагања) за реализацију Акционог плана хитних мјера за 2012. 2013. и 2014. годину (у КМ). "

На стр 148. у наслову: "Источно-сарајевска МТО" иза ријечи: "љетњем" додају су ријечи: " (Јахорина, Романија, Јавор..), еко туризам (Борике, Јахорина, Романија, Јавор), етно понуда (гастрономија, домаћа радиност, традиција...), туризам на сеоском газдинству, лов, риболов".

На истој страни у наслову: "Фочанска МТО" иза ријечи: "планинама" , додају се ријечи: "Зеленгора, Маглић, Волујак/, бањског туризма (алтернативни видови понуде), "

На стр 149. у наслову: " Требињска МТО " иза ријечи: " села у ободу " додају се ријечи: "Попова поља..., Потенцијално, значајнији импулс развоју етнотуризма остварио би се изградњом етно-села. Један од повољнијих локалитета је Дракуљица код Билеће, "

На стр. 151. иза ријечи: "Култура и традиција" додају се ријечи: "Грмечка корида"

На стр. 152. у наслову под називом: "Спортско-авантуристички туризам" у дијелу наслов под називом: "Кањони" додају се ријечи: "Швракава, Угар, "

На стр 153. у наслову под називом: "Кључни инвестициони пројекти", додају се нове тачке које гласе: "Сојеничко насеље – Бардача, општине Србац и Градишка, сојеничко насеље Доња Долина и Реконструкција путног правца Мраковица – Горњи Подграци /носилац пројекта"

На стр. 154. у наслову: "Градски (културни) туризам" додаје се нова тачка која гласи: "Дијаспора Дервента и посавска изворна пјесма. "

На стр 155. у наслову са стр. 154. "Вјерски туризам" додаје се нова тачка која гласи: "Амбарине у Доњем Детлаку код Дервенте"

На истој страни у наслову " „Мице“ туризам" додаје се нова тачка која гласи: "Дервентски вашар. "

На истој страни у наслову: "Неопходне мјере, " додаје се нова тачка која гласи: "Идентификовање нових манифестација и специјалних догађаја и утврђивање календара њиховог одржавања (Добој и Дервента – културне, Теслић и Дервента – спортско-рекреативне, Пелагићево, Шамац – спортске ловне и риболовне). "

На стр. 156. у наслову: "Спортско-авантуристички туризам" у тачки под називом "Ријеке", додаје се ријеч: "Укрина",

На истој страни у наслову: "Неопходне мјере" додају се нове тачке које гласе: "Популаризација воденог цвијета на Укрини и вредновање у склопу „Међународне ликовне колоније“ и Уређење стараче у центру Дервенте"

На стр. 157. у наслову: "Сеоски и еко туризам" додаје се нова тачка која гласи: "Развијена рурална подручја на Озрену и руралним просторима Дервенте, Модриче, Шамца, Пелагићева и Доњих Жабара, "

На истој страни у наслову: "Неопходне мјере" додаје се нова тачка која гласи: "Ревитализација постојећих и изградња нових воденица на Укрини и Лупљаници"

На истој страни у наслову: "Кључни инвестициони пројекти" додаје се нова тачка која гласи: "Подстицај развоју и промоцији сеоског и етнотуризма на подручју Регије Добој"

На истој страни у тачки "36.17.3. Зворничко-бијељинска МТО" додају се ријечи: "Ријека Дрина, развојни ресурс од непроцењивог значаја /хидроенергија, спортови на води, риболов..., међудржавна сарадња/."

На стр. 161. у наслову: " „Мице“ туризам" додаје се нова тачка, која гласи: "Регате на Дрини, "

На истој страни у наслову: "Кључни инвестициони пројекти" додаје се нова тачка која гласи: "Ревитализација ски центра Игриште (изградња нових ски стаза, вертикалног транспорта и смјештајних капацитета) "

На стр. 162. у наслову: "Градски (културни) туризам "додаје се нова тачка, која гласи: "Краљев двор (Ловачки дом) – Хан Пијесак. "

На стр. 163. у наслову "Неопходне мјере" додаје се нова тачка која гласи: "Кључне мјере идентификоване у мастер плану Јахорине"

На истој страни у наслову "Спортско-авантуристички туризам" додаје се нова тачка која гласи: "Планине Јахорина, Романија,Јавор"

На стр. 165. у наслову "Градски и културни туризам" додаје се нова тачка која гласи: "Мост Мехмед-паше Соколовића, "

На стр. 166 у наслову "Вјерски туризам "додаје се нова тачка, која гласи: "Манастир Добрун. "

На стр. 167. у наслову "Неопходне мјере" додаје се нова тачка која гласи: "Завршетак процеса приватизације"

На стр. 168. у наслову "Кључни инвестициони пројекти", додају се нове тачке које гласе: "Мастер план НПС (Национални парк Сутјеска) и Пројекат „Каменград“ – Влада РС и Емир Кустурица"

На стр. 172. у наслову "Кључни инвестициони пројекти", додаје се нова тачка која гласи: "Изградња херцеговачког етно-села / могуће локације: Дракуљица поред Билеће"

На стр. 180. у наслову: "Инспекцијски надзор над примјеном закона о туризму РС и прописа за његово спровођење, " додаје се нови текст, како слиједи: "У циљу досљедне примјене Закона о туризму РС, што у основи чини темељни приступ уређења туристичке дјелатности и уређења туристичког простора, неопходно је успоставити одговарајуће контролне механизме, који ће између осталог, допринијети смањењу и елиминацији сиве економије у туристичкој привреди. У вези с овим, неопходно је у оквиру Републичке управе за инспекцијске послове формирати службу туристичке инспекције, која ће путем туристичких инспектора вршити законом предвиђене послове. Ово тим прије што Закон о инспекцијама у номенклатури занимања предвиђа занимање туристички инспектор. Приликом формирања туристичке инспекције могуће је извршити прерасподјелу запослених у оквиру Републичке управе за инспекцијске послове, чиме би се избјегло ново оптерећење буџета. "

У Стратегији је урађен Акциони план који је представио временски оквир имплементације предложених мјера и износ средстава кроз годишње улагање у периоду 2012-2020. Према инструкцијама Министарства финансија у мишљењу, број: 06.04/020-578-1/11 од 11.05.2011. године избачене су двије табеле које су представљале временски оквир улагања према предложеним мјерама и то кроз период 2012.-2014. због неусклађености са Оквирном пројекцијом буџета за период 2012-2014 и кроз период 2012.-2020. год., тако да је предвиђен приједлог мјера и износ средстава у табели 25.4.1 и 25.4.2.

## **V ФИНАНСИЈСКА СРЕДСТВА**

Средства за финансирање ове стратегије ће се обезбједити кроз процедуру израде и доношења буџета у складу са Законом о буџетском систему Републике Српске и у складу са постојећим буџетским оквиром Министарства трговине и туризма.

## ИЗВЈЕШТАЈ О РЕЗУЛТАТИМА СА ЈАВНЕ РАСПРАВЕ НА НАЦРТ СТРАТЕГИЈЕ РАЗВОЈА ТУРИЗМА РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ ЗА ПЕРИОД 2010-2020. ГОДИНЕ

На основу члана 206. Пословника Народне скупштине Републике Српске ("Службени гласник Републике Српске", број 31/11), достављамо Вам извјештај о резултатима јавне расправе на Нацрт Стратегије развоја туризма Републике Српске за период 2010-2020 година.

Народна скупштина Републике Српске на Трећој сједници од 08.12.2010. године усвојила Нацрт Стратегије развоја туризма Републике Српске, за период 2010-2020 година. На истој сједници Народна скупштина Републике Српске донијела је Закључак, број: 01- 1516/10 од 08.12.2010. године, објављен у "Службеном гласнику Републике Српске", број 128/10 од 14.12.2010. године, којим је одлучено да се Нацрт Стратегије развоја туризма Републике Српске, за период 2010-2020. године, упути на јавну расправу, јер се наведеном Стратегијом уређују питања која су од посебног значаја за грађане и о којима је неопходно да се најшире консултују заинтересовани органи и организације, научне и стручне институције. Према поменутом закључку Народне скупштине Републике Српске за организовање и спровођење јавне расправе задужује се Министарство трговине и туризма.

Ради спровођења Закључка Народне скупштине Републике Српске, број: 01- 1516/10 од 08.12.2010. године, Министарство је јавну расправу организовало уз асистенцију Привредне коморе Републике Српске као јединог репрезентативног представника субјеката чија питања и статус третира предметна Стратегија.

У сарадњи са Подручним привредним коморама Добој, Бијељина, Источно Сарајево, Требиње, Приједор и Бањалука одржане су Јавне расправе на Нацрт Стратегије развоја туризма РС за период 2010-2020. године, и то:

- Дана, 02.02.2011. год. у Добоју, Подручна привредна комора Добој,
- Дана, 03.02. 2011. год. у Бијељини, Подручна привредна комора Бијељина,
- Дана, 09.02. 2011. год. у Источном Сарајеву, Подручна привредна комора Источно Сарајево, просторије Скупштине општине Пале,
- Дана, 10.02. 2011. год. у Требињу, Подручна привредна комора Требиње, просторије "Електропривреде РС",
- Дана, 15.02. 2011. год. у Приједору, Подручна привредна комора Приједор,
- Дана, 16.02. 2011. год. у Бањалуци, Привредна комора Републике Српске.

На поменутих расправама присуствовали су представници Министарства трговине и туризма, Природно-математичког факултета као носиоца израде Стратегије, представници локалних заједница, туристички привредници, те медији.

1.Прва по реду Јавна расправа одржана је 02.02. у просторијама Подручне привредне коморе Добој. Расправи су присуствовали представник Министарства трговине и туризма, Марио Вукић, дипл.правик, представници ПМФ-а Бањалука проф. др Јово Атељевић и проф. др Здравко Тодоровић, представници туристичког сектора и медији. Уводну ријеч дао је проф. др Јово Атељевић, који је нагласио да је Стратегија развоја туризма РС више у форми студија него стратегија, али са веома корисним материјалима. Истакао је и да тренутно стање у РС на плану промоције туризма неодрживо и да су 23 постојеће туристичке организације финансијски нестабилне, те је стога, Стратегијом дефинисано формирање шест Међуопштинских туристичких организација. Такође је навео да у Републици Српској не постоји довољан број образовних установа гдје би се едуковао кадар из области туризма, да нема довољно рецептивних агенција, те да не

постоји синергија између вјерских објеката и туристичких организација. Након излагања проф. др Јове Атељевића, ријеч је узео проф. др Здравко Тодоровић који је рекао да су студија и стратегија спојене у један документ, те да је Стратегија предложила детаљан Акциони план са хитним финансијским мјерама. Послије уводних излагања професора, учесници расправе су се укључили са својим коментарима. Момир Вуковић из невладине организације „Есплан“, Добој навео да се на туристичко тржиште треба наступити са одрживим туристичким производом, док је директор туристичке агенције „Озрентурист“, Добој, Горан Божић предложио да Привредна комора РС подстакне привреднике да се баве производњом домаћих производа. Директор Туристичке организације Добој Радо Ђурђевић је имао примједбу на третман путних праваца у Стратегији и предложио је да се организују кампови и одморишта у Републици Српској, такође је истакао да нема озбиљних примједби на сам документ. Александра Радошевић из Теслића, навела је проблеме у промоцији туризма РС и проблем недостатка аеродрома у Републици Српској.

2. Друга јавна расправа одржана је 03.02. у просторијама Подручне привредне коморе Бијељина. Представник министарства трговине и туризма био је Марио Вукић, док је Природно-математички факултет из Бањалуке представљао проф. др Алекса Милојевић. Проф. Милојевић је навео да је туризам најиздашнија дјелатност те да због мултипликативног ефекта може утицати на развој цијеле привреде. Г. Ненад Лелек, директор, Туристичке организације Власеница сматра да планина Јавор са ски-центром „Игриште“ није довољно заступљена у Стратегији, као ни климатске погодности истих. Директор Туристичке организације Зворник, гђа. Славица Андрић, истакла је да у Нацрту Стратегије нису споменути минерални извори општине Зворник – Витинички Кисељак и Козлук, те сугерише да Стратегија предложи изградњу бање на поменутих изворима. Такође предлаже да се уврсте и манифестације које се традиционално одржавају у Зворнику нпр. „Зворничко културно љето“. Осим ових учесника своје примједбе и сугестије изнијели су и директори ТО Сребреница и ТО Дервента, и представници појединих туристичких агенција.

3. Трећа по реду Јавна расправа одржана је дана 09.02. у 13 часова у просторијама Скупштине општине Пале а у организацији Привредне коморе Источно Сарајево. Испред министарства трговине и туризма присуствовали су савјетник министра Срђан Тодоровић и виши стручни сарадник за селективне облике туризма Јелена Гавриловић. Природно-математички факултет представљали су проф. др Алекса Милојевић и проф. др Милован Пецељ. Након поздравне ријечи организатора (Привредне коморе Источно Сарајево) уводну ријеч дала је представник министарства Јелена Гавриловић, након чега су представници ПМФ-а Бањалука укратко упознали учеснике расправе са Нацртом стратегије развоја туризма Републике Српске. Након завршених излагања горе поменутих учешће на расправи узели су представници локалних заједница (Источно Сарајево, Пале и Вишеград), те други заинтересовани учесници. Расправа се завршила закључком да учесници исте доставе своје коментаре, примједбе и сугестије Привредној комори РС како би се наведене уврстиле у овај стратешки документ.

4. Четврта Јавна расправа одржана је 10.02. 2011. године у 11 часова у просторијама Електропривреде РС а у организацији Привредне коморе Требиње. Представници министарства су били Срђан Тодоровић и Јелена Гавриловић, док је представник ПМФ-а Бањалука био проф. др Рајко Гњато. Након уводних и поздравних ријечи од стране представника Привредне коморе Требиње и представника министарства трговине и туризма, проф. др Рајко Гњато презентовао је Нацрт стратегије развоја туризма Републике Српске за период 2010-2020. година. Након излагања проф. др Рајка

Гњате представници локалне заједнице Требиње и туристички привредници дали су своје коментаре на Нацрт стратегије. Током расправе отворила су се питања финансирања Међуопштинских туристичких организација (чије оснивање је предвидјела Стратегија), те проблеми са којима се сусрећи туристи на граничним прелазима при уласку у Босну и Херцеговину. Туристички привредници су нагласили потребу са рјешавањем овог проблема обзиром на задржавање туриста на граници од око сат времена. Такође су истакли и проблем наплате туристичких ваучера од стране Босне и Херцеговине за туристе који долазе из Русије, те захтјевали да се министарство укључи у ову проблематику. Учесници расправе ће такође доставити своје примједбе и коментаре, на Нацрт Стратегије развоја туризма Републике Српске.

5. Пета Јавна расправа одражана је дана 15.02. у 11 часова у Приједору у просторијама Привредне коморе Приједор. Расправи су присуствовали проф. др Рајко Гњато као представник ПМФ-а Бањалука, представници министарства трговине и туризма виши стручни сарадници Бојан Рашковић и Јелена Гавриловић, преставници туристичких организација, локалних заједница, Националног парка „Козара“, туристички привредници и медији. Поздравне ријечи дали су представници Привредне коморе Приједор, Министарства трговине и туризма, након чега је проф. др Рајко Гњато дао уводну ријеч и отворио Јавну расправу. Активно учешће дали су директор Националног парка „Козара“ који је константовао да је Стратегија добро урађена, али да је Национални парк „Козара“ мање заступљен, те је сугерисао ауторима да уграде у документ путни правац Мраковица-Подградци-Градишка за који сматра да је веома значај за развој транзитног туризма у овом региону. Такође је предложио да се приликом формирања МТО регије Бањалука, формира посебна МТО која би обухватала општине Приједор, Козарска Дубица, Нови Град и Оштра Лука. Сматра да би овакво уређење МТО било функционалније. Директорица ТО Приједор сматра да је у Приједлогу Стратегије, као посебне туристичке дестинације и производе на подручју општине Приједор потребно уврстити рибњак „Санчани“, еко-центар „Љекарице“, манифестације „Козарске покладе“ и „Козарски етно“, те манастире Моштаницу и Мраковицу. Представници Туристичких организација и општина навели су такође одређене туристичке потенцијале из својих општина за које сматрају да се требају споменути у Стратегији. Након њихових излагања констатовано је да ће наведене примједбе бити уважене након завршетка јавних расправа и достављања истих.

6. Завршна Јавна расправа одржана је у Бањалуци, 16.02.2011. године у просторијама Привредне коморе Републике Српске у 11 часова. Испред ПМФ-а као носиоца израде Стратегије присуствовали су проф. др Јово Атељевић, проф. др Здравко Тодоровић и проф. др Горан Поповић. Испред министарства трговине и туризма Срђан Тодоровић, Бојан Рашковић и Јелена Гавриловић. Након уводних ријечи представника Привредне коморе и министарства, проф. др Јово Атељевић констатовоао је да је Стратегија и остварила свој циљ, с обзиром да је заинтересовала јавност и остале субјекте у туристичкој привреди. Нагласио је да је Стратегија динамичан документ, који оставља простора за промјене и да даје идентификацију основних проблема у туризму РС. Проф. др Здравко Тодоровић нагласио је да је потребно израдити законске акте након чега би се требало приступити изради Стратегије и Акционих планова. Учесће у расправи узео је и гдин. Славко Чамбер који је нагласио да је проблем у тренутном Закону о туризму, да је Стратегија преопширна, те да у Стратегији није наглашена координација са институцијама на нивоу БиХ. Зоран Прерадовић директор туристичке агенције „Унис Турс“, поставио је питање везано за МТО, односно питао је да ли формирање МТО подразумјева укидање већ постојећих туристичких организација општина. Такође је

нагласио потребу за формирањем туристичке полиције односно комуналне полиције у туризму, те сматра да је проблем у томе што се невладине организације и синдикати баве туризмом. Представница ТО Бањалука, гђа Ранка Бабић говорила је о нормативно-техничким недостацима Стратегије, те нагласила потребу да се у документ уврсте три хотела која се налазе у Бањалуци у пасусу везаном за омладински туризам. Такође сматра да је потребно поменути Бардачу, Балкану, те рибњак „Санчани“ у Стратегији. Учесће је узео и директор ТО Градишка који је истако да је потребно споменути и потенцијале општине Градишке, односно Трновачку пећину, цркву брвнара у Романовцима и друге потенцијале. Марија Кнежевић, декан факултета за Пословни инжињеринг нагласила је потребу за оснивањем Института за туризам као и потребу за едукацијом кадрова у туризму. Након ових излагања завршена је Јавна расправа закључком да сви заинтересовани субјекти доставе своје примједбе и сугестији Привредној комори РС која ће исте прослиједити Министарству трговине и туризма.

По пријему примједби и сугестија свих учесника јавне расправе посредством Привредне коморе РС, извођач Стратегије развоја туризма РС за период 2011-2020 година, "Универзитет Бања Лука", "Природно-математички факултет", Бања Лука, доставио је Министарству трговине и туризма образложење примједби и сугестија са свих јавних расправа, како сlijеди:

1. Туристичка организација општине Градишка: "Констатује се да је Стратегија „систематично“ урађена. Сугестија је да се у оквиру поглавља "Кључни инвестициони пројекти" уврсти изградња путног правца Мраковица - Горњи Подграци. Радни тим извођача Стратегије прихватио је мишљење да би поменути путни правац требало ревитализовати, како би се оствариле претпоставке боље повезаности са поменутом дестинацијом. Ипак, ради се о пројекту који ни у ком случају не може бити у надлежности Министарства туризма и трговине. Напротив, ради се о пројекту којег би требала реализовати Влада РС у сарадњи с надлежним Министарством и локалном заједницом. Такође, сугерише се обнова ускотрачне пруге Градишка-Горњи Подграци-Турјак. Радни тим сматра да, у периоду до 2020. године, обнова поменуте пруге није приоритет у смислу развојних програма који би унаприједили туризам Козаре и Поткозарја. Ово тим прије јер се ради о пројекту велике инвестиционе вриједности, за којег је у овом моменту скоро немогуће обезбиједити финансијску конструкцију. Иста констатација односи се на приједлог који предвиђа изградњу марине на ријеци Сави. Визија о изградњи етно села у Суботићима на планини Козари је развојни пројект који се може третирати у контексту општег приступа унапређења етнотуризма у РС. У конкретном, овај пројекат може бити саставни дио мастер плана за Козару којег треба урадити, као што је предвиђено Стратегијом. Сугестија је да се у Стратегији „спомене“ Трновачка кућа на Козари, црква брвнара у Романовцима. Сматрамо да ове сугестије немају никакав суштински значај за Стратегију. "

2. Туристичка организација Бијељина: "Примједба је да се за реализацију Стратегије не могу обезбиједити предвиђена средства. Примједба није неоснована, из разлога што су Акционим планом хитних мјера предвиђена су средства која је могуће обезбиједити (око 20. милиона КМ). Прихватање Стратегије у форми Нацрта, од Стране Владе и Народне Скупштине РС, то најбоље потврђује. Укупно предвиђена средства за улагања у туризам РС до 2020. године, од око 200 милиона КМ, подразумијевају улагања свих заинтересованих субјеката у туристичку привреду, од чега само око 10 % чине



средства буџета. Примједба да еколошки аспект Стратегије није довољно наглашен апсолутно не стоји. Преферирање развоја туризма у заштићеним подручјима, као што је наглашено у Стратегији, то демантује. Сви пројекти и програми развоја и унапређења туризма доведени су у контекст непосредне сарадње и усаглашавања интереса, односно развојних програма, активности које са Министарством трговине и туризма остварују: Министарство за просторно уређење грађевинарство и екологију, Министарство пољопривреде, Министарство саобраћаја и веза, Министарство просвјете и културе, институције надлежне за очување природног и културног наслеђа и сл.

У циљу заштите корисника туристичких услуга, унапређења туристичке дјелатности и сл. предвиђено је оснивање туристичке инспекције, која ће дијелом допринијети и одговорнијем односу према животној средини. Мишљење да ће се оснивањем МТО додатно усложити рад ТО не стоји. Пракса земаља развијеног туризма то потврђује. Коначно, формирање МТО је предвиђено на добровољној основи. Примједба на позиционирање Бијељине у Зворничко-бијељинској МТО, да је то ниподаштавање Бијељине, апсолутно не стоји. Ради се о добро повезаном функционалном простору општина Бијељина, Зворник, Угљевик., којег је могуће дефинисати у смислу јединственог туристичког производа, а сједиште МТО, уколико дође до њеног оснивања, ствар је усаглашеног споразума између њених чланица. Да ли ће у називу МТО на првом мјесту бити Бијељина или Зворник нема никакво суштинско значење. "

3. Локална агенција за развој општине Нови Град: " Основна је замјерка на „малу заступљеност ријеке Уне и Сане као туристичког ресурса“. Свакако, није споран туристички потенцијал поменутих ријека. Међутим, ова Стратегија није супституција за туристичку монографију РС. Суштинско питање је како вредновати поједине туристичке ресурсе у смислу развоја и унапређења туризма. Стратегија предвиђа одговоран приступ кориштењу водних ресурса и унапређене мјера заштите. Развој појединих видова туризма на ријекама у директној је вези с развојним програмима, улагањима, маркетингом, менаџментом туристичких дестинација и сл. Сва ова питања су у домену туристичких организација, туристичких предузећа, надлежних институција републичке и локалне власти и сл., што је у овој Стратегији веома јасно формулисано. Слична је примједба и по питању позиционирања Подгрмечке регије у развоју туризма, посебно сеоског. И овдје истичемо чињеницу да Стратегија нуди приоритете у смислу развоја туризма и подстицаја развојним програмима, гдје у први план иду туризам у заштићеним подручјима и у цјелини узето сеоски туризам. Дакле, до изражаја ће доћи ваљаност понуђених развојних програма. У примједбама, сугерише се „уређење власничких односа и ревизија приватизације“. Без сумње ово су крупна питања и не могу бити у надлежности Министарства трговине и туризма. Понуђена Стратегија предвиђа довршетак процеса приватизације туристичких предузећа, но ревизија приватизације, уколико се захтјев покаже оправданим, биће проблем којег Влада РС у цјелини треба да ријеша.

Сугестија да се омогуће подстицаји или олакшице за туристичке агенције које промовишу рецептивни туризам не може се прихватити, из разлога што Стратегија предвиђа варијабилну стимулацију за туристичке агенције које организовано доводе туристе из иностранства на период дужи од три дана, за групу од намање 30 туриста. Такође, предвиђени су и подстицаји за маркетиншке активности, што ће бити подстицај раду туристичких агенција. "

4. Туристичка организација општине Приједор: "Примједбе на први дио Стратегије РС односе се на недовољну позиционираност неких туристичких садржаја или на вриједност саобраћајних праваца у развоју туризма. Ова примједба није основана из разлога што је веома јасно наглашена улога саобраћајног правца Нови Град - Приједор - Бања Лука и даље (према мору), у смислу развоја транзитног туризма. Такође, примједба

да туристички садржаји Козаре нису довољно позиционирани не стоји. Козара се, овом Стратегијом детерминише као простор бројних видова туризма (еко, здравственог, спортског, манифестационог, едукативног...), с нагласком на могућност развојних програма туризма у заштићеним подручјима и туризма с цјелогодишњом понудом. Козара се овом Стратегијом „протежира“ и кроз пројекат који предвиђа израду мастер плана, што ће допринијети њеној туристичкој валоризацији и унапређењу туризма.

Примједбе на други дио Стратегије су усмјерене у правцу уврштавања одређене туристичке дестинације у текст Стратегије! Примједбе иду чак толико далеко да се од Стратегије очекује да понуди акциони план и развојне програме за сваку туристичку дестинацију. Примједба да у Акционом плану хитних мјера нема Приједора је неоснована. Акциони план предвиђа бројне пројекте за поједине регије, односно просторе будућих МТО. Како се Приједор налази у саставу предвиђене Бањалучке МТО, која има и највећи број предвиђених развојних пројеката, то се у оквиру ње (Бањалучке МТО) налазе бројни развојни пројекти, које ће Приједор, надамо се искористити на прави начин. "

5. У форми приједлога и допуне Нацрта Стратегије туризма за период 2010- 2020, од стране учесника јавне расправе предложено је да се у Приједлогу стратегије предвиди „специјални третман за националне паркове и објекте унутар истих“. Независно од таквог захтјева, радни тим на изради Стратегије сматра да туризам у заштићеним просторима заслужује посебан третман и бригу надлежних институција, па је овај приједлог и прихваћен у смислу приоритета и подршке развојним програмима туризма (видјети поглавље Стратегије 24). Туризам у заштићеним просторима је бренд у савременом туризму, промовише здрав живот, обезбјеђује висок ниво заштите природних и културних добара и сл. Радни тим сматра да није неопходно у Стратегију уносити појединачне развојне пројекте, како се то захтјева од стране предлагача у смислу позиционирања пројекта С.р.ц. "Бенковац" и "Пионирска ливада".

6. ТО Дервента: сугеришу се бројне активности и развојни програми који би унаприједили туризам општине Дервента, односно унаприједили бројне видове туризма, вреднујући различите манифестације, природне туристичке вриједности, материјалне вриједности, инфраструктуру и сл. Сугеришу се развојни програми ревитализације неких објеката који би имали туристичку функцију, те реализација пројеката веће финансијске вриједности, попут обнове ускотрачне пруге Брод-Добој и сл. Радни тим прихватио је сугестију да би подршка развојним програмима који се сугеришу помогла унапређењу туризма општине Дервента. Радни тим није прихватио приједлог пројекта ревитализације поменуте ускотрачне пруге, из разлога што се ради о средствима које је у периоду реализације Стратегије немогуће обезбиједити, те из разлога што приоритет при обнови ускотрачних пруга треба да имају оне трасе и туристички простори који скоро и да немају алтернативну могућност повезивања са емитивним подручјима. Дакле, у предстојећем периоду, ревитализацију ускотрачних пруга требало би везати за атрактивне просторе РС (нпр. Шипово-Срнетица, Чапљина-Равно-Хум, са једним краком према Требињу и Билећи, а другим од Хума према Дубровнику). У првој варијанти, ради се о простору „нетакнуте природе“ и различитих могућности туристичке понуде и развоја туризма (еко-, здравственог, ловног, риболовног, излетничког, едукативно). Осим туризма, обнова ускотрачне пруге подстакла би и развој пољопривреде, обнову села и сл. У другој варијанти, такође, ради се о просторима изузетних природних и културно-историјских вриједности, о просторима који би повезивањем жељезницом подстакли бројне видове сарадње, а обнова жељезнице, као и у првој варијанти, подстакла би обнову села и унаприједила пољопривреду ниске Херцеговине.

Из наведених и сличних разлога, у периоду реализације ове Стратегије, обнова поменуте ускотрачне пруге (Брод-Добој) не може се уврстити у развојни пројекат Стратегије.

7. ТО Власеница: примједбе на Нацрт Стратегије првенствено се односе на недовољну обрађеност фактора развоја туризма на подручју општине Власеница (природних и инфраструктурних), те на недовољну афирмацију планине Јавор, односно ски центра „Игриште“ као туристичке дестинације, која у наредном периоду треба да унаприједи туристичку понуду и оствари задане циљеве Стратегије. И овом приликом радни тим констатује да суштина Стратегије није нити може бити у обради туристичких потенцијала, те да додатне анализе ни у ком случају неби допринијеле побољшању Стратегије. Радни тим је прихватио сугестију ТО Власеница, а и сличне сугестије других туристичких организација и привредних субјеката из сфере туризма, да се у приоритете развоја туризма РС укључи и планински туризам, што би подразумевало и приоритете у развојним програмима и њихов подстицај. У том смислу јасно је позиционирано мјесто и улога Јавора као планинске туристичке дестинације, са могућностима развоја и унапређења различитих видова туризма, посебно улога туристичке дестинације "Игриште", што подразумева додатне развојне програме.

8. Примједбе и коментари на Стратегију развоја туризма РС, 2010-2020. (без назнаке од кога су упућене): примједба је да нису апострофирани неки минерални извори и могућности развоја туризма на бази вредновања минералних вода са подручја општине Зворник. Ову примједбу не сматрамо релевантном. Истицање потенцијалних туристичких вриједности и указивање на развојне могућности неће ријешити суштински проблем. У ствари, Стратегија нуди општи оквир развоја за све видове туризма, па и за бањски, односно за Витнички Кисељак, за којег се предвиђа „велики туристички потенцијал“. Стратегија нуди модалитете развоја бањског туризма, кроз различите облике својине, партнерства, кроз различите програме, подстицаје и сл. Овај вид туризма подразумева огромна финансијска улагања, у инфра и супраструктуру бањских капацитета како би се сем здравствене омогућиле и друге функције бања у туристичкој понуди (конгресна, спортска, манифестациона и сл). Из тих разлога није реално очекивати да ће се, у периоду реализације понуђене Стратегије, остварити крупни помаци у бањском туризму РС. Развој бањског туризма искључиво на здравственој функцији, у РС па и у регионалном окружењу, показао се скоро неодрживим, а додатна туристичка понуда у бањама, као што смо већ нагласили, подразумева огромна улагања.

Примједба на констатацију у Стратегији да социјална структура сарајевско-зворничке нодалне регије чини неповољну основу развоја туризма, на жалост, не стоји. У поменутој регији је концентрација избјеглог и расељеног становништва из Сарајева и околних индустријских насеља, која су након Дејтона припала Федерацији БиХ. Велики број избјеглог, расељеног али и домицилног становништва у поменутој регији је без запослења, уствари тај број је нешто већи у односу на друге регионалне цјелине РС. Депресиван општи привредни развој поменуте регије свакако да не чини добру основу социјалне структуре. Поменути и слични разлози су основ за констатацију о неповољној социјалној структури као фактору развоја туризма (домаћег). Дакле, улагања у туризам источног дијела РС, првенствено у планински, односно у ваљане развојне пројекте треба да унаприједи социјалну структуру ове регије, што би подстакло већи обим туристичког промета. Примједба да нису поменуте неке од културних манифестација у Зворнику нема никакав суштински значај за квалитет понуђене Стратегије. Уствари, Стратегија нуди оквир развоја манифестационог туризма и наглашава улогу одговарајућих институција у развоју овог вида туризма.

9. ТО Вишеград: У уводном дијелу примједби на Стратегију дају се паушалне оцјене како се „стиче утисак да у изради Стратегије нису били довољно укључени

туризмолози и географи., и како у изради Стратегије нису биле укључене туристичке организације са својим подацима“. Поставља се логично питање, како то у изради Стратегије може бити укључен неко ко није носилац израде? Тендер за израду Стратегије био је јаван, на њега се могао јавити било ко, па би избор извођача био шири. Што се тиче података, релевантни су само јавно објављени, а не они које посједују агенције или привредни туристички субјекти у својој архиви. Радни тим прихватио је сугестију да се назначи вриједност Вишеградског језера и његове могућности. Но, истицањем вриједности неће се ријешити питање унапређења туризма. Суштину туристичког производа, кад се говори о вјештачким језерима, чине квалитетни програми и мјере унапређења, али и подстицаји развоју, те активан однос према животној средини. Сва ова и слична питања разрађена су у појединим дијеловима Стратегије. У обради културно-историјских потенцијала РС, такође је прихваћена сугестија да се у смислу валоризације назначи вриједност „На Дрини ћуприје“. Но, и без тог истицања Стратегија дефинише приступ вредновању укупних културно-историјских потенцијала РС, што наравно укључују и поменути мост, за којег се каже, од стране аутора ових примједби, да је „најважнији културни споменик РС“. Наравно, шта је то најважније има релативно значење, и не заслужује додатни коментар. У ствари, ако би као критериј важности узели посјећеност неким од културно-историјских споменика у РС онда би се дошло до другачије оцјене.

Прихваћена је примједба да се дефинише улога и значај транзитног саобраћајног (туристичког) правца Вардиште-Вишеград-Устипрача-Соколац-Пале- Сарајево.

У примједбама на Стратегију поставља се питање „шта ће се десити у случају да општине не желе да оснују МТО“ ? Одговор је, неће се ништа десити. Све активности које би радиле МТО, у том случају, обављаће туристичке организације општина. И овом приликом наглашавамо да је оснивање МТО предвиђено на добровољној основи. Добри примјери из праксе развијених туристичких земаља могу подстаћи организују МТО и у РС.

Прихваћена је и сугестија да би процес приватизације требало завршити и у Вишеградској бањи (хотел Вилина Влас).

Примједба на позиционирање неких градова у сфери развоја градског туризма у РС не стоји. Чињеница је да, имајући у виду обим туристичког промета, примарну улогу у развоју овог вида туризма имају Бања Лука и Требиње. Но, ни на који начин ова се насеља (Бања Лука и Требиње), овом Стратегијом, не фаворизују као приоритети у смислу улагања, а ни подстицаја. Коначно, развојни програми који се предвиђају у Вишеграду то потврђују, а као најважнији је дефинисан пројектом изградње „Каменграда-Андрићграда“.

Примједба како је визија развоја туризма РС до 2020. године уопштена је умјесна, јер другачија и не може бити.

Примједба како Стратегија треба јасно одговори на питање „са колико ће кревета Република Српска располагати 2020. године, са колико у хотелском, са колико у приватном, за колико ће бити повећан број туриста, колика ће бити годишња зарада од туризма“ и сл, није основана. Стратегија је урађена како би се остварили постављени циљеви, а на питање колико ће повећање бити прецизан одговор показаће вријеме, односно крај 2020. године.

Прихваћена је сугестија да би корисно било основати туристичку инспекцију, све у циљу смањења сиве економије у туризму и досљедне примјене Закона о туризму и осталих прописа релевантних за ову област.

10. Примједбе на поглавље 25.3. (Неопходне хитне мјере у складу са стратешким циљевима), у смислу на у предметном поглављу нису наведени приоритети, такође, није основана. Стратегија јасно дефинише приоритетне видове туризма у РС, за период примјене ове Стратегије, а предност у понуђеним програмима имаће пројекти, како је то

прецизано веће финансијске вриједности, већих улагања од стране носилаца привредне активности, те пројекти са предвиђеним већим бројем запослених лица. Неприхватљиво је и питање (примједба) у којим ће општинама бити финансирани пројекти. Одговор: Стратегија не предвиђа финансирање већ суфинансирање и субвенције. Стратегија не преферира нити једну општину, а ни потенцијалну регију (МТО), већ развојне програме, водећи рачуна о регионалној равномјерности развојних пројеката. Како је већ наглашено, дефинисани су критерији за одабир развојних пројеката, што укључује и развојне пројекте који би се дијелом финансирали и из ИРА фондова.

Примједбе на предложени модел МТО су хипотетичне и не могу се прихватити, из разлога који су назначени у претходном пасусу.

Примједбе како су у оквиру Фочанске МТО изостављене неке манифестације нису релевантне. Стратегија не може бити у исто вријеме и монографија о туризму РС у оквиру које ће се поменути безброј туристичких вриједности.

Примједбе на називе туристичких регија су, такође, неосноване. Називи појединих туристичких регија (МТО), као што је то предложено Стратегијом, јасно дефинишу простор регија, што је управо и био један од главних циљева за предложене називе. Примједбе, од стране ТО Вишеград, да регије носе „препознатљиве“ називе унијеле би хаос у појмовној терминологији. На предложеној основи било би могуће дефинисати на десетине регија у РС, за које се не би знало шта све у територијалном смислу обухватају, нпр. шта би се то подразумијевало под појмом Крајина, да ли би тај појам укључивао сав простор Крајине у њеном историјско-географском обухвату? Или, шта би у појмовном смислу чинило регију Херцеговине? Да ли би она подразумијевала укупан простор Херцеговине, сем источне и западну, дакле простор РС и Федерације БиХ?!! Поставља се питање, колико би регија на поменутом принципу било потребно дефинисати па да се обухвати простор Источно-сарајевско-зворничке регије (Јахорина, Романија, Бирач, Подриње...), или било које друге регије У РС ?!!! Као што смо већ нагласили, један од циљева предложених назива регија је да оне јасно дефинишу простор и општине које улазе у њихов састав, тј. у састав потенцијалних МТО. Називи МТО ни у ком случају не могу бити супституција за имиџ појединих дестинација, па се и бренд МТО не може заснивати на називу МТО већ на туристичком производу укупног простора МТО, односно на препознатљивом туристичком производу појединих туристичких дестинација.

11. Примједбе и сугестије Мр Славка Кујунџића (Административна служба општине Пале): у достављеним примједбама нашироко се појашњава шта је то Стратегија, њена важност и шта све Стратегија треба да обухвати. Сва та питања су ирелевантна у смислу њеног побољшања. Можда није сувишно подсјетити да је Стратегија рађена према јасно постављеном пројектном задатку, што значи, да Радни тим није могао изићи изван пројектног задатка. Отуда је нејасна сугестија да у Стратегију треба унијети поглавља као што су: географски положај, туристички положај, саобраћајни положај, туристичке вриједности, те још море поглавља или подпоглавља која би обухватила природне и антропогене вриједности РС, када су управо та питања обрађена у првом дијелу Стратегије, према огромној већини учесника у јавној расправи, на изузетно добар начин. Такође, није сувишно подсјетити да су управо из надлежног Министарства, током периодичних извјештаја Радног тима о урађеном на Стратегији, долазиле примједбе и сугестије како тај уводни дио Стратегије, који чини основ развоју туризма, треба максимално скратити, како умјесто Стратегије не би добили књигу (монографију) о туристичким потенцијалима РС. Стиче се утисак да аутор изнесених примједби управо очекује да умјесто Стратегије имамо на столу обимну туристичку монографију РС, у којој би се детаљно говорило и о свакој пећини. У том смислу, једна од примједби, односи се и на позиционираност пећине Орловача, у увјерењу, од стране аутора примједби, да је она

(Орловача) један од кључних фактора развоја туризма тог дијела РС, што је апсурдно. Примјера ради, читава Источна Србија је надалеко позната по вриједним пећинама, али се на бази валоризације тих пећина није развио одрживи туризам. Слична констатација се односи и на пећину Вјетреницу, такође надалеко познату, која се данас, нажалост, налази изван простора РС, а која, у смислу развоја туризма, скоро и да не постоји. Очито је да се у овим примједбама, поистовјећују задаци и циљеви Стратегије са задацима и циљевима мастер планова за поједина подручја, што на најбољи начин показује примједба како треба дефинисати: дужину путева за изградњу, реконструкцију, дужину комуналне инфраструктуре, дужину скијашких стаза, вертикалног транспорта број нових хотела, мотела, апартмана, вила по локалитетима, број соба, кревета и сл. Примједба да одређени статистички показатељи у Стратегији, бар кад је у питању Јахорина, нису тачни, те да се прецизнији подаци могу наћи по објектима туристичких услуга на Јахорини, такође је неоснована. Вјероватно се жели индиректно рећи да званични подаци Завода за статистику РС нису вјеродостојни, већ да треба доћи до неких других који су тачнији ?!!! Можда предлагач сугестија сматра да се на Јахорини обави више промета него што се то званично прикаже, или можда се нуди више кревета у приватном смјештају него што се то званично прикаже итд?!!! У вези с конструктивним примједбама, радни тим је прихватио сугестију да приоритет у подршци развојним програмима треба да, сем оних који се односе на туризам заштићених подручја и етнотуризам, има и планински туризам, посебно туризам Јахорине, препознатљиве туристичке дестинације (олимпијска планина). Унаприједити туристички производ и туризам Јахорине значи реализовати усвојени Мастер план за Јахорину, што у основи чини стратешки приступ унапређењу туризма ове дестинације.

Радни тим прихватио је сугестију предлагача о важностиобраћајног (транзитног) путног правца Вардиште-Вишеград-Рогатица-Пале-Сарајево за развој транзитног туризма, што намеће потребу одговарајућих улагања, од стране надлежних, али и финансијску подршку развојним програмима транзитних дестинација. Такође, прихваћена је сугестија да се позиционира мјесто и улога пећине Орловача у могућем развоју спелео-туризма.

МИНИСТАР

Горана Златковић,дипл.правник





21  
07

РЕПУБЛИКА СРПСКА МИНИСТАРСТВО ТРГОВИНЕ И ТУРИЗМА БАЊА ЛУКА		REPUBLIKA SRPSCA MINISTARSTVO TRGOVINE I TURIZMA BANJA LUKA	
14.04.2011			
Орг. ј.с. Org. jns.	Број Broj	Служб. Sluzba	Класификација Klasifikacija

14-01-567-10/11

РЕПУБЛИКА СРПСКА  
ВЛАДА

МИНИСТАРСТВО ЗА ЕКОНОМСКЕ ОДНОСЕ И РЕГИОНАЛНУ САРАДЊУ

Трг Републике Српске бр.1, Бања Лука, тел: 051/339-324, факс: 051/339-647, E-mail: meoi@meoi.vladars.net

Број: 17.03-020-411/11  
Датум: 13. април 2011 године

МИНИСТАРСТВО ТРГОВИНЕ И ТУРИЗМА  
Н/р: г-ђа Горана Златковић, министар

Предмет: Мишљење о Приједлогу стратегије развоја туризма Републике Српске за период  
2010 – 2020. године

Беза: Ваш допис број: 14-01-567-10/11 од 4. априла 2011. година

Поштована,

Министарство за економске односе и регионалну сарадњу је у протеклом периоду више пута разматрало радне верзије Стратегије развоја туризма Републике Српске за период 2010 – 2020 година и у том смислу истичемо да и даље остајемо код свих навода које смо изнијели у нашим мишљењима.

Истовремено, поново указујемо предлагачу на потребу да се измијени поднаслов „Међународни правни и институционални оквир“ у тачки 16.4 Стратегије. Наиме будући да је у поменутој тачки дат приказ стања само са аспекта усклађивања правних прописа Републике Српске са прописима Европске уније, то би прихватљивији назив био „Правни и институционални оквир Европске уније“. Такође, истичемо да Европска унија различитим мјерама као и „Новом политиком туризма ЕУ“ из 2007. године, коју је усвојио Европски парламент, указује на то да је јачање конкурентности у овом сектору један од кључних фактора за остваривање појединих стратешких циљева Европске уније међу којима се, прије свега, мисли на запошљавање и економски развој.

Европски парламент у „Новој политици туризма ЕУ“ указује на потребу хармонизације прописа и стандарда квалитета туристичког смјештаја унутар Европске уније. Наиме, различити прописи у области категоризације угоститељских и смјештајних објеката у државама чланицама, умањују поузданост и транспарентност система класификације као значајног фактора при избору туристичког смјештаја од стране потрошача.

Усклађивање прописа Републике Српске из поменуте области са прописима Европске уније и прихватање заједничких стандарда, од великог је значаја за привлачење иностраних туриста.



Такође, Европска комисија својим саопштењима (Communications) на годишњем нивоу гради оквир за подршку и спровођење политике Европске уније у области туризма и у свим другим областима које врше утицај на туризам и на његову одрживост. Потребне мјере предузимају се, прије свега, у области спорта, образовања, стручне обуке, омладине, културе, заштите потрошача и регионалне политике.



Достављено:  
1 x Наслову  
2 x а/а

