

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA BRČKO DISTRIKTA BiH ZA PERIOD 2022-2027



Slika: Vijećnica u Brčkom. Izvor: www.shutterstock.com

PRIJEDLOG

maj 2022

Pripremljeno u saradnji sa USAID/Bosna i Hercegovina
USAID-ov Projekat razvoja održivog turizma u Bosni i Hercegovini (Turizam)

NAPOMENA

Stavovi autora izraženih u ovoj publikaciji ne odražavaju nužno stavove Američke agencije za međunarodni razvoj ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

SADRŽAJ

1. UVOD	6
2. STRATEŠKA PLATFORMA.....	11
2.1. Situaciona analiza.....	11
2.2. SWOT analiza i strateško fokusiranje.....	30
2.3. Vizija razvoja i strateški ciljevi sa indikatorima.....	34
3. STRATEŠKI CILJEVI I PRIORITETI.....	36
3.1. Strateški cilj 1: Transformacija razvoja turističkih proizvoda.....	37
3.1.1. Razumijevanje turističkih proizvoda i iskustava BD BiH	37
3.1.2. Vodeći principi za razvoj proizvoda.....	42
3.1.3. Lanac vrijednosti turističkih proizvoda Brčko distrikta BiH.....	42
3.1.4. Pristup razvoju turističkih proizvoda BD BiH	43
3.1.5. Strateški prioriteti i mjere za razvoj turističkog proizvoda.....	43
3.2. Strateški cilj 2: Unapređenje destinacijskog marketinga	46
3.2.1. Pregled destinacijskog marketinga.....	46
3.2.2. Opšti i specifični ciljevi, usmjerenje, mjerenje i ostvarenje rezultata marketingne strategije.....	47
3.2.3. Globalni trendovi na kojima se zasniva strateški pristup	49
3.2.4. Prijedlozi odgovora na izazove u vezi sa razvojem destinacionog marketinga.....	52
3.2.5. Strategija destinacijskog marketinga Brčko distrikta BiH.....	53
3.2.6. Strateški prioriteti i mjere za unapređenje destinacijskog marketinga	55
3.3. Strateški cilj 3: Razvoj kvalitetnih ljudskih resursa.....	58
3.3.1. Pregled potreba razvoja ljudskih resursa u Brčko distriktu BiH	58
3.3.2. Strateški prioriteti i mjere za razvoj ljudskih resursa	59
3.4. Strateški cilj 4: Unapređenje podsticajnog okruženja za održivi rast	63
3.4.1. Pregled podsticajnog okruženja	63
3.4.2. Glavni izazovi za podsticajno okruženje za održivi rast turizma	66
3.4.3. Strateški prioriteti i mjere za podsticajno okruženje za održivi rast turizma	66
4. KLJUČNI STRATEŠKI PROJEKTI	74
5. PROVJERA UNUTRAŠNJE I MEĐUSOBNE USKLAĐENOSTI STRATEŠKIH DOKUMENATA	74
6. OKVIRNI FINANSIJSKI PLAN	75
7. OKVIR ZA PROVOĐENJE, PRAĆENJE, IZVJEŠTAVANJE I VREDNOVANJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA	78
7.1. Koordinacija provođenja	78

7.2.	Finansiranje provođenja	78
7.3.	Monitoring, evaluacija i izvještavanje o napretku i provođenju Strategije	78
8.	PRILOZI	81
	Prilog 1: Indikativni finansijski okvir.....	81
	Prilog 2: Terenska ispitivanja	83
	Prilog 3: Prostorne potrebe segmenata turizma u BD BiH	87
	Prilog 4: Evidencija graditeljskog nasljeđa u BD BiH.....	89
	Prilog 5: Detaljan pregled mjera.....	93

AKRONIMI

AP	Avantura Plus
ATTA	Udruženje avanturističkog turizma
KM	Konvertibilna marka Bosne i Hercegovine
BD BIH	Brčko ditrikt Bosne i Hercegovine
BDP	Bruto domaći proizvod
BiH	Bosna i Hercegovina
B2B	Odnos između privrednih subjekata
B2C	Odnos poslovnih subjekata i njihovih klijenata
C-DMMO	Organizacija za marketing i upravljanje destinacijom na nivou klastera
COVID-19	Bolest uzrokovana koronavirusom 2019.
DMO	Organizacija za marketing destinacije/destinacijski marketing
EQ	Explorer Quotient
FAM	(Familiarization trip) Putovanje za upoznavanje destinacije
FBiH	Federacija Bosne i Hercegovine
FIT	Samostalni putnici
FIA	Finansijsko informatička agencija
FIPA	Agencija za unapređenje stranih investicija u Bosni i Hercegovini
FSA	Agencija za sigurnost hrane BiH
GCAP	Akcioni plan za zelene gradove
BDP	Bruto domaći proizvod
GSTC	Globalno vijeće za održivi turizam
H&S	Primarni i sekundarni centri/destinacije
LI	Lica sa invaliditetom
MMSP	Mikro, mala i srednja poduzeća
NVO	Nevladina organizacija
OECD	Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj
OTA	Putničke agencije bez poslovnog prostora koje rade putem interneta
PDO	Zaštićena oznaka porijekla
PGI	Zaštićena oznaka geografskog porijekla
PTP	Putevi ka profesionalizmu
RS	Republika Srpska
RT	Osobe koje putuju iz vjerskih razloga
SE	Prepoznatljiva iskustva
TDCs	Utvrdjeni turistički klasteri
TIC	Turistički informativni centar

TSA	Satelitski račun turizma
TSG	Garantirano tradicionalni specijalitet
TTCI	Indeks konkurentnosti turizma i putovanja
UN	Ujedinjene nacije
UNESCO	Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu
UNEP	Program Ujedinjenih nacija za zaštitu okoliša
UNWTO	Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih nacija
USAID	Agencija Sjedinjenih Američkih Država za međunarodni razvoj
WEF	Svjetski ekonomski forum

I. UVOD

Pregled

Strategija razvoja turizma Brčko distrikta Bosne i Hercegovine za period 2022-2027. godina predstavlja ključni strateško-planski dokument kojim se usmjerava i podstiče razvoj turizma Brčko distrikta BiH (u daljnjem tekstu: BD BiH) u predstojećem šestogodišnjem periodu.

Turizam u Bosni i Hercegovini, pa samim tim i u Brčko distriktu BiH, do sada nije bio jedna od privrednih oblasti kojoj se posvećivala velika pažnja i pridavao strateški značaj. Međutim, činjenica da u posljednje vrijeme turizam u svijetu predstavlja jednu od najdinamičnijih privrednih oblasti i jednu od veoma moćnih industrija svijeta, da pokreće privredni razvoj, generiše dodatna zapošljavanja, povećava konkurentnost i atraktivnost jedne zemlje, dovodi do ozbiljnijih razmišljanja kako i na koji način povećati ekonomske i druge koristi od turizma.

Utemeljen na kulturnim i historijskim dobrima i netaknutoj prirodi, avanturistički, ruralni, kulturni i sportski turizam je tokom protekle decenije doveo do većeg broja posjeta turista i raznovrsnijih turističkih modela i tako obezbjedio niz različitih društveno-ekonomskih koristi za ekonomiju, uključujući nova radna mjesta, privlačenje stranih investicija, promociju poduzetništva i poticanje ulaganja u infrastrukturu. Turizam na otvorenom (eko-turizam, pustolovni turizam, vođeni i zimski sportovi i seoski turizam, da spomenemo samo neke) i kulturni turizam (kultura, događanja, povijest, etno-turizam, gastronomija itd.) izdvojeni kao ključni stupovi turizma s velikim razvojnim potencijalom za BiH i Brčko distrikt BiH, unatoč neodgovarajućoj infrastrukturi i nedostatku smještajnih kapaciteta i usluga.

Svojim povoljnim turističko-geografskim položajem, netaknutom prirodom i bogatim kulturno-historijskim nasljedom Brčko distrikt BiH ima sve predispozicije da postane atraktivna turistička destinacija. Period od 2022. do 2027. godine obilježava novu fazu razvoja turizma čvrsto utemeljenog na principima održivosti kojima se promovira odgovoran i sveobuhvatan rast.

Iz tog razloga javila se i potreba definisanja Strategije razvoja turizma Brčko distrikta BiH koja bi bila usmjerena na razvoj onih oblasti turizma Brčko distrikta BiH koje bi svim privrednim učesnicima donijele višestruke koristi, a ujedno bile usmjerene na održivi razvoj ove oblasti.

Uzimajući u obzir sve gore navedeno, možemo reći da je predmet ove **Strategije definisanje skupa koordinisanih projekcija razvoja turizma Brčko distrikta BiH za period od 2022. do 2027. godine, koje treba da budu usmjerene na ostvarivanje definisane i željene vizije, ali i konkretizovanih privrednih i društvenih ciljeva, usmjerenih na razvoj spoznaje o mogućnostima i prilikama, odgovaranje na potrebe i zahtjeve savremenih tokova i trendova razvoja, približavanje budućnosti i motivisanje za dodatne napore usmjerene na privredni razvoj.**

Strateški cilj ove Strategije nije samo pozicioniranje Brčko distrikta BiH kao kvalitetne, savremene, raznolike i atraktivne turističke ponude, koje treba da omogući održivi razvoj, ekonomske koristi i konkurentnost oblasti ali i samog turizma, već i repozicioniranje Brčko distrikta BiH u odnosu na istoriju i dešavanja u Brčko distriktu BiH, ali i cijeloj Bosni i Hercegovinu, vezano za ratna dešavanja, nerazvijenost i nesigurnost.

Pojedinačni ciljevi koji će biti obuhvaćeni ovom Strategijom su:

- Pozicioniranje Brčko distrikta BiH kao značajne turističke destinacije kako na domaćem tako i na inostranom tržištu, što je izvedeno iz strateškog cilja ove Strategije. Određivanje oblika turizma na koje se može računati da bi bili generatori razvoja u narednom periodu i koji bi doprinijeli povećanju konkurentnosti turizma Brčko distrikta BiH;

- Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u ovoj oblasti, povećanje motivacije svih učesnika, zadržavanje kvalitetnih kadrova i dodatna usavršavanja;
- Bitno povećanje broja turista i prihoda od turizma (povećanje deviznog priliva i porast domaćeg turizma);
- Uspostavljanje sistema upravljanja razvojem turizma, obezbjeđivanje sredstava i izgradnja i razvoj kapaciteta (materijalnih i nematerijalnih), uz uvažavanje principa samoodrživosti i dugoročne zaštite turističkih resursa, koji bi dugoročno doveo do poboljšanja kvaliteta života stanovništva i zaštite turističkih potrošača;
- Razvoj i unapređenje imidža Brčko distrikta BiH i povećanje atraktivnosti područja, kako za turizam tako i za investicije.

Značaj ovog dokumenta je višestruk. Potrebno je stvoriti ambijent za nova ulaganja u infrastrukturu, pojačati pristup finansijama kroz javno-privatno partnerstvo, kreirati nova radna mjesta, povezati turizma sa drugim sektorima privrede.

Pristup razvoju održivog turizma

Razvoj turizma u BD BiH bit će vođen idejom zaštite okoliša i bit će usmjeren na ljude s ciljem povećanja turističkih resursa na korist lokalnog stanovništva. To će se ostvariti odgovarajućim korištenjem trendova na lokalnim, regionalnim i međunarodnim tržištima, pri čemu će se koristiti ono što je najvrijednije, a to je srdačno i gostoljubivo stanovništvo, netaknuta priroda i geostrateški položaj u blizini nekih od najvažnijih evropskih emitivnih turističkih tržišta.

Ključni cilj Strategije je da podstakne integrisani pristup **održivom** turističkom razvoju, koji doprinosi sveobuhvatnom razvoju. **Održivi turizam** u razvojnom smislu ima za cilj **zadovoljenje svih potreba** turista, te dugoročno **održavanje kvaliteta okoline** i **omogućavanje** budućim generacijama da na izvornim karakteristikama prirodnih i društvenih resursa **nastave razvijati turizam**.

Održivi razvoj turizma koristi prirodnu i kulturnu baštinu u cilju povećanja broja posjetilaca i profita, s tim da baština bude sačuvana i budućim generacijama. Prema **Svjetskoj turističkoj organizaciji** (*United Nations World Tourism Organization* - **UNWTO**), **održivi razvoj turizma** udovoljava potrebama prisutnih turista i domicilnog stanovništva, istovremeno čuvajući resurse budućeg razvoja. Takav razvoj podrazumijeva upravljanje resursima na način da se udovolje osnovni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi, uz istovremeno očuvanje kulturnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti.

Regulatorni okvir

Ova strategija je usklađena sa relevantnim strateškim okvirom u BiH, kao i sa globalnim okvirom za održivi razvoj i specifičnim okvirom EU za pojedine oblasti. Strategija je rađena u skladu sa Zakonom o budžetu BD BiH i Strategijom razvoja Brčko distrikta za period 2021-2027. godine i Pravilnikom o sadržaju i metodologiji izrade, sistema praćenja i nadzora provođenja strateških i implementacionih dokumenata.

Pravilnik o sadržaju i metodologiji izrade, sistemu praćenja i nadzora provođenja strateških dokumenata i implementacionih dokumenata, donesen od strane Sektora za opće poslove i strateško planiranje, Vlade Brčko distrikta BiH, utvrđuje sadržaj i metodologiju izrade, sistem praćenja i nadzora provedbe strateških dokumenata i implementacionih dokumenata od strane nadležnih tijela u Brčko distriktu Bosne i Hercegovine¹.

¹ Sužbeni glasnik Brčko distrikta Bosne i Hercegovine, godina XXI – Broj 46, 17.12.2022

U pripremi ove Strategije, vodilo se računa o sljedećim Odredbama i članovima ovog Pravilnika (vidi tabelu 1):

Skupština Brčko distrikta BiH je na sjednici održanoj 19. maja 2021. godine, donijela Odluku o usvajanju Strategije razvoja Brčko distrikta BiH za period **2021-2027. godine**. Ova Strategija razvoja BD BiH predstavlja ključni strateško-planski dokument kojim se usmjerava i podstiče razvoj Brčko distrikta BiH u ovom sedmogodišnjem periodu. Njenom realizacijom treba da se omogući novi razvojni iskorak BD BiH u vremenu punom izazova u svim razvojnim oblastima. Polazeći od tih izazova i dostignutog nivoa razvoja BD BiH, strategija objedinjuje odgovarajuće ciljeve, prioritete i mjere kojima Brčko distrikt BiH može u dugom roku da unaprijedi svoju poziciju u domaćem i regionalnom okruženju i da poboljša glavne pokazatelje ekonomskog rasta, kvaliteta života i održivog razvoja, doprinoseći njihovom poboljšanju u Bosni i Hercegovini kao cjelini, u procesu njene integracije u Evropsku uniju.

Tabela 1. Odredbe i članovi

Odredbama člana 6. stav (1) ovog Pravilnika (Službeni glasnik Brčko distrikta BiH broj:46/20) propisano je da Vlada donosi odluku o izradi Strategije razvoja Distrikta za svaki planski period najkasnije 12 mjeseci prije njegovog početka, koji je usklađen sa EU planskim ciklusom.

Odredbama člana 5. Pravilnika propisani su principi izrade strateških dokumenata a odredbama 7. Pravilnika propisana je izrada strateške platforme koja se izrađuje za svaki strateški dokument u Distriktu i minimalno se sastoji od: situacione analize, uključujući i osvrt na stanje i usklađenost prostorno-planske dokumentacije, vizije razvoja i strateških ciljeva s indikatorima.

Odredbama člana 7. stav (7) Pravilnika, propisano je da konsultacije o strateškoj platformi traju najmanje 30 dana, a realizuju se objavom strateške platforme na internet stranici Vlade i nosioca izrade strateških dokumenata, njenim dostavljanjem drugim nadležnim institucijama, organizovanjem javnih prezentacija, kao i prikupljanjem i razmatranjem prijedloga i sugestija.

Odredbama člana 8. stav (1) Pravilnika, propisano je da se nakon usaglašavanja strateške platforme utvrđuju prioritete kao ključna polja i pravci djelovanja za ostvarenje strateških ciljeva i isti moraju biti jasno formulisani, ostvarivi u vremenskom periodu važenja strateškog dokumenta, međusobno usklađeni uz pomoć objektivno provjerljivih indikatora te društveno i okolišno prihvatljivi, satvom (2) istog člana propisano je da Nosilac izrade strateških dokumenata i učesnici određuju indikatore za svaku mjeru sa polaznim i ciljnim vrijednostima.

Odredbama člana 11. Pravilnika propisano je da se na osnovu situacione analize i projekcije, kao i definisanih mjera, izrađuje se indikativni finansijski okvir za period važenja strateškog dokumenta.

Odredbama člana 6. stav (2) Pravilnika propisano je da nadležna izrađuju sektorske strategije na osnovu Strategije razvoja Distrikta. Strategija razvoja Brčko distrikta BiH za period 2021 -2027.godine je usvojena od strane Skupštine Brčko distrikta BiH, sektorske strategije se izrađuju na osnovu iste. U Strategiji razvoja Brčko distrikta BiH jasno su precizirani prioritete, naziv mjere, veza sa strateškim ciljem, opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja. Zatim, indikatori za praćenje rezultata mjere, indikatori (izlaznog rezultata), polazne vrijednosti, ciljne vrijednosti, razvojni efekat i doprinos mjere u ostvarenju prioriteta, indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja, period implementacije mjere, institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere, nosioci mjere, ciljne grupe.

U skladu sa Zakonom o budžetu BD BiH, na osnovu ove strategije razrađuju se sektorske strategije i srednjoročni planovi razvoja, te godišnji i trogodišnji planovi rada u koje će biti uključeni strateški prioritete sa odgovarajućim mjerama i aktivnostima.

Strategija razvoja turizma u Brčko distriktu BiH je zasnovana i usaglašena sa Strategijom razvoja Brčko distrikta BiH za period 2021 – 2027. godina, kao i Zakonom o turističkoj djelatnosti.

Razvojna strategija Brčko distrikta BiH sadrži određene PRIORITETE koji se direktno i indirektno odnose i na sektor turizma:

Tabela 2. Strateški cilj I sa prioritetima Strategije razvoja Brčko distrikta BiH

STRATEŠKI CILJ I: Konkurentna privreda, skladno uklopljena u globalne razvojne trendove i lance vrijednosti, kao	Prioritet 1: Razvoj preduzetništva i malih i srednjih poduzeća
	Prioritet 2: Razvoj poljoprivrede i ruralnih područja

motor razvoja BD BiH	Prioritet 3: Razvoj turizma
	Prioritet 4: Privlačenje investicija
	Prioritet 5: Razvoj tržišta rada

Pristup i metodologija izrade strategije

Ovom Strategijom BD BiH treba da ispuni osnovne privredne ciljeve: *veći stepen konkurentnosti domaće turističke privrede, povećanje deviznog priliva i rast turističkog prometa, veću zaposlenost lokalnog stanovništva, te vlastiti i prepoznatljiv imidž turističke destinacije.*

U realizaciji ove strategije, polazilo se od principa **odozdo na gore**, stvarajući na terenu okvir i prostor za promjene. Provođenjem ovog principa, podstaknuto je aktivno uključivanje svih relevantnih faktora Brčko distrikta BiH, identifikovani interesi i očekivanja, ideje i prijedlozi izvodljivih programa, a što se vidi u nastavku ove Strategije. Izvršeno je anketiranje relevantnih subjekata kako bi se identificirale prepreke ali i prikupila mišljenja i ideje o pravcima djelovanja u budućem razvoju turizma.

Metodološke osnove istraživanja su proistekle iz elemenata koji su definisani tenderskom dokumentacijom.

Vlada Brčko distrikta BiH je osigurala da Strategija bude bazirana na što kvalitetnijim podacima i analizama, te su u proteklom periodu provedena istraživanja, urađena su i dodatna anketna istraživanja (istraživanja stranih i domaćih turista, menadžmenta hotelskih kapaciteta, kao i spremnosti seoskih domaćinstava da se uključe u turističku ponudu) i intervjui (Prilog 2). Na ovaj način, prikupljene su potrebne informacije i dodatna argumentacija za različita problemska područja. Ocijenjene su različite mogućnosti izgradnje turističke konkurentnosti u Brčko distriktu BiH, planovi investicija i modela rasta. Nadalje, obrađene su i poslovne performanse hotelske ponude Brčko distrikta BiH, sa ciljem otkrivanja bitnih tržišnih obilježja tražnje za hotelskim smještajem, te da se utvrdi cjelovita tržišno-finansijska poslovna slika hotela koji posluju u regionu.

Za analizu regionalnog i međunarodnog okruženja i turističkih tokova korištene su sve relevantne turističke statistike, kao i podaci Svjetske turističke organizacije WTO.

Strategija je također zasnovana na pažljivo provedenom istraživanju stranih tržišta i njihovih trendova i profila klijenata (pojediniosti vidjeti u poglavlju koje se bavi marketingom). Implementacijom strategije upravljanja turizmom u Brčko distriktu BiH postavlja se nova organizaciona struktura u skladu sa vremenom i potrebnim resursima.

Partnerstvo USAID-a - Agencija Sjedinjenih Američkih Država za međunarodni razvoj (USAID) je preko svog Projekta za razvoj održivog turizma u Bosni i Hercegovini (Turizam) pružila tehničku pomoć Vladi BD BiH kako bi se u razvoj industrije turizma uvrstile međunarodne dobre prakse, uključujući pristup lancu vrijednosti. Projekat Turizam je Vladi BD BiH i akterima iz sektora turizma predstavio najnovije pristupe, međunarodne, regionalne i lokalne stručnjake iz oblasti turizma, studije i istraživanja kako bi ova strategija odražavala tržišne trendove i donijela održive rezultate. Bosna i Hercegovine opredijeljena na ispunjavanju uslova na putu ka evropskim integracijama, sprovodi neophodne aktivnosti na usklađivanju zakonodavstva i drugih obaveza koje proističu iz Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju EU.

TURIZAM ZA SVE **Inkluzija lica sa invaliditetom**

Vlada Brčko distrikta BiH se obavezuje da će olakšati inkluziju lica sa invaliditetom (LI) u turističku djelatnost. Ova će se obaveza usmjeravati kroz omogućavanje pristupa obrazovanju i radnim mjestima za LI, kako bi se ojačala, olakšala im se neovisnost, a ujedno i život unaprijedio pružajući ovoj populaciji odgovarajuće vještine i resurse, kako bi postigli uspjeh u turističkom sektoru.

Na osnovu UN Strategije inkluzije lica sa invaliditetom, kao i pristupa na dva kolosijeka (inkluzija LI je horizontalno pitanje, ali iziskuje i ciljano programiranje), inkluzija lica sa invaliditetom će se pojavljivati kroz cijeli lanac vrijednosti u turizmu u BD BiH, i uvodi se kroz:

- Pružanje podrške inkluziji lica sa invaliditetom u radnu snagu u turizmu kroz posebno naručene kurseve i obuku u turizmu za lica sa invaliditetom,
- Zagovaranje podsticaja za zapošljavanje LI,
- Podrška razvoju i prepoznavanju Destinacije za dostupni turizam kroz uvođenje Preporuka o dostupnom turizmu Svjetske turističke organizacije (e-unwto.org) kroz cijeli lanac vrijednosti u turizmu, i podrška implementaciji pružanjem savjetodavne, finansijske i tehničke pomoći.
- Podizanje svijesti, promovisanje i omogućavanje investicija i/ili JPP koji se odnose na inkluziju lica sa invaliditetom bilo putem zapošljavanja lica sa invaliditetom, bilo uspostavljanjem dostupnih usluga odnosno destinacija.

Rodna ravnopravnost

Politike u sektoru turizma trebaju biti rodno osjetljive i omogućiti ženama veći uticaj u odlučivanju u vladinim i organizacijama privatnog sektora koje učestvuju u njihovoj formaciji. Sve obuke i edukacije radnika, poslodavaca i organizatora obilazaka i vodiča, na bilo koju temu, trebaju biti rodno osjetljive.

Svi poslodavci u turizmu trebaju imati jasno napisane politike protiv diskriminacije, protiv seksualnog uznemiravanja i protiv mobinga (takve politike postoje u hotelskim lancima koji su prisutni u BiH). Prema tome, priručnici za obuku za turističke vodiče trebaju obratiti pažnju na ova pitanja. U tom kontekstu, preporučuje se Vladi i poslovnim subjektima da preuzmu Program certifikacije za oznaku rodne jednakosti (Gender Equality Seal Certification Program), koji nudi konkretne alate za javni i privatni sektor da zajednički pomognu ostvarivanju Ciljeva održivog razvoja na smanjenju rodno razlika i promovisanja kako jednakosti na radnom mjestu, tako i ekonomskog osnaživanja žena.

U odnosu na aktivnosti na otvorenom i avanturistički turizam, preporučuje se da se:

- Podrži dodatno obrazovno napredovanje postojećih žena-vodiča u tehničkim vještinama, ali isto tako i o rodnoj svijesti.
- Promovišu uspješne žene-vodiči za aktivnosti na otvorenom i avanturističke aktivnosti prema široj javnosti, i povećaj njihovu prisutnost u društvenim medijima.
- Osnaj novi standardi bezbjednosti za aktivnosti na otvorenom kako bi se učinile rodno-osjetljivijima, i ohrabrite samo za žene za avanturističke i aktivnosti u prirodi.
- Takođe, preporučuje se da se u aktivnostima mapiranja i istraživanja adekvatno sagleda uloga žena kao prenosilaca nematerijalnog kulturnog naslijeđa u ruralnim zajednicama, i da se primijene odgovarajuće aktivnosti na osnaživanju žena u ruralnim područjima kako bi mogle ostvariti veću ekonomsku korist, uključujući i kroz više formalne

Generalna skupština Ujedinjenih nacija UN-a 2015. godine je usvojila Agendu održivog razvoja do 2030. godine i tom prilikom su sve zemlje, kao i BiH, preuzele obavezu provođenja dokumenta Agende 2030 i globalnih Ciljeva održivog razvoja. U BiH su utvrđena tri pravca održivog razvoja (dobra uprava i upravljanje javnim sektorom, pametan rast i društvo jednakih mogućnosti) i dvije horizontalne teme (ulaganje u ljudski kapital i princip „niko ne smije biti isključen“). Sve prethodno navedeno je uključeno i Strategija razvoja turizma BD BiH 2021-2027. doprinosi održivom razvoju (unapređenje obrazovanja, pametno upravljanje prirodnim resursima, održivi turizam, zeleni rast i čista energija, energetska efikasnost i razvoj infrastrukture, povoljno okruženje za rast, finansijska inkluzija, rodna ravnopravnost, kao i uključivanje osjetljivih kategorija u industriju turizma).

Pristup lancu vrijednosti turizma zasnovan na istraživanjima i vođen konkurentnošću - Strategija razvoja turizma Brčko distrikta BiH 2021-2027. vođena je najnovijom segmentacijom tržišta i tržišnim trendovima. U cilju povećanja konkurentnosti industrije turizma, usvojen je model lanca vrijednosti turizma, koji je predstavljen niže u tekstu, a koji služi da se osigura unapređenje svih dijelova industrije turizma. U tom smislu se vodilo računa i o pregledu indeksa konkurentnosti turizma i putovanja Svjetskog ekonomskog foruma (WEF), u kojem je Bosna i Hercegovina po ocjeni iz 2019. godine zauzela 105. mjesto od 140 destinacija, a u okviru iste procjene utvrđene su i posebne oblasti koje industrija turizma treba u znatnoj mjeri popraviti. U okviru iste procjene utvrđene su i posebne oblasti koje industrija turizma treba u znatnoj mjeri da popravi. Strategija je takođe zasnovana na pažljivo provedenom istraživanju stranih tržišta i njihovih trendova i profila klijenata (više detalja u poglavlju koje se bavi marketingom).



Slika 1. Lanac vrijednosti turizma

2. STRATEŠKA PLATFORMA

2.1. Situaciona analiza

Brčko distrikt BiH raspolaže značajnim turističkim razvojnim potencijalima. Zbog nedostatka **vizije razvoja** ne koristi ih u punom kapacitetu. Ne postoji takođe adekvatna saradnja između relevantnih interesnih grupa u turizmu Brčko distrikta BiH, naročito između javnog i privatnog sektora, a nedostaje i validna pravna legislativa u sferi turizma BD BiH.

Brčko distrikt BiH je geostrateški odlično pozicioniran, ali ima ograničen pristup posebno pojedinim turistički interesantnim dijelovima, zbog loše turističke signalizacije i drumske infrastrukture.

Posebno pitanje je nedostatak educiranih turističkih menadžera raznih profila, npr. menadžera turističke destinacije, kao i hotelijerske, gastro i restoraterske struke, s obzirom na veoma loše ostvaren broj noćenja i posjeta domaćih i stranih turista.

Turistički proizvod je koncipiran u skladu sa "starim, tradicionalnim" potražnjama, prvenstveno domaćih turista, a smještajni kapaciteti su bez pratećih dodatnih sadržaja /sport, rekreacija, zabava, edukacija/.

Kulturno-istorijsko nasljeđe nema još uvijek potpune odgovarajuće pravne forme organizovanja i finansiranja, kao i prostorne sadržaje i postavke.

Zbog raznovrsne i većim dijelom netaknute prirode i dobrih tržišno orijentisanih i pozicioniranih poljoprivrednih proizvođača, te sadašnje teške ekonomske situacije, treba favorizovati u svakom slučaju razvoj *eko i seoskog turizma*, te njima komplementarnih oblika turizma: *kulturnog, religijskog, manifestacionog, nautičkog, lovnog i ribolovnog*.

Razvoj turizma na jednoj destinaciji uvjetovan je nizom faktora, prije svega turističko-geografskim položajem, potom prirodnim i kulturnim faktorima, te ekonomskim i sociološkim faktorima.

Turističko-geografski položaj

Brčko distrikt BiH je geografski pozicioniran u sjeveroistočnom dijelu Bosne i Hercegovine na desnoj obali rijeke Save. Nalazi se na tromedi Bosne i Hercegovine, Srbije i Hrvatske.



Slika 2. Geografski položaj Brčko distrikta BiH²



Slika 3. Administrativna karta Brčko distrikta BiH³

Turističkogeografski položaj Brčko distrikta BiH je veoma povoljan, tako da on povezuje Bosnu i Hercegovinu sa zapadnom i jugoistočnom Evropom, te podunavskim zemljama

Prirodni resursi

Sjeverni dio BD BiH je ravničarski i smješten je u bazenu rijeke Save, dok je južni brežuljkast i smješten je na obroncima planine Majevice. Tri veće rijeke (Sava, Brka i Tinja) dominantno određuju hidrološka svojstva projektnog područja. Njihovi tokovi protežu se kroz šire projektno područje. Na projektnom području nalazi se i niz manjih rječica, kanala i vodotoka, kao što su Lomnica, Lukavac, Rašljanska rijeka, Štrepačka rijeka i Zovičica, čija izvorišta su uglavnom na području planine Majevice.

Klima Brčko distrikta BiH je umjereno kontinentalna – hladne zime i umjereno topla ljeta. Prosječna godišnja temperatura je iznad 10°C (januar je najhladniji mjesec s prosječnom temperaturom vazduha između - 1°C i -2°C, a najtopliji je juli, s prosječnom temperaturom vazduha između 20°C i 22°C). Padavine su najviše koncentrirane tokom juna i iznose između

²<http://images.google.ba/images?hl=bs&lr=&um=1&q=%22Br%C4%8Dko+distrikt%22&sa=N&start=21&ndsp=21> /preuzeto 25. 10. 2019/

³ Ibid.

700 i 800 mm/m². Snježni period iznosi 30 – 45 dana. Vjetrovitost područja je slaba, dominira sjeverni vjetar slabijeg intenziteta.

Vegetaciju obilježava nisko rastinje i poljoprivredne kulture. Voćnjaci i guste šume su na južnom dijelu – u podmajevičkom kraju.

Može se konstatovati da je kvalitet prirodnih resursa na visokom nivou. Priroda je očuvana. Vodeni tokovi su mnogobrojni. S obzirom na to da je klima umjerena i izuzetno zdrava, postoje dobri preduslovi za intenziviranje turističkog razvoja na cijelom području BD BiH.

Kulturno-istorijsko nasljeđe kao razvojni potencijal

Kulturno-istorijsko nasljeđe je dio identiteta određenog područja, ali se u savremenim sistemima posmatra i kao snažan pokretač ekonomskog razvoja i turističke ponude. Kultura, shvaćena u najširem smislu, danas predstavlja važan sadržaj turizma mnogih razvijenih zemalja. Stručnjaci smatraju da je u periodu koji je pred nama, budućnost turizma u ponudi koja se bazira na svim segmentima kulture, budući da ono što je autohtono, originalno i samosvojno uvijek predstavlja privlačnu snagu i atrakciju. To je razlog što mnoge zemlje danas investiraju značajna sredstva u kulturu i kulturno nasljeđe, čime jačaju svoje ukupne turističke kapacitete i konkurentnost na svjetskom tržištu.

Kulturni turizam obuhvata posjete motivisane interesovanjem za kulturno-istorijsko nasljeđe države, regiona, naselja. Na prostoru Brčko distrikta BiH taj oblik turizma još ne zauzima mjesto koje zaslužuje unutar sveukupne turističke ponude. Razlozi takvog stanja leže u ratnim oštećenjima mnogih kulturno-istorijskih objekata i lokaliteta, ali i u srazmjerno lošem stanju očuvanosti onih koji nisu pretrpjeli devastaciju tokom rata, sporadičnim ulaganjima u njihovu obnovu, nepostojanju svijesti o razvojnim potencijalima koje nasljeđe posjeduje i nedovoljnoj promociji na širem regionalnom i globalnom planu.

Stoga je, pored obnove, sanacije i održavanja značajnih spomenika istorije i kulture, za poboljšanje turističke ponude potrebno promijeniti dosadašnje loše navike, prihvatiti nove evropske standarde i osposobiti turističke menadžere i radnike.

Očuvanje istorijskih područja, posebno onih koja su dugim procesom degradacije izgubila dio svog identiteta, složen je zadatak. Cilj revitalizacije je isticanje vrijednosti prirodnih elemenata, karakteristika arhitekture i stila, ne samo pojedinačnih primjeraka neke stare epohe nego i onih novijeg datuma, kao značajnih elemenata graditeljsko-urbanističkog kontinuiteta. Iste ocjene, kao i veoma sličan pristup i metodologija mogu da se definišu i za ostale segmente kulturno-istorijskog nasljeđa – arheološka nalazišta, ruralne cjeline, etnološko blago, nematerijalnu baštinu.

U skladu sa najnovijim evropskim i svjetskim saznanjima, standardima i iskustvima na planu zaštite kulturno-istorijskih dobara i istorijskih područja, javlja se potreba da se usaglasi savremeni pristup njihovoj zaštiti i da se primijene nova shvatanja koja kulturno-istorijsko nasljeđe neće tretirati kao opterećenje za budžet, već kao istinski razvojni resurs.

Brčko distrikt BiH raspolaže mnogobrojnim graditeljskim nasljeđem koje predstavlja potencijal za razvoj kulturnog turizma. Kompletan pregled graditeljskog nasljeđa, kao i plan aktivnosti za sanaciju, revitalizaciju i stavljanje istih u funkciju turizma, nalazi se u Prilogu 4 ove Strategije.

Stanje javne infrastrukture i javnih usluga

Stanje javne infrastrukture i usluga je od velikog značaja za razvoj turizma. Saobraćajna povezanost, putevi, željeznice i unutarnja plovidba, kao i komunalne usluge predstavljaju važan i neophodan faktor za razvoj turizma.

Infrastruktura

Brčko distrikt BiH je udaljen 30 km od autoputa Beograd – Zagreb. Ovaj autoput (E70) je definisan trasom od Salzburga (Austriju) do Soluna (Grčka). Ovim saobraćajnim pravcem tokom cijele godine se preveze veliki broj putnika, što omogućuje dobru povezanost Brčko distrikta BiH sa turistički značajnim emitivnim tržištima.

Sa ostatkom Bosne i Hercegovine i sa susjednim zemljama Brčko distrikt BiH je povezan magistralnim i regionalnim saobraćajnicama.

Putna/cestovna mreža Distrikta Brčko je dužine 354 km, sa sljedećim karakteristikama:

- Magistralne saobraćajnice, širine 6-7 metara, a zastupljenost je 10,5% ,
- Regionalne saobraćajnice, široke 6 metara, a zastupljenost je 10%,
- Lokalne saobraćajnice, širine 4-5 metara, a zastupljenost je oko 50% i
- Ostale saobraćajnice, nisu klasifikovane (manje ceste), a zastupljenost je oko 30%.

Najvažnije magistralne saobraćajnice jesu:

- M 18 : Tuzla - Orašje (smjer sjever-jug) – dužinom od oko 5km proteže se kroz teritoriju Brčko distrikta BiH. Sjevernom stranom spaja se na međunarodni autoput E70 u pravcu Beograda i Zagreba, a južnom stranom, preko Tuzle, sa Sarajevom i Mostarom i
- M 14.1: Lončari – Bijeljina (smjer istok-zapad) – kroz Distrikt Brčko se proteže u dužini od 31,75 km (9 km proteže se kroz gradsku zonu, jednim dijelom paralelno s tokom rijeke Save). Direktno se veže na magistralni pravac M-19 prema Beogradu, a takođe izlazi i na međunarodni autoput E70 (u pravcu Beograda i Zagreba), odnosno E75 (međunarodni cestovni koridor koji spaja sjever i jugoistok Europe, a proteže se od Norveške na sjeveru do Grčke na jugoistoku Europe). Najvažniji regionalne saobraćajnice su putni pravci R 458 (Brčko – Lopare) i R 460 (Brčko – Gračanica).

Ukupna dužina magistralnih i regionalnih saobraćajnica iznosi 74 km. Ostatak saobraćajne mreže čine lokalni putevi dužine 170 km, koju na zadovoljavajući način povezuju ruralna područja, ali fizičke karakteristike tih puteva nisu primjerene turističkom korišćenju.

Brčko distrikt BiH je dostupan i **vazdušnim prevozom**, i to:

- Aerodrom u Tuzli, udaljen oko 80 km (od 2008. god.), otvoren je i za civilni vazdušni promet, što značajno doprinosi saobraćajnoj povezanosti Brčko distrikta BiH i pruža mu nove mogućnosti razvoja turizma,
- Aerodrom u Osijeku, udaljen oko 100 km,
- Aerodrom u Beogradu, udaljen oko 180 km (stanovništvo je tradicionalno orijentisano na korišćenje ovog aerodroma),
- Aerodrom u Banjaluci, udaljen oko 200 km i
- Aerodrom u Zagrebu, udaljen oko 300 km.

Brčko distrikt BiH se nalazi na **plovnom dijelu toka rijeke Save**, i luka Brčko je najveća luka u Bosni i Hercegovini. Operativna obala luke je duga 150 m, a prosječna širina je 15 m. Rijeka Sava je unutar Brčko distrikta BiH plovna u dužini od 44 km - za plovila gaza do 2,5 m moguća je 260 dana, a tokom nižeg vodostaja - za plovila manjeg gaza.

Rijekom Savom Brčko distrikt BiH je povezan sa Dunavom, preko koga i sa cijelom Evropom; Baltičkim i Sjevernim morem, a preko Crnog mora sa Sredozemljem.

Luka Brčko tradicionalno je služila kao luka za pretovar rasutog tereta i nema putnički terminal. Ona predstavlja značajan infrastrukturni objekt koji bi mogao biti važan u poboljšanju saobraćajne dostupnosti, što bi moglo intenzivirati turistički razvoj Brčko

distrikta BiH, s obzirom na planove o produženju plovnosti rijeke do Brežica u Sloveniji (plovni put rijeke Save bi se povećao oko 100 km). Također, obzirom da je našem regionu u posljednjim godinama (prije pandemije) prisutan intenzivan razvoj riječnog kružnog turizma, i turistička uloga luke Brčko je vrlo izražena. Riječnim kruzerima u Brčko pristigne značajan broj stranih turista, i to iz Austrije, Njemačke, Velike Britanije, Francuske i drugih zemalja.

Željeznički saobraćajni pravac Brčko-Tuzla-Banovići (dužine 90 km) prolazi kroz Brčko distrikt BiH dužinom od 30,7 km i preko Vinkovaca povezan je s ostatkom Evrope.

Željeznice Republike Srpske upravljaju željezničkom infrastrukturom na području Brčko distrikta BiH u dužini od 6,72 km, a Federacije BiH u dužini od 28,18 km. Željeznički saobraćaj je zbog slabe organizacije i tehnološke zaostalosti željezničke infrastrukture skoro potpuno eliminisan iz saobraćajnog sistema Brčko distrikta BiH.

Stanovništvo

Brčko distrikt BiH se prostire na površini od 493 km², što čini oko 1% ukupne površine Bosne i Hercegovine. Distrikt se sastoji od 78 mjesnih zajednica, u kojima su, prema procjeni Agencije za statistiku BiH, Ekspoziture Brčko, 2018. godine živjela 83.234 stanovnika. Od tog broja, 41.093 bili su muškarci, a 42.141 žene, dok je prosječna starost stanovnika, prema procjenama za 2017. godinu iznosila je 39,96, a za 2018. godinu 39,81 godinu.

Zbog toga se može reći da je starosna struktura stanovništva, iskazana kroz prosječnu starost prisutnog stanovništva, relativno povoljna.

S obzirom na to da su turizam i ugostiteljstvo izrazito radno intenzivne djelatnosti, u kojima su važne neke od navedenih struktura stanovništva, ovakve demografske karakteristike stanovništva Brčko distrikta BiH mogu biti podsticajne za njihov budući razvoj.

Stanje prostorno planske dokumentacije

Kvalitetno planiranje prostora jedan je od najvažnijih preduslova za dugoročan i održiv razvoj turizma. Prostor u užem i širem smislu osnovna je pretpostavka za dolazak i boravak gostiju, a istovremeno je faktor razvoja destinacije. Izgradnja turističke infrastrukture dugoročnog je karaktera, pa je integralno planiranje razvoja prostora osnovni uslov uspješnog dugoročnog funkcionisanja turističke destinacije. Prostorni planovi su jedan od temeljnih dokumenata razvoja turizma, jer usmjeravaju i određuju planiranje svih privrednih grana i djelatnosti koje aktivno sudjeluju u formiranju turističke ponude.

Strateški dokumenti razvoja Brčko distrikta BiH u različitim periodima⁴ nisu predviđali potrebnu plansku turističku dokumentaciju, niti su u Prijedlogu budžeta Brčko distrikta BiH za ranije budžetske godine⁵ predviđena novčana sredstva za razvoj turističkog sektora. Stoga je donošenje prostornog plana razvoja turizma Brčko distrikta BiH najvažniji preduslov razvoja turizma.

Tabela 3. Pregled mjera za rješavanje postojećih problema, uklanjanje prepreka i postizanje strateških ciljeva

Mjere	Odgovorna tijela
Uređenje vlasničkih odnosa i okončanje procesa privatizacije	Odjeljenje za prostorno planiranje i imovinsko – pravne odnose, Kancelarija za upravljanje javnom imovinom
Donošenje Prostornog plana razvoja turizma Brčko distrikta BiH	Zavod za planiranje, projektovanje i razvoj Brčko distrikta BiH Odjeljenje za prostorno planiranje i imovinsko – pravne

⁴ www.bdcentral.net/vazniakti/strategijarazvojabrckodistrikta2008-2012.pdf/

⁵ Podatak preuzet sa web strane prijedlog-budžeta-za-2010./

	odnose Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu
Izrada masterplanova za pet segmenata turizma	Zavod za planiranje, projektovanje i razvoj Brčko distrikta BiH Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu
Izgradnja i sanacija saobraćajne infrastrukture	Odjeljenje za javne poslove JP Putevi Brčko distrikta BiH
Izrada turističke signalizacije	Odjeljenje za javne poslove, JP Putevi Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu
Čišćenje miniranih područja	Odjeljenje za javnu sigurnost
Zaštita vrijednosti prostora i unapređenje okoline	Odjeljenje za prostorno planiranje i imovinsko – pravne odnose

Zaposlenost

Broj zaposlenih i broj nezaposlenih ukazuju na pravac i dinamiku promjena na tržištu radne snage. Istovremeno, broj zaposlenih ukazuje na iskorišćenje raspoložive radne snage, dok broj nezaposlenih predstavlja neiskorišćene kapacitete i mogućnost zadovoljavanja potreba za kadrovima različitih profila.

Tabela 4. Broj zaposlenih i broj nezaposlenih u Brčko distriktu BiH u periodu 2010 - 2018. godina

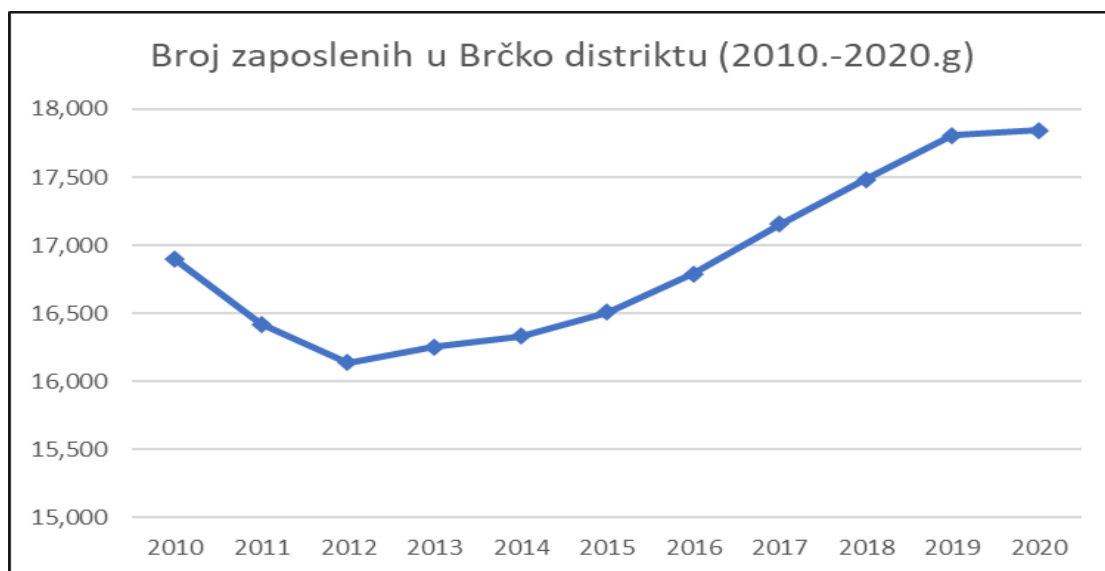
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Broj zaposlenih	16.894	16.420	16.138	16.254	16.332	16.506	16.791	17.157	17.485	17.807	17.844
Lančani indeksi	-	97,47	98,26	100,71	100,48	101,06	101,73	102,18	101,91	101,84	100,21
Broj nezaposlenih	11.985	11.83	12.274	12.5	12.261	12.197	11.837	11.333	10.295	7.763	6.894,
Lančani indeksi	-	98,71	103,73	101,84	98,09	99,48	97,05	95,74	90,85	75,41	88,81

Izvor podataka: Bilten, Statistički podaci Brčko distrikt BiH, broj 11, od 31.10.2015. godine i broj 4, od 30.04.2019.godine, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, br. 12.od 31.12.2021.god.

Broj zaposlenih u BD BiH se neznatno povećava iz godine u godinu, o čemu svjedoče i lančani indeksi koji u periodu nakon 2012. godine nešto preko stotinu. S druge strane, broj registrovanih nezaposlenih lica je u stalnom opadanju od 2013. godine.

I jedan i drugi pokazatelj svjedoče o mogućnosti većeg ulaganja u turizam i okretanju ka ovoj oblasti sektora usluga, koja bi dodatno stvarala pretpostavke, kako za nova zapošljavanja, tako i za smanjenje broja nezaposlenih lica.

Kretanje broja zaposlenih u Brčko distriktu BiH dato je na narednom grafičkom prikazu.



Slika 4. Broj zaposlenih u Brčko distriktu BiH u periodu 2010-2020. godina

Kadrovi i ljudski resursi predstavljaju veoma značajnu kariku u lancu vrijednosti turizma, te u vezi s tim, Strategija razvoja turizma BD BiH će posebnu pažnju posvetiti ovom strateškom cilju.

Prema podacima Agencije za statistiku BiH, u 2019 godini sektor hotelijerstva u prosjeku je upošljavao 692 osobe. Prema USAID Turizam Procjeni i prognozi potreba u ljudskog kapitalu u turizmu 2021-2027 42% svih zaposlenih u turizmu čine žene i to najvećim dijelom u hotelijerstvu i uslugama hrane i pića.

Bruto domaći proizvod

Bruto domaći proizvod je najvažniji makroekonomski pokazatelj, koji iskazuje ukupno bogatstvo jedne zemlje. Računat po stanovniku, bruto domaći proizvod se istovremeno se koristi i kao indikator blagostanja pojedinca.

Struktura bruto domaćeg proizvoda zavisi od metoda obračuna: prema proizvodnom, potrošnom (rashodnom), ili po dohodovnom metodu. U Brčko distriktu BiH BDP se izračunava po proizvodnom i po dohodovnom metodu, a iskazuje se u tržišnim ili u stalnim cijenama.

U sljedećoj tabeli prikazani su podaci o ostvarenom BDP, stopama rasta BDP i BDP po stanovniku u Brčko distriktu BiH u period 2010-2020.godina.

Tabela 5. Bruto domaći proizvod, stopa rasta i BDP po stanovniku u Brčko distriktu BiH

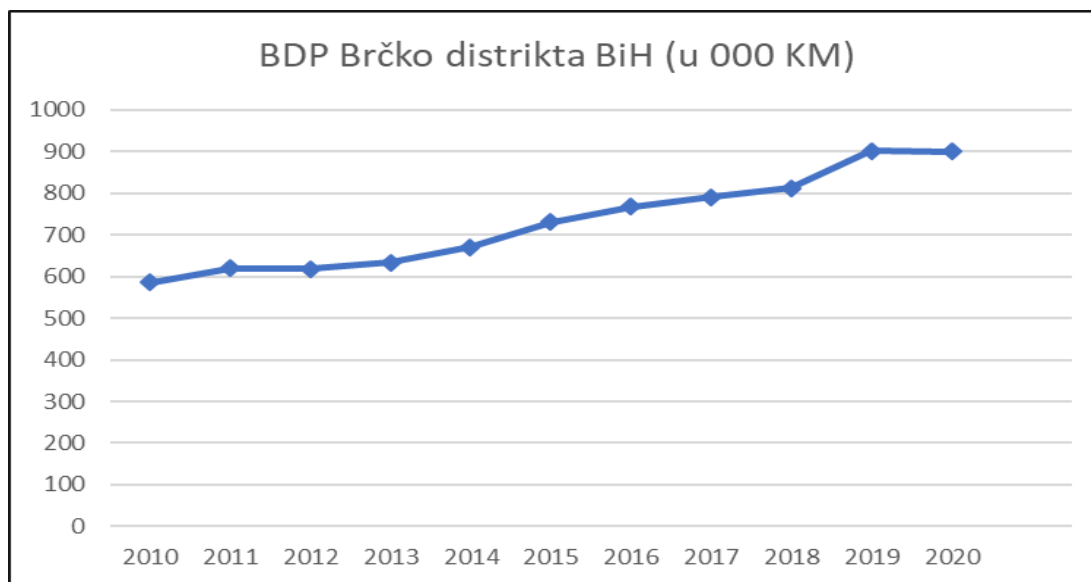
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
BDP u 000 KM (tekuće cijene)	585.19	620.49	618.6	633.75	670.37	730.34	768.27	791.35	813.16	901.99	900.61
Stopa rasta	3,28	6,03	-0,31	9,98	5,78	8,94	5,19	3,00	2,75	10,92	-15
BDP po stanovniku (KM)	7.662	8.135	7.407	7.598	8.047	8.774	9.228	9.507	9.77	10.847	10.892

Izvor podataka: Bilten, Statistički podaci Brčko distrikt BiH broj 11, od 31.10.2015. godine i broj 4, od 30.04.2019. godine, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine br.12. od 31.12.2021.

Bruto domaći proizvod Brčko distrikta BiH, osim 2012. godine, i 2020.godine u svim ostalim godinama pokazivao je tendenciju rasta. Stope rasta kretale su se od 3,28 % (u 2010. godini),

pa sve do -0,15 % u 2020. Bez obzira na manje ili više izražene varijacije, može se očekivati dalje smanjenje BDP i u narednom periodu zbog posljedica izazvanih ekonomskom krizom. Ovaj makroekonomski agregat je, ne samo pokazatelj privredne aktivnosti nego i pokazatelj životnog standarda stanovništva, posebno kada se posmatra iznos po glavi stanovnika. I u ovom slučaju se može govoriti o rastućoj tendenciji BDP po glavi stanovnika. To znači da bi se moglo očekivati i povećanje ukupnih izdvajanja za potrošnju u oblasti turizma, kako za povećanje turističke ponude, tako i za povećanje tražnje.

Kretanje BDP Brčko distrikta BiH u posmatranom periodu, kao i očekivane tendencije, prikazani su na slici 5.



Slika 5. Kretanje obima Bruto domaćeg proizvoda u Brčko distriktu BiH

Osnovne informacije o ranijim učincima sektora turizma u Brčko distriktu BiH

Tokom protekle decenije turizam je u Bosni i Hercegovini bio jedan od najbrže rastućih sektora. BiH je 2019. godine imala 1,64 miliona turista (povećanje od 12% u odnosu na 2018), koji su ostvarili 2,42 miliona noćenja. Distrikt Brčko je zabilježio oko 14% ukupnog broja stranih gostiju i noćenja ostvarenih 2019. Ova godina nije najbolja turistička godina po ukupnom broju turista za BD BiH, koji je bio najviši u 2018, ali je godina u kojoj se znatno povećao dolazak stranih gostiju. Međutim, u prvih deset mjeseci 2020. godine, zbog pandemije COVID-19, zabilježen je pad broja na samo 4.755, što predstavlja smanjenje od 65% u odnosu na 2019.⁶ Ipak, Brčko distrikt BiH ovu krizu može smatrati prilikom za obnovu sektora turizma i prihvatanje novih turističkih trendova, jer se povratak na obrasce i nivoe turizma iz 2018. i 2019. neće desiti bez usklađenog djelovanja u narednih nekoliko godina.

Podaci o broju turista, noćenja i smještajnim kapacitetima prikazani su na osnovu mjesečnih izvještaja koje dostavljaju poslovni subjekti koji se bave pružanjem usluga smještaja turista. Izvještaji su kreirani na osnovu evidencije u knjigama gostiju i štampane su u publikacijama "Bilten-Statistički podaci".

Prema podacima Odjeljenja za privredni razvoj, sport i kulturu Vlade Brčko distrikta BiH, turistička ponuda Brčko distrikta BiH se sastoji od 273 smještajnih jedinica u sklopu 15 kolektivnih smještajnih objekata sa ukupno 655 kreveta.

⁶ Bilten Statistički podaci Brčko distrikta BiH, Broj 14. | Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine/ Ekspozitura Brčko. (2021). Preuzeto Januar 11, 2022, sa https://bhas.gov.ba/data/Publikacije/Bilteni/2021/BRC_00_2021_B5_1_BS.pdf

Tabela 6. Smještajni kapaciteti

Vrsta objekta	Naziv objekta	Broj soba (apartmana)	Broj kreveta
Hoteli	"Jelena"	43	100
	"Evropa"	48	120
	"Bakarni Lovac"	12	34
Garni Hotel	"Nea"	6	10
	Ukupno	109	264
Motel	"Bakarni"	6	18
	"Laguna"	10	22
	"Antunović"	13	28
	"Majevička kuća"	32	65
	"Lovac"	9	24
	"Harmonija"	18	53
	"MB Radić"	9	21
	Ukupno	97	231
Apert Hotel	"Park"	11	25
	Ukupno	11	25
Pansioni	"MD"	15	50
	"Imidž"	5	15
	Ukupno	20	65
Ukupno		237	585

Izvor podataka: <http://www.bdcentral.net/Members/privreda/turizambrcko/Hoteli/> avgust 2019

U navedenim objektima nalazi se 585 kreveta, i to:

- tri hotela, sa ukupno 264 ili 45,12% kreveta,
- sedam motela, sa ukupno 231 ili 39,48% kreveta,
- jedan garni hotel sa 10 ili 1,70% kreveta,
- jedan apart hotel sa ukupno 25 ili 4,27% kreveta,
- dva pansiona, sa ukupno 65 ili 11,11% kreveta.

Napomena: U strukturi smještajnih kapaciteta imamo hotel Grand Posavina sa 36 soba i 70 kreveta koji trenutno nisu u funkciji zbog imovinsko-pravnog statusa objekta i sklapanja novog ugovora sa potencijalnim partnerom.

Na osnovu zvaničnih podataka o broju dolazaka i noćenja u hotelima, u Brčko distrikt BiH je u 2019. godini došlo 13.958 turista, od čega je 57,2% stranih turista. Naredna tabela pokazuje da je povećanje broja turista koji dolaze u Brčko distrikt BiH do Pandemije Covid 19 nastalo uglavnom zahvaljujući povećanju broja stranih turista.

Pregled turizma u Brčko distriktu BiH

Tabela 7. Kapaciteti, dolasci i noćenja turista

TURISTI	DOLASCI			NOCENJA		
	ukupno	domaći	strani	ukupno	domaći	strani
2016	13.567	6.710	6.857	22.575	10.532	12.043
2017	13.897	6.206	7.691	22.236	9.191	13.045
2018	14.908	6.520	8.388	24.305	9.752	14.553
2019	13.958	5.975	7.983	21.896	8.622	13.274
2020	4.755	3.076	1.679	7.072	4.193	2.879
2021 (oktobar)	7.591	3.838	3.753	11.196	5.169	6.027

Tabela 8. Noćenja turista prema vrstama objekata

NOĆENJA	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (oktobar)
Ukupno turisti	13.567	13.897	14.908	21.896	7.072	11.196
HOTELI	11.189	12.021	13.189	19.286	5.084	9.760
MOTELI	2.378	1.869	1.719	2.610	1.268	1.436
PANSIONI	0	7	0	0	0	0

Tabela 9. Dolasci turista prema vrstama objekata

DOLASCI	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (oktobar)
Ukupno turisti	13.567	13.897	14.908	13.958	4.755	7.591
HOTELI	11.189	12.021	13.189	12.504	4.084	6.652
MOTELI	2.378	1.869	1.719	1.454	671	939
PANSIONI	0	7	0	0	0	0

Izvor podataka: Bilten statistički podaci Brčko distrikta BiH broj: 12 od 31.12.2021. g.

Posmatrano po mjesecima, strani turisti u Brčko distrikt BiH najviše dolaze u decembru i augustu, dok domaći turisti dolaze u ljetnim mjesecima, posebno u junu i julu.

Tabela 10. Statistički podaci za sektor turizma u BD BiH 2019.

Statistički podaci za sektor turizma u BD BiH	2019.
Ukupan broj posjeta sa noćenjem	13,958
Prosječno trajanje boravka (u broju noćenja)	1,57
Broj smještajnih kapaciteta za turiste	15
Broj dostupnih soba	655

Izvor: Bilten statistički podaci Brčko distrikta BiH broj: 1 od 09.03.2021. god.

Prosječan broj noćenja turista u posmatranom periodu od posljednjih šest godina je manji od dva noćenja (1.57 noćenja u 2019. godini) čak i kod stranih turista, što pokazuje da se turisti ne zadržavaju u Brčko distriktu BiH, što daje prosječnu popunjenost njenih registrovanih

smještajnih kapaciteta za cijelu godinu od oko 22 posto. Ovi podaci (Prosječno trajanje noćenja) se zasnivaju na ukupnom broju noćenja puta prosječna dužina ostanka, podijeljeno sa ukupnim brojem dostupnih soba kroz cijelu godinu.

Dolasci turista

U Tabeli 11. prikazani su dolasci turista za period 2010 - 2021. god, a na sl. 7. dolasci turista sa ucrtanom linijom trenda.

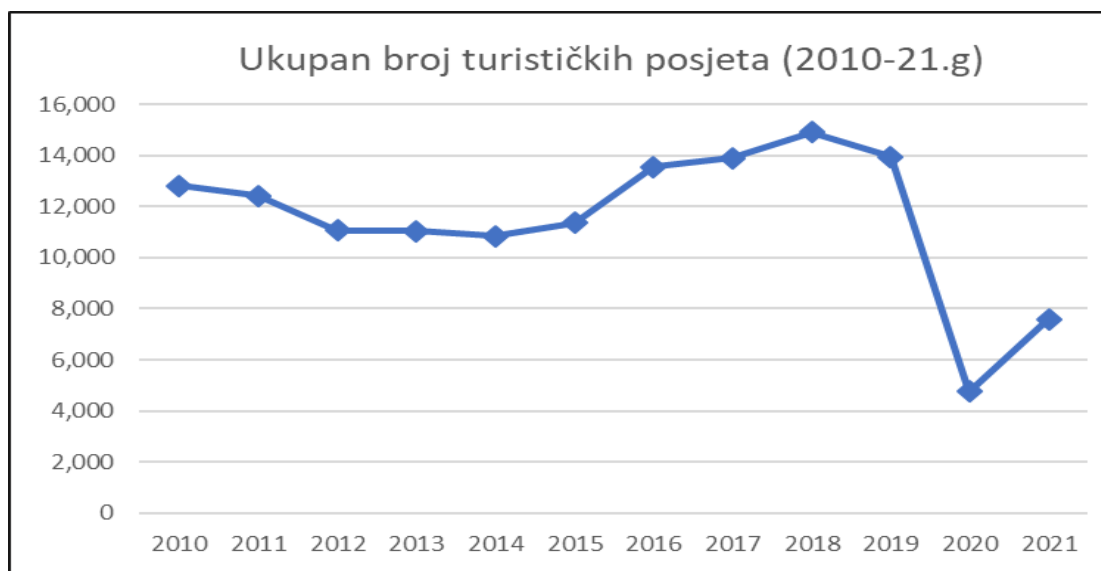
Tabela 11. Broj dolazaka turista u Brčko distriktu BiH u periodu 2010-2021. godine

Godine	Ukupno turista	Lančani indeks	Domaći turisti	Lančani indeks	Strani turisti	Lančani indeks
2010	12.818	-	7.493	-	5.325	-
2011	12.428	96,96	7.383	98,53	5.045	90,69
2012	11.076	89,12	6.379	86,40	4.697	93,10
2013	11.037	98,90	5.875	96,20	5.162	101,86
2014	10.855	98,5	5.37	91,40	5.485	106,26
2015	11.356	104,62	5.891	109,70	5.465	99,64
2016	13.567	119,47	6.71	113,90	6.857	125,47
2017	13.897	102,43	6.206	92,90	7.691	112,16
2018	14.908	107,28	6.52	105,06	8.388	109,06
2019	13.958	93,63	5.975	91,64	7.983	95,17
2020	4.755	34,07	3.076	51,48	1.679	21,03
2021	7.591	167,21	3.838	124,77	3.753	223,53

Izvor podataka: Bilten statistički podaci Brčko distrikta BiH broj: 12 od 31.12.2021. god.

Iz navedenih podataka lako se može uočiti da se ukupan broj turista u Brčko distriktu BiH smanjivao iz godine u godinu, u periodu od 2010. do 2014. godine. Od tada je svake godine bilježeno povećanje, sa različitim stopama rasta. Ipak, prosječna godišnja stopa rasta iznosi 1,906%.

Međutim, ako se prati dugoročna razvojna tendencija ove pojave, uočava se da kretanje ukupnog broja turista najbolje opisuje jednačina paraboličnog trenda. Ukoliko se nastavi uočena tendencija, može se očekivati smanjenje broja turista kako je to prikazano na narednom grafikonu.

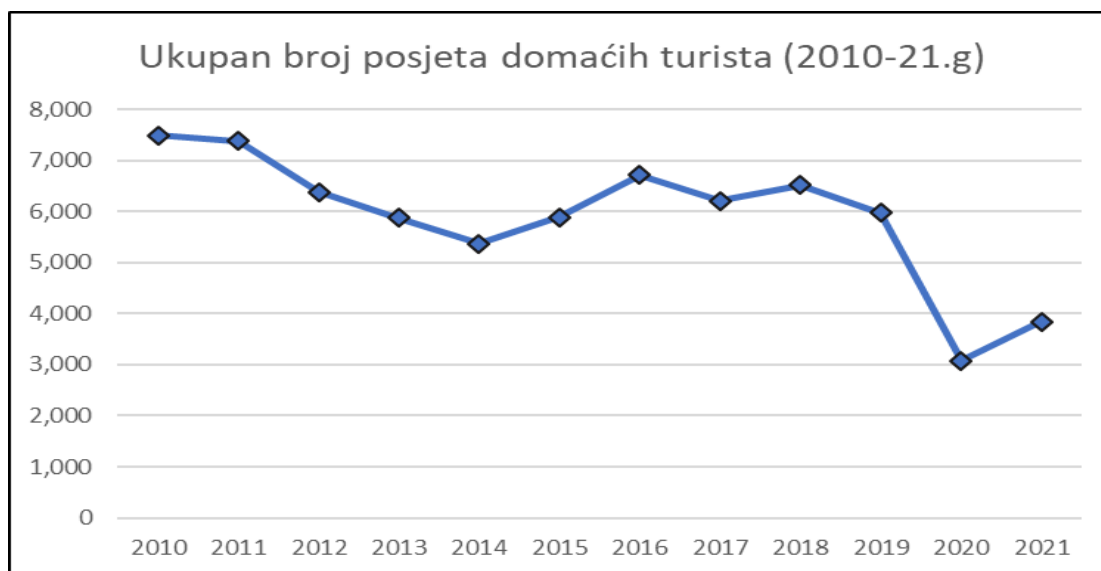


Slika 6. Grafički prikaz trenda ukupnog broja turista

Kada se posmatra broj domaćih turista koji su posjetili Brčko distrikt BiH u navedenom periodu, mogu se uočiti velike varijacije i dugoročno smanjenje pojave. Broj turista se smanjivao svake godine, počevši od 2010. pa sve do 2015. godine. Naredne godine je zabilježeno značajnije povećanje, a nakon toga ponovo smanjenje, da bi se 2018. godine zabilježio blagi rast. Zbog toga je kretanje broja domaćih turista u posmatranom periodu, od 2010. do 2018. godine, imalo negativnu stopu rasta od $-1,7237\%$. Primjetan rast dolazaka turista u 2021. u odnosu na 2020. godinu.

S obzirom na to da i razvojnu tendenciju navedene pojave prati funkcija paraboličnog trenda, može se očekivati blagi rast broja domaćih turista i u narednom periodu.

O tome vidjeti naredni grafički prikaz.

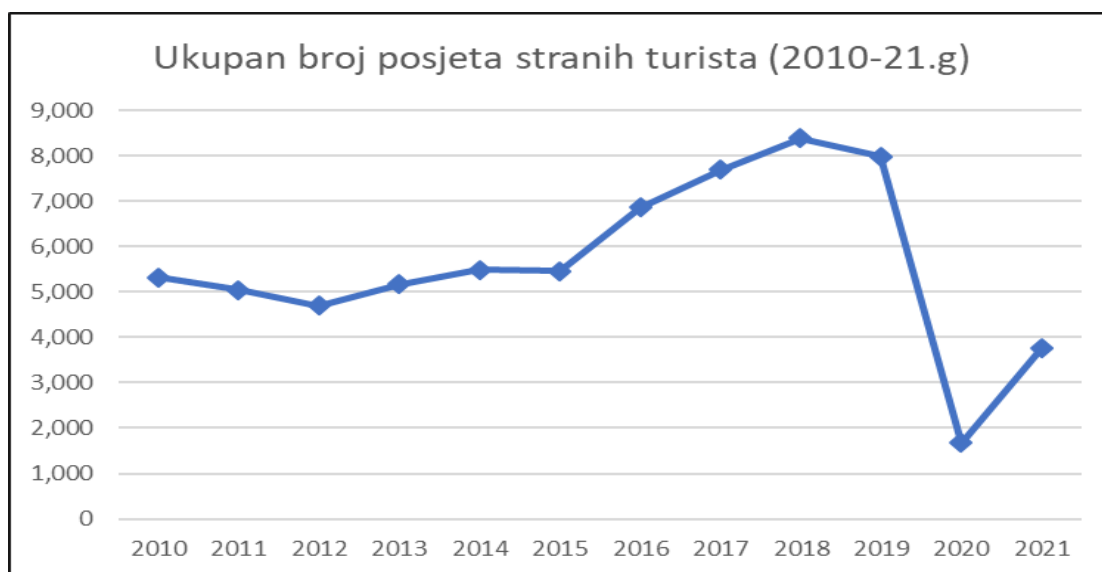


Slika 7. Grafički prikaz trenda broja domaćih turista

Za razliku od domaćih turista čiji broj je značajnije varirao u posmatranom periodu, broj stranih turista u Brčko distriktu BiH je samo 2012. godine bio u padu, dok je u ostalim godinama pokazivao stalni rast. Prosječna godišnja stopa rasta iznosi $5,7652\%$, što je što pokazuje značajnije povećanje interesovanja stranih turista za posjetu Brčko distriktu BiH.

Funkcija paraboličnog trenda, takođe, najbolje opisuje kretanje broja stranih turista, tako da se i ekstrapolacijom može očekivati povećanje nivoa navedene pojave.

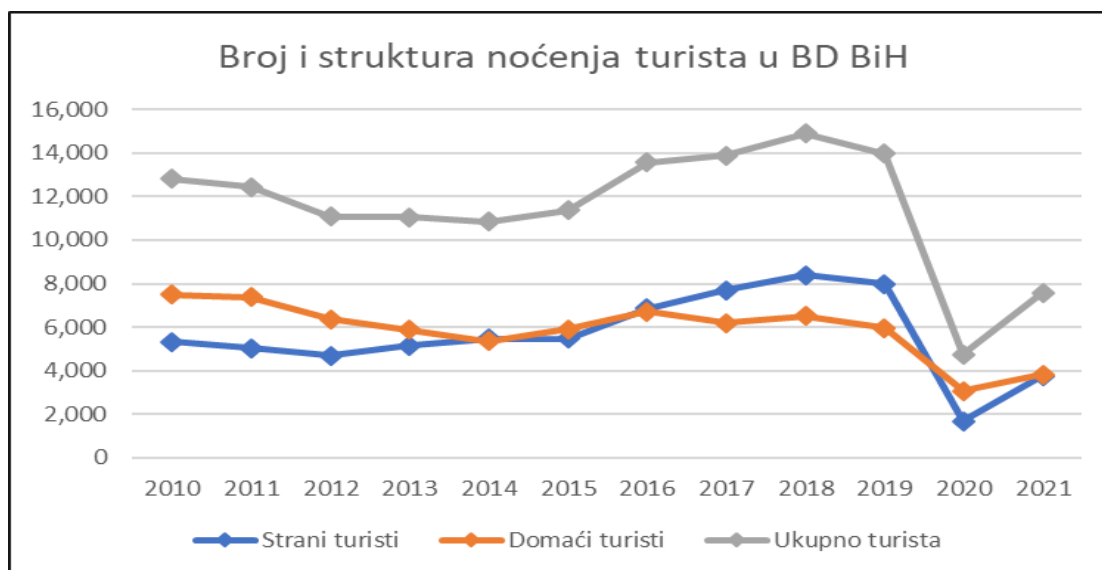
Grafički prikaz kretanja broja stranih turista i linija trenda dati su na narednom grafikonu.



Slika 8. Grafički prikaz trenda broja stranih turista

Na slici 9. dat je grafički prikaz kretanja ukupnog broja turista, kao i kretanje broja domaćih i stranih turista. Bez obzira na uočene veće ili manje varijacije broja turista i razlike u dinamici njihovog kretanja, može se uočiti rastuća tendencija svake od navedenih pojava.

Zbog toga je neophodno pripremiti odgovarajuće mjere za zadržavanje takve tendencije i za eventualno povećanje broja domaćih i stranih turista koji će u narednom periodu dolaziti u Brčko distrikt BiH.



Slika 9. Broj i struktura noćenja turista

Noćenja turista

U tabeli 12. dati su podaci o ukupnom broju noćenja i učešću broja noćenja domaćih i stranih turista, po godinama, u periodu 2010-2021. godina.

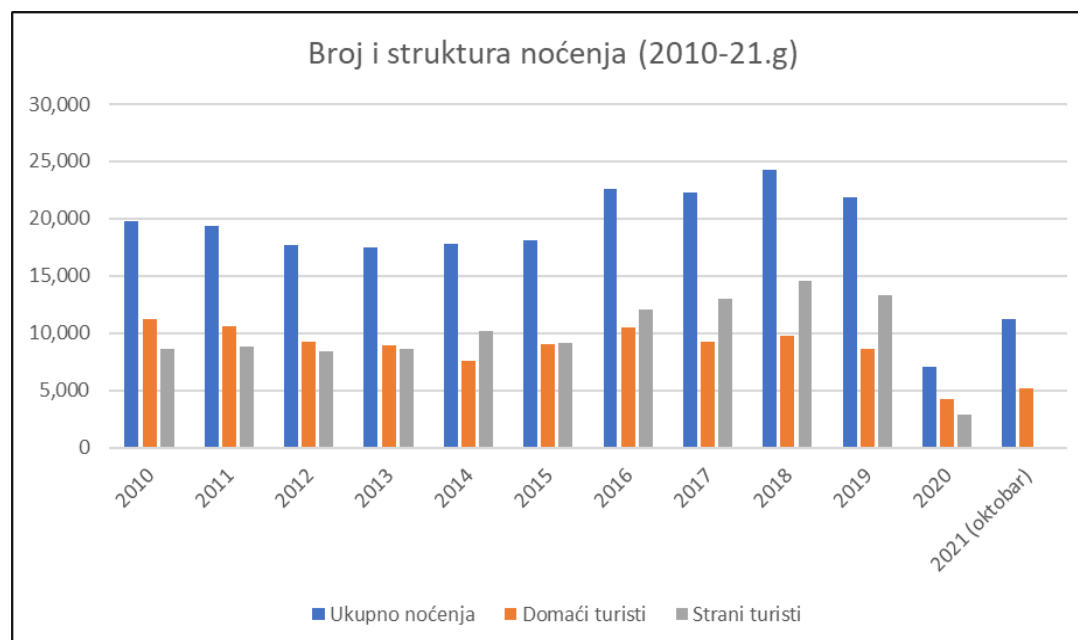
Tabela 12. Broj i struktura noćenja turista u Brčko distriktu BiH

Godine	Ukupno noćenja	Domaći turisti	Učešće (u %)	Strani turisti	Učešće (u %)
2010	19.795	11.199	56,60	8.596	43,40
2011	19.405	10.57	54,47	8.835	45,53
2012	17.674	9.236	52,26	8.438	47,74
2013	17.48	8.885	50,80	8.595	49,20
2014	17.826	7.618	42,74	10.208	57,26
2015	18.094	8.999	49,73	9.095	50,27
2016	22.575	10.532	46,65	12.043	53,35
2017	22.236	9.191	41,33	13.045	58,67
2018	24.305	9.752	40,12	14.553	59,88
2019	21.896	8.622	39,38	13.274	60,62
2020	7.072	4.193	59,29	2.879	40,71
2021 (oktobar)	11.196	5.169	46,17	6.027	53,83

Izvor podataka: Agencija za statistiku BiH, Bilten statistički podaci Brčko distrikta BiH broj: 11. od 31.10.2015; broj: 4 od 30.04.2019, broj: 2 od 31.12.2021. god

Ukupan broj noćenja turista u Brčko distriktu BiH se smanjivao u periodu od 2010. do 2013. godine, da bi se nakon toga, svake godine, bilježio porast tog broja. U cijelom posmatranom periodu učešće domaćih turista se smanjivalo, različitim intenzitetom, dok je učešće stranih turista bilježilo konstantan rast. Od 2010. do 2013. godine struktura, odnosno učešće broja noćenja koja su ostvarili domaći turisti bila je preko 50 %, da bi, nakon toga bilo sve značajnije učešće broja noćenja stranih turista.

O tome svjedoči i grafički prikaz na slici 10.



Slika 10. Broj i struktura noćenja turista

Kada je u pitanju razvojna tendencija, može se reći da kretanje ukupnog broja noćenja i broj noćenja stranih turista imaju tendenciju rasta, koja je najbliža funkciji paraboličnog trend. Ukoliko se ovakve tendencije nastave, bez obzira na stagnaciju broja noćenja domaćih turista, može se očekivati povećanje broja noćenja stranih turista, pa samim tim i povećanje ukupnog broja noćenja u Brčko distriktu BiH.

U narednoj tabeli dati su podaci o dinamici kretanja broja noćenja turista.

Tabela 13. Dinamika kretanja broja noćenja turista u Brčko distriktu BiH

Godine	Ukupno noćenja	Ukupno noćenja Lančani indeks	Domaći turisti Lančani indeks	Strani turisti lančani indeks
2010	19.795	-	-	-
2011	19.405	98,03	94,38	102,78
2012	17.674	91,08	87,38	95,51
2013	17.48	98,90	96,20	101,86
2014	17.826	101,98	85,74	118,77
2015	18.094	101,50	118,13	89,10
2016	22.575	124,77	117,04	132,41
2017	22.236	98,49	87,27	108,32
2018	24.305	109,30	106,10	111,56
2019	21.896	90,10	88,41	91,21
2020	7.072	32,30	48,63	21,69
2021 (oktobar)	7.591	158,31	123,28	209,34

Izvor podataka: Agencija za statistiku BiH, Bilten statistički podaci Brčko distrikta BiH broj: 11.od 31.10.2015; broj: 4od 30.04.20191, broj: 2 od 31.12.2021. god

Proječna godišnja stopa rasta ukupnog broja noćenja turista iznosila je 2,5989%, pa bi, ukoliko se nastavi ovakav tempo rasta, u 2020. godini ukupan broj noćenja turista mogao da dostigne brojku od 25.585. Posječna godišnja stopa rasta broja noćenja domaćih turista u navedenom periodu je negativna i iznosi – 1,7145%, dok je prosječna godišnja stopa rasta noćenja stranih turista bila 6,8026.

Kada su u pitanju strani turisti, može se reći da u Brčko distrikt BiH dolaze turisti sa svih kontinenata, iz velikog broja zemalja. Ipak, najviše turista dolazi iz susjednih zemalja, Srbije i Hrvatske, a zatim iz, Slovenije, Austrije, Njemačke, Italije i SAD.

O tome vidjeti podatke iz tabele 14.

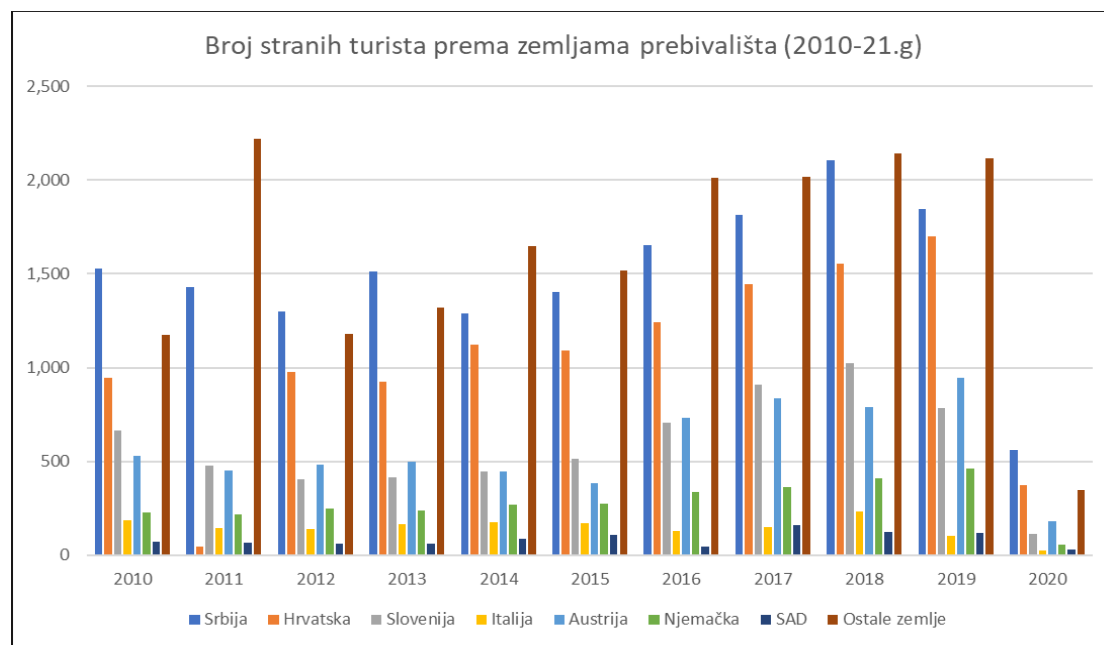
Tabela 14 Broj stranih turista prema zemljama prebivališta

Zemlja porijekla	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Ukupno	5.323	5.045	4.697	5.162	5.484	5.465	6.857	7.691	8.388	7.983	1.679
Srbija	1.527	1.427	1.302	1.514	1.287	1.401	1.654	1.817	2.106	1.847	560
Hrvatska	944	44	979	924	1.122	1.092	1.243	1.444	1.555	1.700	372
Slovenija	667	478	406	415	447	514	706	908	1.023	782	112
Italija	184	142	140	165	178	173	129	149	235	104	23
Austrija	529	454	485	498	444	384	730	834	790	944	183
Njemačka	230	215	248	237	270	274	338	363	409	462	54
SAD	70	67	59	61	87	110	45	160	126	120	30
Ostale zemlje	1.174	2.218	1.178	1.318	1.649	1.517	2.012	2.016	2.144	2118	345

Izvor podataka: Bilten, Statistički podaci Brčko distrikt BiH, broj 11, od 31.10.2015. godine i broj 4, od 30.04.2019.godine, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine

Posmatrajući navedene podatke, može se uočiti rastuća tendencija broja turista iz svih navedenih zemalja. Njihovo kretanje uglavnom slijedi kretanje ukupnog broja stranih turista u posmatranom periodu.

Podaci o broju stranih turista prema zemlji prebivališta, grafički, prikazani su na slici 11.



Slika 11. Broj stranih turista prema zemljama prebivališta

Pored tendencije kretanja broja turista iz posmatranih zemalja, može se posmatrati i njihovo učešće u ukupnom broju turista koji posjećuju BiH iz godine u godinu.

O tome svjedoče podaci u narednoj tabeli.

Tabela 15. Procentualni udio stranih turista u Brčko distriktu BiH prema zemlji prebivališta

Zemlja porijekla	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
UKUPNO	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Srbija	26,41%	28,29%	21,37%	29,33%	23,46%	25,64%	24,12%	23,63%	22,03%	21,16%	34,87%
Hrvatska	15,18%	0,87%	19,94%	17,90%	22,28%	19,98%	14,78%	18,78%	16,34%	20,76%	21,64%
Slovenija	11,66%	9,47%	8,26%	8,04%	8,15%	9,40%	10,30%	11,81%	11,95%	9,08%	4,59%
Italija	3,20%	2,81%	0,39%	3,02%	3,25%	3,17%	6,72%	1,94%	3,09%	1,25%	1,35%
Austrija	10,59%	9,00%	13,84%	9,65%	8,09%	7,03%	10,65%	10,84%	8,71%	12,15%	10,45%
Njemačka	4,32%	4,26%	5,27%	4,59%	4,92%	5,01%	4,93%	4,72%	6,38%	6,63%	2,71%
SAD	0,06%	1,33%	1,79%	1,18%	1,59%	2,01%	0,66%	2,08%	2,10%	2,16%	1,88%
Ostale zemlje	28,58%	43,97%	29,14%	26,29%	27,45%	27,76%	27,81%	26,21%	29,10%	26,81%	22,51%

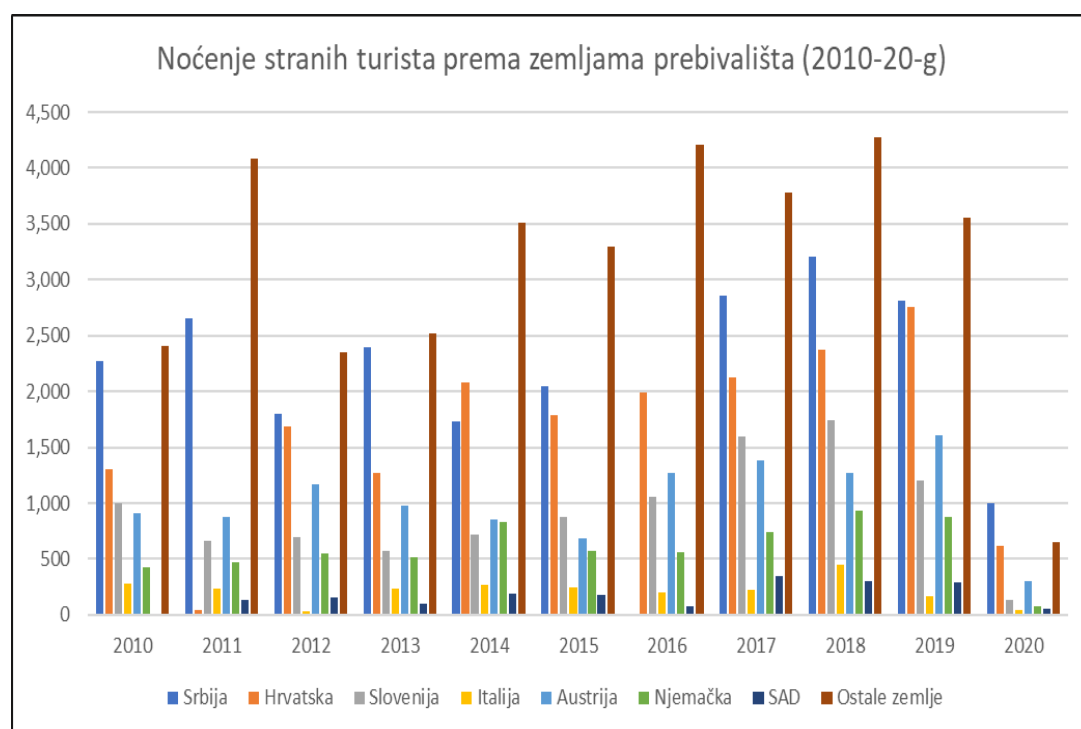
Kada je u pitanju broj noćenja stranih turista iz zemalja prebivališta, može se reći da on uglavnom slijedi dinamiku i tendencije ukupnog broja dolazaka turista iz zemalja sa najvećim učešćem. Nakon perioda u kome je zabilježeno smanjenje ukupnog broja noćenja, slijedi povećanje iz godine u godinu, da bi u 2018. godini bio zabilježen najveći broj noćenja iz gotovo svih posmatranih zemalja.

Podaci u tabeli 16. i na slici 12. pokazuju navedeno kretanje.

Tabela 16. Noćenje stranih turista prema zemljama prebivališta

Zemlja porijekla	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ukupno	8.596	8.835	8.438	8.595	10.208	9.095	12.043	13.045	14.553	13.274	2.879
Srbija	2.27	2.651	1.803	2.397	1.734	2.049	2.671	2.857	3.206	2.809	1.004
Hrvatska	1.305	44	1.682	1.27	2.082	1.783	1.99	2.131	2.378	2.755	623
Slovenija	1.002	666	697	578	724	877	1.056	1.592	1.739	1.205	132
Italija	275	233	33	235	273	245	204	220	450	166	39
Austrija	910	880	1.168	979	855	689	1.271	1.378	1.267	1.613	301
Njemačka	424	477	550	520	832	576	566	738	928	880	78
SAD	5	138	151	101	195	175	78	348	305	287	54
Ostale zemlje	2.405	4.088	2.354	2.515	3.513	3.301	4.207	3.781	4.28	3.559	648

Izvor podataka: Bilten, Statistički podaci Brčko distrikt BiH, broj 11, od 31.10.2015. godine i broj 4, od 30.04.2019.godine, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine



Slika 12. Noćenje stranih turista prema zemljama prebivališta

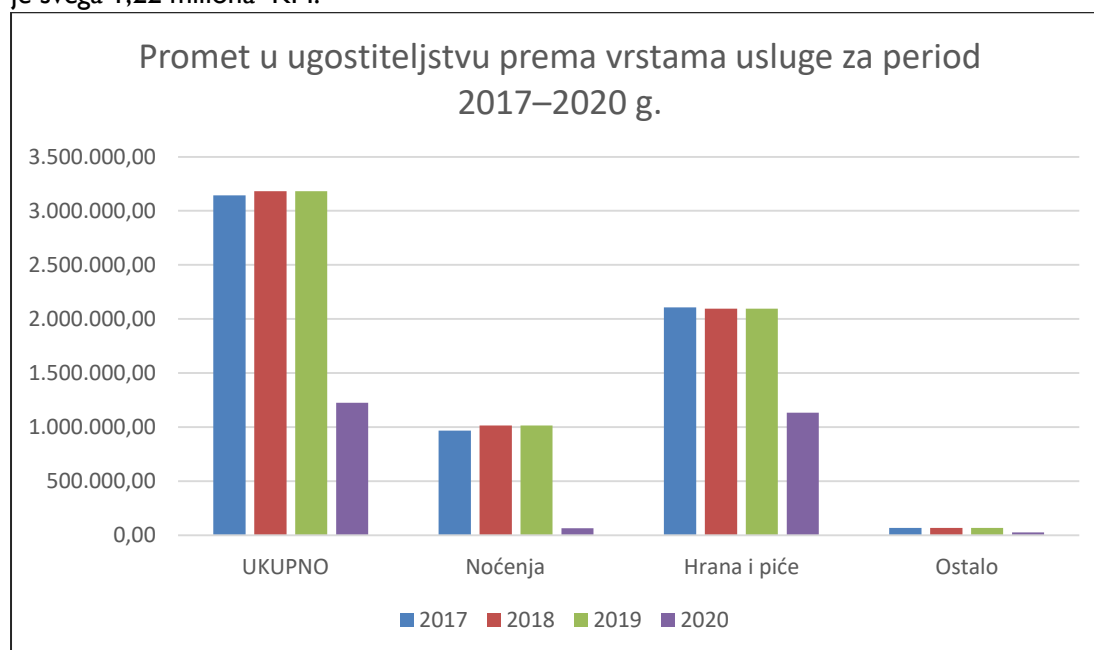
Ako se nastave dosadašnja dinamika i ocijenjena tendencija kretanja broja noćenja turista i u narednom periodu, može se očekivati da će se i broj noćenja, kao i broj dolazaka turista povećavati iz godine u godinu. Ta optimistična predviđanja koja i u narednom periodu pred turističkim poslenicima u Brčko distriktu BiH, bilo da su u pitanju kreatori politike u oblasti turizma ili oni koji samo realizuju utvrđenu politiku, stavljaju nove odgovornosti i obaveze. Oni treba da rade na unapređenju postojećih i na istraživanju novih mogućnosti za unapređenje turističke ponude, imajući u vidu do sada iskazane želje i zahtjeve prvenstveno stranih turista.

Kada je u pitanju broj noćenja stranih turista iz zemalja prebivališta, može se reći da on uglavnom slijedi dinamiku i tendencije ukupnog broja dolazaka turista iz zemalja sa najvećim učešćem. Nakon perioda u kome je zabilježeno smanjenje ukupnog broja noćenja, slijedi

povećanje iz godine u godinu, da bi u 2018. godini bio zabilježen najveći broj noćenja iz gotovo svih posmatranih zemalja.

Promet u ugostiteljstvu

Ukupan promet u ugostiteljstvu u 2019. godini je iznosio 3,2 miliona KM. Primjetno je povećanje ukupnog prometa u ugostiteljstvu u u posmatranom periodu od 2017-2020. godine, koje je najvećim dijelom nastalo zbog povećanja prometa hranom i pićem. Evidentan pad prometa u ugostiteljstvu u 2020.godini izazvan je Covid pandemijom i iznosio je svega 1,22 miliona KM.



Slika 13. Promet u ugostiteljstvu prema vrstama usluge za period 2017–2020, u hilj. KM

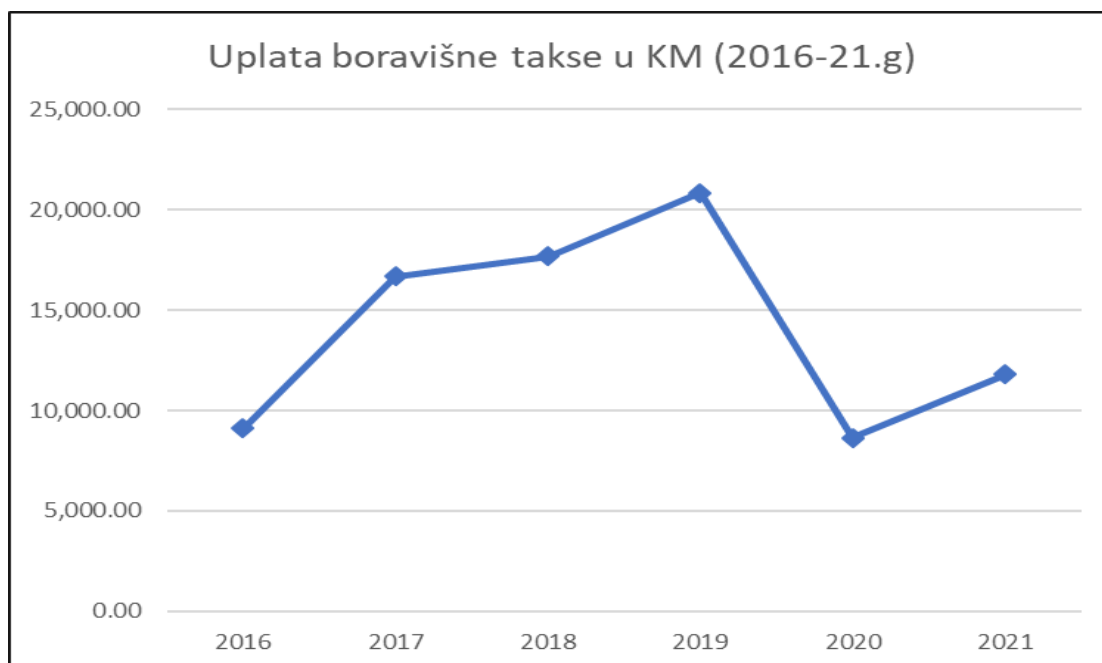
Izvor podataka: Bilten / Statistički podaci Brčko distrikta BiH, Agencija za statistiku BiH, 17.03.2020. i 28.02.2019.

Jedan od pokazatelja prihoda u turizmu i ugostiteljstvu je boravišna taksa. Boravišna taksa predstavlja naknadu koju plaća gost (turista) koji koristi usluge noćenja u ugostiteljskim objektima za smještaj. Ako se analizira period od 2016. do 2021. godine, evidentno je da su prihodi od boravišne takse rasli, sa izuzetkom 2020. i 2021. godine kada je pad prihoda i prometa turista uzrokovan pandemijskim okolnostima Covid19.

Tabela 17. Uplata boravišne takse (2016-2021g.)

Godina	Uplata u KM
2016	9.122,22
2017	16.690,00
2018	17.671,51
2019	20.838,00
2020	8.655,00
2021	11.813,00
Ukupno	84.789,73

Izvor: Direkcija za finansije Brčko distrikta BiH



Slika 14. Uplata boravišne takse (2016-2021)

Izvor: Direkcija za finansije Brčko distrikta BiH

Obilježja turističke ponude i tražnje

Turističko tržište je dio sveukupnog tržišta i tržišnih kretanja na području Brčko distrikta BiH. Ono ima opšte karakteristike kao i ostala tržišta, a to znači da se formira na bazi ponude i tražnje, ali sa određenim specifičnostima:

- **Veliki uticaj neekonomskih faktora** (vremenske prilike, bolesti, elementarne nepogode, političke prilike, itd.) na nivo turističke tražnje;
- **Turistička potražnja ima veliku elastičnost u odnosu na nivo prihoda turista;**
- **Turističku ponudu i potražnju, sa stanovišta institucija prodaje, karakteriše neposredna i posredna prodaja,** s ponekad nemalim brojem posrednika /agenata, turoperatora/;
- **Turistička ponuda je raznovrsna,** kako po /broju/ uslugama koje se nude, tako i po broju ponuđača koji ih daju;
- **Turistička tražnja je neravnomjerno raspoređena,** sa različitim intenzitetom;
- **Turističke usluge destinacije/Brčko distrikt BiH / su neprenosive,** jer su vezane za dato područje.

Na području Brčko distrikta BiH turistička aktivnost svedena je gotovo isključivo na grad Brčko i njegovu hotelsku ponudu.

Pod turističkom ponudom, u užem smislu, podrazumijeva se ponuda količine dobara i usluga koji se turistima stavlja na raspolaganje, a u širem smislu su to i turistički privredni subjekti i ostale privredne i neprivredne djelatnosti.

Turistička ponuda se može podijeliti na primarnu i sekundarnu. Pojmom primarne turističke ponude obuhvaćena je ponuda prirodnih dobara i kulturnoistorijskog nasljeđa. Ako se područje Brčko distrikta BiH posmatra sa tog stanovišta, može se reći da navedeno područje ima izuzetno bogatu i kvalitetnu primarnu turističku ponudu. Sekundarnom turističkom ponudom smatra se cjelokupna turistička nadgradnja (npr.objekti za smještaj i ishranu turista), koji su za sada zadovoljavajuća.

Turistička ponuda Brčko distrikta BiH ima sljedeće karakteristike:

- Velika neelastičnost;
- Skupa i nestimulirajuća kreditna sredstva za stvaranje adekvatne turističke ponude, prema trenutnom stanju kreditne bankarske ponude;
- Visoka ulaganja u turističke kapacitete i njihovo sezonsko korišćenje, kao što je primjer pojedinih hotelskih smještaja, koji su zbog niske iskorištenosti (ostvarenih broja noćenja), ekonomski gledajući, nefunkcionalni;
- Još uvijek visok udio ličnog rada u pružanju turističkih usluga, koji je trenutno opravdan zbog relativno niske cijene radne snage.

Faktori koji mogu uticati na turističku ponudu su:

1. Atraktivnost:
 - Prirodna (prirodna bogatstva, npr. rijeka Sava i pritoke),
 - Izgrađena (kulturno–istorijski spomenici u Brčko distriktu BiH, koji predstavljaju značajnu turističku ponudu)
2. Komunikativnost, i
3. Receptivni faktori.

Pandemija Covid 19 je donijela velike promjene u turističkoj potražnji. Naime, turistička tražnja je okrenuta prema stalnom traženju novog /turističkog proizvoda/, nepoznatog, zanimljivog, onoga što treba doživjeti: odmora i relaksacije, lijepih i interesantnih turističkih motiva, ugodne klime, interesantnih kulturno-istorijskih spomenika, sporta punog adrenalina, novog i nepoznatog i sl.

Današnje analize i prognoze turističke tražnje karakterišu promjene u tražnji kao što su pojedinačni kreativni programi kao i programi za manje grupe turista. Navedeni uključuju unikatne destinacije sa uvećanim kvalitetom ekološke komponente i komponentom zdravstveno-rekreativne destinacije (eko-turizam koji preferira etno sela i sl.), turistički proizvod većeg nivoa kvaliteta, sa gastro komponentom organske hrane a za koje Brčko distrikt BiH ima prirodne predispozicije, a pokrenuo je i edukativne programe za proizvođače, sigurnost boravka i kretanja je prevashodna karakteristika sadašnjeg turističkog proizvoda, te kraća a češća putovanja.

2.2. SWOT analiza i strateško fokusiranje

SWOT analiza je veoma pogodna tehnika za svaku turističku destinaciju koja želi da ima saznanja o svojim slabim i jakim tačkama.

Strategija razvoja turizma Brčko distrikta BiH sa postavljenim ciljevima je ostvariva, što je potvrdila SWOT analiza koja će se u narednom poglavlju i tematski prezentovati. Definisaće se: potencijalne unutrašnje snage (strengths), potencijalne unutrašnje slabosti (weaknesses), potencijalne spoljne mogućnosti (opportunities), potencijalne spoljne prijetnje (threats) područja Brčko distrikta BiH i to na segmentu turistički proizvod.

Uvodne napomene za SWOT analizu

Strategija razvoja turizma Brčko distrikta BiH, predstavlja projekat koji treba da da racionalne odgovore vezane za strukturu i rast turizma, tj. njegovog efikasnog uključivanja i pozicioniranja na domaćem i ino turističkom tržištu. SWOT analiza predstavlja važno sredstvo za identifikaciju i sistematizaciju mogućeg izbora ključnih strategija i politika, sa ciljem da se postavljeni ciljevi i ostvare.

Analiza je urađena u vidu radionice sa predstavnicima interesnih grupa vezanih za turističku djelatnost, različitih profila, vladinog i nevladinog sektora.

Jedan dio izveden je na osnovu direktnog uvida na terenu i intervju s ključnim osobama, određenim ispred svake interesne grupe za saradnju sa autorima ove Strategije, a zaduženim za oblast turizma na području distrikta.

S druge strane, profil spoljnih prilika ("opportunities") i prijetnji ("threats") izveden je i na osnovu analize tržišta i konkurenata u okruženju.

Turistički proizvod u užem smislu ovdje predstavljaju prirodni i kulturni resursi, razne turističke atrakcije, turistička struktura i turistička infrastruktura.

Prilikom definisanja svakog pojedinog elementa (kategorije), nezavisno od toga da li je riječ o snagama, nedostacima, prilikama ili prijetnjama, izvršeno je i njihovo ocjenjivanje na skali od 1 do 10. Ovim se ukazuje na njihovu relativnu važnost, odnosno na prioritete u djelovanju. Pri tome je ocjena 10 najbolja u slučaju snaga i prilika, a najlošija u slučaju nedostataka i prijetnji.

Tabela 18. SWOT analiza

R. br.	Snage /prednosti/	Ocjena (1 – najlošija, 10 – najbolja)
1.	Odličan geografski položaj	10
2.	Bogatstvo okoline prirodnim resursima	9
3.	Bogatstvo kulturnim, istorijskim i vjerskim spomenicima	9
4.	Otvoren, multietničan, multikulturalan i multikonfesionalan grad	9
5.	Spremnost Vlade Brčko distrikta BiH na poticanje ukupnog razvoja, a time i razvoja turizma	9
6.	Zadovoljavajući smještajni kapaciteti	9
7.	Brčko distrikt BiH potencijal za razvoj poljoprivrede, prehrambene industrije i zanatske djelatnosti	10
8.	Tradiciona u proizvodnoj i poslovnoj saradnji, industriji, poduzetništvu i zanatstvu	9
9.	Seoska domaćinstva pogodna za razvoj seoskog turizma	9

R. br.	Slabosti /nedostaci/	Ocjena (1 – najbolja; 10 – najlošija)
1.	Nedovoljno iskorišten povoljan geografski položaj i prirodni resursi	8
2.	Slabo razvijen receptivni turizam i ukupna turistička ponuda	7
3.	Nedovoljno razvijena turistička infrastruktura i njena disperzija na nivou BD BiH	7
4.	Nedostatak Strategije za razvoj turizma, te prostorno-urbanističke regulacije za rast novih turističkih destinacija	9
5.	Nedovoljno razvijena i urađena pravna legislativa iz oblasti turizma i srodnih djelatnosti (kulture)	8
6.	Mali broj (opadajući) stranih i domaćih turista	8
7.	Nedovoljno efikasan sistem upravljanja i zaštite okoline/okoliša	8
8.	Nedovoljno razvijena svijest građana o ekologiji i zdravoj životnoj sredini	8
9.	Slabo edukovani ljudski resursi iz oblasti turizma	7
10.	Nedostatak renomiranih turističkih proizvoda za međunarodnu komercijalizaciju	8

R. br.	Mogućnosti /šanse/	Ocjena (1 – najlošija; 10 – najbolja)
1.	Stalni rast svih vidova turističke potrošnje	8
2.	Porast međunarodne i regionalne saradnje	9
3.	Sudjelovanje u EU projektima	8
4.	Rast prihoda budžeta / proračuna BD BiH	9
5.	Povećanje kapaciteta usluga u riječnom prometu i funkcije luke Brčko	8

6.	Strategija razvoja Brčko distrikta BiH predviđa podsticanje razvoja turizma	9
7.	Razvoj prepoznatljivog turističkog proizvoda, kroz razne oblike turizma, prvenstveno: tranzitni, lovno-ribolovni, sportski, kulturni, manifestacioni, vjerski, seoski	9
8.	Turistička valorizacija brojnih turističkih potencijala kojim BD BiH raspolaže	9

R. br.	Opasnosti /prijetnje	Ocjena (1 – najbolja; 10 – najlošija)
1.	Politička nestabilnost u zemlji i regionu	8
2.	Aktivnost konkurencije na razvoju turističkog proizvoda, te mogućnost slabljenja startne pozicije	6
3.	Nedovoljna priprema za saradnju sa EU	7
4.	Trend centralizacije i razvoja na regionalnom i državnom nivou	6
5.	Neadekvatna politika zapošljavanja u turizmu	7
6.	Porast siromaštva i socijalne isključivosti, te nedostatak tzv. diskrecionog dohotka za turističke potrebe	8
7.	Nedovoljno visok nivo svijesti o važnosti turizma, koji doprinosi sveopštem razvoju distrikta Brčko	7

Prezentirana SWOT analiza je ocjena data od strane autora teksta, koja kroz numeričku analizu ukazuje na sljedeće:

1. Intenzitet nedostataka/slabosti je manji od intenziteta snaga/prednosti – ukazuje da Brčko distrikt BiH s ukupnim privrednim razvojem razvija i turizam i da je na **početku izgradnje profesionalne turističke industrije**;
2. Šansi/mogućnosti iz okruženja je bitno više od prijetnji/opasnosti, što pokazuje da **stvari iz okruženja za sada idu u korist turizma Brčko distrikta BiH**;
3. Konstelacija odnosa proistekla iz ove SWOT analize, **ukazuje da razvoju turizma Brčko distrikta BiH treba pristupiti kao međusobno povezanom poligonu. Ulaganja će biti optimalna ako se koriste na osnovu unutrašnjih snaga i mogućnosti, uz neminovno otklanjanje slabosti.** Bez otklanjanja unutrašnjih slabosti, ulaganja bi bila neoptimalna.
4. **Slabosti ili nedostaci su elementi na koje turistička politika može djelovati.**

Za uspjeh u turizmu Brčko distrikta BiH definišu se sljedeći strateški potencijali:

- ✓ **Turističko-geografski položaj** Brčko distrikta BiH na međi nekoliko istorijskih i kulturnih krugova i civilizacija istoka i zapada;
- ✓ **Pozitivan odnos stanovništva Brčko distrikta BiH prema turizmu** – otvorenost, urođeno gostoprinstvo i jak pozitivan emotivni odnos koji gost dobija kao rezultat svog boravka u ovom regionu;
- ✓ **Veliki neiskorišteni potencijal rijeke Save i manjih rječica, pritoka, pitomih planinskih proplanaka Majevice**, čije slike stvaraju prepoznatljiv imidž jedinstvenog i kontrastima bogatog pejzaža;
- ✓ **Naslijeđena baština različitih kultura**, s velikim brojem očuvanih spomenika, brojnim manifestacijama i sportskim događanjima, te zadovoljavajućim smještajnim kapacitetima.

Strateški nedostaci

Kako bi se uspjelo na međunarodnom i domaćem tržištu i da bi se Brčko distrikt BiH pozicionirao s prepoznatljivom turističkom ponudom neophodno je hitno otkloniti slijedeće nedostatke:

- Bosna i Hercegovina na međunarodnom tržištu nije poznata kao turistička destinacija, a time ni Brčko distrikt BiH, budući da zemlja **nema nacionalni turistički brend** koji je ciljno pozicioniran i prenosi sliku turistima kakve turističke proizvode ona nudi, što proizilazi između ostalog i **iz niskog promotivnog budžeta koji se za te namjene izdvaja**;
- Nedostatak opšteprihvaćene **vizije razvoja turizma** kao privredne grane;
- Nepostojanje Turističke organizacije Brčko distrikta BiH;
- Još uvijek je **nedovoljno osmišljena i uspostavljena prostorno urbanistička regulativa većine postojećih i budućih turističkih sadržaja** (centara), proistekla iz nedovoljne saradnje Vladinih institucija i interesnih grupa u turizmu Brčko distrikta BiH;
- **Nedovoljna zaštita i održavanje glavnih prirodnih i kulturnih resursa**, te pravno i organizaciono pozicioniranje i finansiranje institucija koje su vezane svojim djelatnostima uz ove resurse;
- **Nedovoljna iskorišćenost kulturno-istorijskog naslijeđa kao resursa**, odnosno **nepostojanje svijesti o kulturnom naslijeđu kao potencijalu za razvoj**;
- **Nedovoljno primjenjivanje zakona i kaznene politike na području životne sredine** (divlje deponije);
- Nedostatak savremenih puteva, kao i turističke putne signalizacije;
- Nedostatak kadrova u novim turističkim zanimanjima (animacija, zabava, manifestacije, zabavni tematski parkovi, gastronomija ...), kao i vrhunski obrazovanih turističkih menadžera.

Zaključak SWOT analize

Polazeći od strateški identifikovanih prednosti i nedostataka, Brčko distrikt BiH bi trebalo da u svojoj turističkoj ponudi nudi veći broj različitih proizvoda koji bez sumnje proističu iz njegovih strateški dugoročnih potencijala – da dolazak i boravak u njemu bude pravi izbor za ino i domaćeg turistu.

Ova Strategija razvoja turizma, na osnovu urađene analize trenutnog stanja i posebno SWOT analize ukupnog turističkog potencijala, predlaže ***organizaciju i uređenje turističke funkcije Brčko distrikta BiH kao jedne destinacije sa određenim prioritetnim udarnim zonama i lokalitetima (mikro destinacijama), te gradskim naseljem Brčkom kao vodećim turističkim centrom destinacije.***

Tabela 19. Strateški fokus

STRATEŠKI FOKUS	
1.	Transformacija razvoja turističkih proizvoda
2.	Unapređenje destinacijskog marketinga
3.	Razvoj kvalitetnih ljudskih resursa
4.	Unapređenje podsticajnog okruženja za održivi rast

Ovom Strategijom do 2027. godine planira se ostvariti sljedeće:

- Razvoj pozitivnog imidža o destinaciji Brčko distrikta BiH (pozicioniranje Brčko distrikta BiH kao značajne turističke destinacije)
- Samoodrživost i dugoročna zaštita turističkih resursa
- Poboljšanje kvaliteta života stanovništva (bitno povećanje broja turista i prihoda od turizma)
- Uspostavljanje efikasnog sistema upravljanja razvojem turizma

Rezultati Strategije turizma Brčko distrikta BiH

Da bi bio uspješan, turistički sektor Brčko distrikta BiH treba razvijati turističku ponudu i napraviti je što raznovrsnijom, raditi na razvoju vještina i boljoj povezanosti aktera iz sektora radi koordiniranog djelovanja. Koristi koordinirane strategije turizma obuhvataju:

- Ostvarivanje prihoda po osnovu deviznog priliva i veće domaće ekonomske aktivnosti
- Otvaranje radnih mjesta
- Proširivanje osnovice poreznih prihoda
- Širenje ekonomskih aktivnosti i podsticanje malih i srednjih poduzeća i preduzetništva
- Unapređenje ukupne infrastrukture, javne i privatne, za bolje privlačenje malih i srednjih poduzeća i poticanje šireg ekonomskog preduzetništva
- Povezivanje lanca vrijednosti turizma sa drugim sektorima privrede, na taj način stvarajući veće ekonomske koristi za Brčko distrikt BiH i lokalne zajednice.

Obuhvaćenim inicijativama će se podržati razvoj i rast industrije turizma u BD BiH s ciljem da bude ekološki, ekonomski, kulturno i društveno održiva. Strategije obuhvaćene ovim dokumentom će pomoći da se poboljša i osigura jasan plan oporavka i dugoročnog rasta turizma.

Održivost destinacije kao prioritet

Strategija turizma BD BiH obuhvata snažnu posvećenost održivosti, kako u svojoj viziji tako i u svojim ciljevima. Vlada BD BiH ima važnu ulogu u davanju vizije i obezbjeđivanju partnerstva radi prevazilaženja datih izazova, dok se od privatnog sektora očekuje da u način svog rada uvrstiti dobre međunarodne prakse zaštite okoliša i očuvanja prirode. Shodno tome, u Strategiji se kao imperativ ističe očuvanje prirode.

Postojanje velikog broja turističkih potencijala (prirodnih, kulturnih, istorijskih, socijalnih) daje široke mogućnosti za razvoj turizma Brčko distrikta BiH i odgovarajuća Strategija turizma prepoznaje te potencijale. Njihovim planiranjem, povezivanjem i upravljanjem /prirodnih i ljudskih resursa/, omogućuje se brži ekonomski razvoj. Kroz koncept samoodrživosti čuvaju se postojeći resursi. Menadžmentom na nivou turističke destinacije, upravlja se njima u skladu sa brojem turista.

2.3. Vizija razvoja i strateški ciljevi sa indikatorima

Strategija je utemeljena na četiri strateška cilja koji će oblikovati razvoj turizma tokom perioda 2022-2027. godina od kojih je svaki razrađen u prioritetne aktivnosti i rezultate. Strategija će lokalnim i stranim akterima (uključujući turističke privredne subjekte i donatore) služiti kao vodič za planiranje turizma, upravljanje i ulaganje u ovaj sektor. U narednom tekstu dat je strateški okvir.

Strateška vizija

Unaprijediti i stvoriti održivi turistički sektor koji najbolje odražava karakter i resurse dostupne u Brčko distriktu BiH.

Strateška misija

Strategija razvoja turizma u Brčko distriktu BiH ima za cilj da poveća konkurentna osnova turističke privrede BD BiH.

Svojom turističkom ponudom stvoriti najbolje moguće uslove za turiste, istovremeno ćemo dovesti do poboljšavanja kvaliteta života i povećanje životnog standarda.

Kako ostvariti stratešku misiju sektora turizma BD BiH

Unijeti raznolikost i unaprijediti iskustva posjetilaca kroz diferenciran razvoj proizvoda pomno usklađen s vizijom,

Pozicionirati i promovirati turističku ponudu na ciljnim domaćim i stranim tržištima kako bi se tokom cijele godine ostvarivali dolasci turista koji ostvaruju veću potrošnju,

Povećati zapošljavanje kvalitetnih kadrova u turizmu

Povećati ukupnu konkurentnost industrije turizma kako bi se privukle nove i lokalne investicije,

Smanjiti sezonski karakter turizma ponudom različitih proizvoda dostupnih tokom cijele godine

Zaštititi prirodu i kulturna dobra usvajanjem principa održivosti u svakom dijelu turističkog putovanja.

Strateški ciljevi

Sljedeća četiri (4) strateška cilja su identifikovana, koji će zajedno sa prioritetima i mjerama pomoći i služiti kao smjernice Vladi Brčko distrikta BiH i zainteresiranim akterima iz BD BiH, za efikasnije ostvarivanje ciljeva vizije i misije sektora turizma.

Cilj 1. Transformacija turističkih destinacija i razvoj turističkih proizvoda

Cilj 2. Unapređenje destinacijskog marketinga

Cilj 3. Razvoj kvalitetnih ljudskih resursa

Cilj 4. Unapređenje podsticajnog okruženja za održivi rast

Strateški interesi

Ovom se Strategijom do 2027. godine nastoji ostvariti sljedeće:

- povećati broj noćenja turista
- povećati prosječan boravak turista u BD BiH,
- povećati broj zaposlenih
- privući domaće i strane investicije,
- povećati procenat zaštićenih područja

Šematski prikaz ciljeva Strategije razvoja turizma Brčko distrikta BiH:

CILJEVI STRATEGIJE:

PODIZANJE KONKURENTNOSTI TURIZMA BRČKO DISTRIKTA BiH		
Povećanje deviznog priliva kroz povećanje broja i prosječnog boravka turista	Rast domaćeg turističkog prometa	Rast zaposlenosti
RAZVOJ POZITIVNOG IMIDŽA O DESTINACIJI BRČKO DISTRIKTA BiH		
SAMOODRŽIVOST I DUGOROČNA ZAŠTITA TURISTIČKIH RESURSA		
POBOLJŠANJE KVALITETA ŽIVOTA STANOVNIŠTVA		

3. STRATEŠKI CILJEVI I PRIORITETI

Prioriteti predstavljaju ključna polja i mjere djelovanja za stvaranje vizije i strateških ciljeva i kao takvi imaju najveći uticaj na razvoj, odnosno ostvarenje indikatora. Definisani prioriteti su grupisani pod relevantnim strateškim ciljevima.

Strateški ciljevi	Prioriteti
SC 1: Transformacija razvoja turističkih proizvoda	• P 1.1. Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude
SC 2: Unapređenje destinacijskog marketinga	• P 2.1. Brendirati lokaciju • P 2.2. Povećati privlačnost destinacije • P 2.3. Diverzifikacija prodajnih i distribucionih kanala
SC 3: Razvoj kvalitetnih ljudskih resursa	• P 3.1. Izgradnja kapaciteta za razvoj ljudskih resursa • P 3.2. Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u oblasti turizma • P 3.3. Usavršavanje postojećih kadrova putem formalnog i neformalnog obrazovanja i obuke na radnom mjestu
SC 4: Unapređenje podsticajnog okruženja za održivi rast	• P 4.1. Unapređenje pravnog i regulatornog okvira kako bi se omogućila konkurentnost industrije turizma i održivi rast i kreirala politika zasnovana na kvalitetnim podacima (statistika, istraživanje i analiza podataka) • P 4.2. Zaštititi životnu sredinu, očuvati prirodu i promovisati održivost • P 4.3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju • P 4.4. Unapređenje turističke infrastrukture

Tri strategije ponude i potražnje radi ostvarivanja ciljeva

Kako bi se ovi ciljevi ostvarili, ova sedmogodišnja strategija se naslanja i koristi dinamiku i uspjehe ostvarene u godinama prije COVID-19. Cilj strategije je da se učvrste dobiti i proširi doseg turizma BD BiH i BiH u svijetu, kao i da se privuku novi turisti radi budućeg rasta.

Ovaj pristup turizmu BD BiH zasnovan je na tržištu. Analizirali smo rezultate međunarodnog turizma i buduće trendove, osmislili strategije da se poveća potražnja za BiH i pomogli smo da se izradi jasan program ulaganja u iskustva turista (ponuda) koji će poslužiti da se privuku turisti sa ovih tržišta. Niže u tekstu dat je kratak pregled strategije ponude i potražnje čiji je cilj da se **a) poveća potrošnja turista sa postojećih tržišnih segmenata, b) privuku turisti sa tržišta koja ostvaruju veću potrošnju, i c) poveća broj turista koji dolaze na dnevne ekskurzije izvana, ali i iz BiH.**

Strategija 1 – Povećati potrošnju turista koji dolaze radi odmora

Strateška implementacija sa **strane potražnje**: Izraditi naprednu strategiju segmentacije ciljnih tržišta kako bi se privukli turisti koji ostvaruju veću potrošnju i koji su zainteresirani za tržište putovanja radi odmora koje je obogaćeno uzbudljivim avanturističkim i kulturnim iskustvima. Strateška implementacija sa **strane ponude**: Proširiti spektar ponuđenih proizvoda pripremom novih paket aranžmana.

Strategija 2 – Privlačiti individualne turiste koji ostvaruju veću potrošnju

Strateška implementacija sa **strane potražnje**: Povećati fokus na izvorna tržišta zapadne i sjeverne Evrope gdje postoji veća sklonost ka putovanjima izvan zemlje, kao i veliki broj turista koji ostvaruju veću potrošnju i koji na svojim odmorima traže veći broj avanturističkih iskustava kao i onih u domenu kulture. Strateška implementacija sa **strane ponude**: Napraviti posebna turistička iskustva zasnovana na prepoznatljivim karakteristikama BD BiH. U pogledu avanturističkog segmenta, napraviti niz različitih avanturističkih proizvoda kategorisanih prema stepenu zahtjevnosti od jednostavnog, umjerenog do zahtjevnog koji odgovaraju individualnim turistima i koji su zasnovani na prirodnim i sportsko-rekreativnim resursima BD BiH i BiH.

Strategija 3 – Povećati broj dnevnih ekskurzija iz pograničnih zemalja i iz Bosne i Hercegovine

Strateška implementacija sa **strane potražnje**: Prepoznajući ograničenja u pogledu raspoloživih hotelskih smještajnih kapaciteta, strategijom turizma BD BiH će se raditi na tome da se na bolji način osiguraju stalni dolasci turista te se tako podrže postojeće i buduće investicije u proizvode i iskustva i povećaju ukupni prihodi. Napraviti će se novi planovi puta koji će se reklamirati kao paket aranžmani za jednodnevne posjete radi avanturističkih iskustava, odmora, kulturnih i drugih značajnih manifestacija. Strateška implementacija sa **strane ponude**: Osmisliti iskustva koja odgovaraju porodicama koje traže jednodnevne posjete iz drugih dijelova zemlje ili kratke boravke iz drugih zemalja iz regiona. Osmisliti i jednodnevne avanturističke i kulturne proizvode koji će privući građane BiH, ali i građane drugih susjednih zemalja.

Ove će se strategije najbolje provesti kroz sveobuhvatan i integriran razvoj ukupne strategije tokom narednih pet godina. Detaljan opis načina na koji realizirati gore pomenute strategije dat je u okviru svakog od četiri strateška stuba navedena dalje u tekstu.

Strateški cilj razvoja turizma Brčko distrikta BiH **utvrđen je po** modelu matrice od “Tri praga” - razvoj, rast i opstanak (održivost). Analiza dosadašnjeg razvoja turizma na području Brčko distrikta BiH pokazuje da opstanak poslovnih sistema u turizmu ne znači i njihov rast, niti rast istovremeno znači razvoj.

3.1. STRATEŠKI CILJ 1: TRANSFORMACIJA RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA

Stvaranje prepoznatljivih, jedinstvenih proizvoda u obliku iskustava i doživljaja zasnovanih na autentičnosti i raznovrsnosti

3.1.1. Razumijevanje turističkih proizvoda i iskustava BD BiH

Prednosti turističkih dobara u Brčko distriktu BiH

Brčko distrikt BiH se nalazi na plovnom dijelu toka rijeke Save, i luka Brčko, koja je najveća luka u Bosni i Hercegovini, predstavlja veliki potencijal za razvoj turizma BD BiH. Rijekom Savom Brčko distrikt BiH je povezan sa Dunavom, preko koga i sa cijelom Evropom - Baltičkim i Sjevernim morem, a preko Crnog mora sa Sredozemljem.

Luka Brčko predstavlja značajan infrastrukturni objekt koji bi mogao biti važan u poboljšanju saobraćajne dostupnosti, što bi moglo intenzivirati turistički razvoj Brčko distrikta BiH, s

obzirom na planove o produženju plovnosti rijeke do Brežica u Sloveniji (plovni put rijeke Save bi se povećao oko 100 km).

U pogledu resursa, Brčko distrikt BiH raspolaže sa bogatim kulturno-historijskim nasljeđem ali kulturni turizma još uvijek ne zauzima mjesto koje zaslužuje unutar sveukupne turističke ponude. Razlozi takvog stanja leže u ratnim oštećenjima mnogih kulturno-istorijskih objekata i lokaliteta, ali i u srazmjerno lošem stanju očuvanosti onih koji nisu pretrpjeli devastaciju tokom rata, sporadičnim ulaganjima u njihovu obnovu, nepostojanju svijesti o razvojnim potencijalima koje nasljeđe posjeduje i nedovoljnoj promociji na širem regionalnom i globalnom planu.

Nadalje, Brčko distrikt BiH predstavlja područje sa izraženim prirodnim potencijalima koji se već duži period koriste u turističke svrhe a koje je potrebno značajnije unaprijediti, kako bi se povećala ukupna turistička tražnja. Brčko distrikt BiH definiše očuvana priroda, mnogobrojni vođeni tokovi, veliki broj ruralnih područja sa zdravom hranom, što predstavlja dobre preduslove za intenziviranje turističkog razvoja na području BD BiH.

Geografsko-turistički položaj BD BiH je afirmativan za razvoj različitih oblika turizma, a rijeka Sava i planina Majevica predstavljaju najinteresantnije prirodne atrakcije.

Iz navedenog se može konstatovati da zbog raznovrsne i većim dijelom netaknute prirode i dobrih tržišno orijentisanih i pozicioniranih poljoprivrednih proizvođača, te sadašnje teške ekonomske situacije, Brčko distrikt BiH treba favorizovati razvoj eko i seoskog turizma, te njima komplementarnih oblika turizma: kulturnog, religijskog, manifestacionog, nautičkog, lovnog i ribolovnog.

Glavno pitanje strategije razvoja turizma Brčko distrikta BiH je kako na najbolji način iskoristiti komparativne prednosti tokom perioda oporavka od Covid-19 i u vremenu nakon njega.

Analiza turističkih kretanja i tendencija u BiH

Glavni turistički proizvodi u Bosne i Hercegovine su trenutno u sferi:

- gradskog turizma (administrativni centri),
- banjskog turizma (banje i klimatska mjesta),
- zimskog turizma (zimski turistički centri),
- planinskog i riječnog turizma (planine i rijeke).

Iako Bosna i Hercegovina posjeduje raznovrsnu atrakcijsku strukturu, nju ne prati adekvatan profil turističkih proizvoda, zbog zaostajanja u razvoju komunikativnog i receptivnog faktora.

Turistički proizvod je koncipiran u skladu sa "starim, tradicionalnim" potražnjama, prvenstveno domaćih turista, a smještajni kapaciteti su bez pratećih dodatnih sadržaja /sport, rekreacija, zabava, edukacija/.

Treba favorizovati u svakom slučaju razvoj eko i seoskog turizma, te njima komplementarnih oblika turizma: kulturnog, ruralnog (valorizacija materijalne i nematerijalne kulturne baštine sela) religijskog, manifestacionog, sportsko rekreativnog (biciklistički) nautičkog, lovnog i ribolovnog, vinski turizam

Ponude su koncipirane na turističkim proizvodima od prije 20-tak godina. Turistički proizvodi su zbog odsustva Bosne i Hercegovine s međunarodnog turističkog tržišta ostali nemodernizovani i neinteresantni za većinu sadašnje turističke klijentele. Ponuda je uglavnom stvorena za potrebe tadašnjeg domaćeg turističkog tržišta, a naročito socijalnog, omladinskog i dječjeg turizma.

U posljednje vrijeme se postepeno razvija i proizvod *ruralnog i avanturističkog turizma* koji u različitim dijelovima dobija različite forme ponude.

Na ulasku u novi milenij, razvoj turizma je s jedne strane suočen s potrebom ubrzane revitalizacije naslijeđene strukture turizma, a s druge strane s oblikovanjem novih proizvoda. Rehabilitacija naslijeđene turističke strukture ima prioritet, ne samo zbog ekonomski efikasnijih rješenja za povratak na izbirljivije turističko tržište, nego, prije svega, i zbog činjenice da je u naslijeđenim destinacijama i oko njih moguće na najlakši način podići nove kapacitete ponude i nivo konkurentnosti

Turistička tražnja Brčko distrikta BiH ima sljedeće karakteristike:

- Slaba pozicija turističke tražnje u odnosu na turističku ponudu,
- Jaka tržišna konkurencija (alternativa je da se ide na nove turističke proizvode, a postojeći selekcioniraju i modernizuju),
- Postojeće tržište je malo u pogledu potencijala (izlazak na specifično tržište, izgradnjom specifičnog turističkog proizvoda: riječni nautički, npr. izgradnjom **marine na Savi u Brčkom**; kulturno– manifestacioni, npr. izgradnjom i osnivanjem neophodnih kulturnih institucija koje će objediniti manifestacione sadržaje, **Štrepci-Zovik**-vazdušna banja; lovno-ribolovni turistički proizvod kroz reafirmaciju starog lovnog imidža na lokalitetu **Fazanerija**, kao i razvoj ribolovnog turizma na postojećim i novim ribolovnim revirima rijeke Save i drugih vodotokova distrikta - analizirati mogućnost izgradnje specifičnog ribolovačkog naselja na lokalitetu **Plazulje i Petkovača, ali i inicirati Sajam lova i ribolova**.

Kulturno naslijeđe

Na prostoru Brčko distrikta BiH **kulturni turizam** još ne zauzima mjesto koje zaslužuje unutar sveukupne turističke ponude. Razlozi takvog stanja:

1. Oštećenjima mnogih kulturno-istorijskih objekata i lokaliteta, ali i u srazmjerno lošem stanju očuvanosti onih koji nisu pretrpjeli devastaciju tokom rata
2. Sporadična ulaganja u njihovu obnovu, nepostojanju svijesti o razvojnim potencijalima koje nasljeđe posjeduje
3. Nedovoljnoj promociji na širem regionalnom i globalnom planu.

Sve ovo ukazuje da je potrebno promijeniti dosadašnje loše navike, prihvatiti nove evropske standarde i osposobiti turističke menadžere i radnike.

Nadalje, potrebno je da se usaglasi savremeni pristup njihovoj zaštiti i da se primijene nova shvatanja koja kulturno-istorijsko naslijeđe neće tretirati kao opterećenje za budžet, već kao istinski razvojni resurs.

Prirodni resursi

U prirodne resurse ubrajaju se reljefna i geološka, klimatska, vegetacijska i hidrološka obilježja projektnog područja.

- Sjeverni dio je ravničarski i smješten je u bazenu rijeke Save, dok je južni brežuljkast i smješten je na obroncima planine Majevica.
- Tri veće rijeke (Sava, Brka i Tinja) dominantno određuju hidrološka svojstva projektnog područja.
- Na projektnom području nalazi se i niz manjih rječica, kanala i vodotoka, kao što su Lomnica, Lukavac, Rašljanska rijeka, Štrepačka rijeka i Zovičica (izvorišta su im uglavnom na području planine Majevica).

- Na području BD BiH klima je umjereno kontinentalna – hladne zime i umjereno topla ljeta.
- Može se konstatovati da je kvalitet prirodnih resursa na visokom nivou. Priroda je očuvana. Vodeni tokovi su mnogobrojni. S obzirom na to da je klima umjerena i izuzetno zdrava, postoje dobri preduslovi za intenziviranje turističkog razvoja na cijelom području Brčko distrikta BiH.

Obilježja turističke ponude

Pod turističkom ponudom, u užem smislu, podrazumijeva se ponuda količine dobara i usluga koji se turistima stavlja na raspolaganje, a u širem smislu su to i turistički privredni subjekti i ostale privredne i neprivredne djelatnosti.

Turistička ponuda se može podijeliti na primarnu i sekundarnu. Pojmom primarne turističke ponude obuhvaćena je ponuda prirodnih dobara i kulturnoistorijskog naslijeđa. Ako se područje Brčko distrikta BiH posmatra sa tog stanovišta, može se reći da navedeno područje ima izuzetno bogatu i kvalitetnu primarnu turističku ponudu. Sekundarnom turističkom ponudom smatra se cjelokupna turistička nadgradnja (npr. objekti za smještaj i ishranu turista), koji su za sada zadovoljavajuća.

Turistička ponuda Brčko distrikta BiH ima sljedeće karakteristike:

- Velika neelastičnost;
- Skupa i nestimulirajuća kreditna sredstva za stvaranje adekvatne turističke ponude, prema trenutnom stanju kreditne bankarske ponude;
- Visoka ulaganja u turističke kapacitete i njihovo sezonsko korišćenje, kao što je primjer pojedinih hotelskih smještaja, koji su zbog niske iskorištenosti (ostvarenih broja noćenja), ekonomski gledajući, nefunkcionalni;
- Još uvijek visok udio ličnog rada u pružanju turističkih usluga, koji je trenutno opravdan zbog relativno niske cijene radne snage.

Faktori koji mogu uticati na turističku ponudu su:

1. Atraktivnost:
 - Prirodna (prirodna bogatstva, npr. rijeka Sava i pritoke),
 - Izgrađena (kulturno-historijski spomenici u Brčko distriktu BiH, koji predstavljaju značajnu turističku ponudu)
2. Komunikativnost, i
3. Receptivni faktori.

Turistička tražnja je okrenuta prema stalnom traženju novog /turističkog proizvoda/, nepoznatog, zanimljivog, onoga što treba doživjeti: odmora i relaksacije, lijepih i interesantnih turističkih motiva, ugodne klime, interesantnih kulturno-istorijskih spomenika, sporta punog adrenalina, novog i nepoznatog i sl.

Današnje analize i prognoze turističke tražnje karakterišu promjene u traženju, a to su:

- Pojedinačni kreativni programi kao i programi za manje grupe turista, kao što su: lovne grupe (za strane turiste) na pernatu divljač (fazane), budući da i sada postoji lokacija „Fazanerija“, koja je bila poznata po uzgoju fazanske divljači i njenoj distribuciji za uzgoj, lovačkim društvima u BiH;
- Unikatan destinacije sa uvećanim kvalitetom ekološke komponente i komponentom zdravstveno-rekreativne destinacije (eko-turizam koji preferira etno sela npr.);
- Traži se turistički proizvod većeg nivoa kvaliteta, sa gastro komponentom organske hrane (za koje Brčko distrikt BiH ima prirodne predispozicije, a pokrenuo je i edukativne programe za proizvođače);
- Sigurnost boravka i kretanja je prevashodna karakteristika sadašnjeg turističkog proizvoda;

- Pojačana je tražnja /naročito ino/ turista generacije „treće dobi“;
- Tendencija je i traženje kraćih, a češćih putovanja.
- Faktori koji utiču na turističku tražnju
- Opšti (društveno – ekonomski sistem, posebnost statusa Brčkog kao distrikta, tj. kondominijuma BiH, demografske karakteristike stanovništva, prirodni ambijent.
- Specifični (određeni i usmjereni pravci tražnje usluga datog područja, npr. Vidovdanska utrka u Brčko distriktu BiH, Pozorišni susreti, Dani gastronomije Posavine i Semberije, Sajam privrede, Biznis forum, Brčko Open teniski turniri, Smotra amaterskog stvaralaštva i dr.).

Strategija predlaže sljedećih pet segmenta turističke ponude/proizvoda BD BiH, a to su:

1. Poslovni turizam;
2. Sportsko-rekreativni turizam;
3. Ruralni turizam;
4. Manifestacioni turizam i
5. Produkti posebnih interesa.

U tabeli koja predstoji istaknute su osnovne kvalitativne karakteristike (kriterijumi) za ovakvo klasifikovanje vidova, odnosno oblika (produkta) turističke ponude.

Tabela 20. Turistička ponuda/proizvod Brčko distrikta BiH

Segment ponude	Ciljne grupe	Osnovna materijalna baza razvoja turizma (infra i suprastruktura)	Inicijativni kapaciteti
Poslovni produkt turizma	Individualna i grupna poslovna putovanja i boravci; preduzetnici, menadžeri, experti, sastanci, sajmovi, izložbe, konferencije	Okolni aerodromi (Tuzla, Beograd, Zagreb, Osijek, Banja Luka); drumska komunikaciona mreža; željeznica; luka na Savi, hoteli; informaciona logistika	Hoteli: Jelena, Evropa, Bakarni Lovac, Garni hotel Nea Moteli: Vila Bakarni lonac, Laguna, Antunović, Majevička kuća, Lovac, Harmonija, MB Radić Apartman Park Pansioni: MD, Imidž
Sportsko-rekreativni produkt turizma	Sve kategorije zaposlene i platežno sposobne populacije; omladina; djeca; sportske ekipe	Saobraćajna mreža; Fici.ba; restorani; fitness; sportska dvorana; spa i wellness klubovi; barovi; šoping ponuda; piknik izleti	Zona gradskog centra i posebnih ambijentalnih cjelina u gradu; gradski dio Save Fici.ba; zona rijeke Tine, gradski bazeni, teniski tereni „Prohema“ i „Sol“, sportski centar „Blatuša“, Gradski stadion ...
Ruralni turistički produkt	Urbane porodice; uža društva; intelektualni slojevi; savremeni nomadi iz zemlje i inostranstva	Uredno elektro; vodovodno; toplotno snabdijevanje sela; drumska dostupnost; adekvatan smještaj	Zaseoci i sela, npr Štrepci, Gornji Zovik, Ražljevo, Islamovac, Rašljani, Sandići, Trnjaci, Brezovo Polje, Gornja Skakava, Bijela, Bukvik...
Manifestacioni turistički produkt	Individualna i grupna putovanja u čijoj osnovi stoji razrešenje kulturne turističke potrebe	Proslave dana ili godišnjica – Različite vrste kulturnih, turističkih manifestacija; duhovnost, arhitektura i kultura sva tri konstitutivna naroda BiH	Ciljne manifestacije: - Međunarodni sajam privrede „Brčko, - Obilježavanje dana Brčko distrikta BiH - Dani duhovne muzike - Dani gastronomije Posavine i Semberije - Vidovdanska trka - Likovna simpozijum radionica (Likovna kolonija) - Međunarodna revija lutkarskih pozorišta - Susreti pozorišta BiH - Smota amaterskog i folklornog stvaralaštva Brčko distrikt BiH - Etno kamp i Seminar za rukovodioce amaterskih ansambala - Organizovanje kulturnih manifestacija povodom velikih

Segment ponude	Ciljne grupe	Osnovna materijalna baza razvoja turizma (infra i suprastruktura)	Inicijativni kapaciteti
			vjerskih i nacionalnih praznika
Turistički produkt tzv. posebnih interesa	Platežni klijenti trećeg odmora; lovci; ribolovci; padobranc; sportisti; planinari; naučnici; arheolozi; ekolozi	Lovišta na krupnu i sitnu divljač; ribolovišta; jahaće i biciklističke staze; planinske maršrute i staze; Arizona; penjačnice; padobranska skočišta; paraglajding; izletišta	Lokalitet Fazanerija (trenutno neuslovnog kapaciteta) Lokalitet Petkovača (kao potencijalni rezervat prirode i vrijedan resurs distrikta širokih razvojnih mogućnosti) Obronci Majevice, Trznica Arizona (Šoping i dešavanja na otvorenom npr. koncerti) ...

3.1.2. Vodeći principi za razvoj proizvoda

Sljedeći principi će predvoditi pristup planiranju i strategiju razvoja proizvoda:

- Angažman svih aktera je od presudnog značaja
- Autentične karakteristike kao odraz destinacije
- Podrška, angažman i koristi za lokalnu zajednicu
- Diferencirani proizvodi koji odgovaraju tržišnoj potražnji i preferencijama
- Adekvatan obim da bi se postigla ekonomska korist
- Vladino vodstvo, Vlada utvrđuje mogućnosti i olakšava realizaciju
- Održivost, s naglaskom na održivost prirode radi očuvanja prirode i zaštite resursa
- Realističnost, postavljanje prioriteta i naslanjanje na prednosti, uz istovremeno traženje rješenja za nedostatke

3.1.3. Lanac vrijednosti turističkih proizvoda Brčko distrikta BiH

Brčko distrikt BiH ima bogatu turističku osnovu utemeljenu na prirodi i sportsko-rekreativnim aktivnostima, kulturi i nasljeđu. koja može doprinijeti povećanju broja turista i investicija. Važan element povećavanja ukupne konkurentnosti turizma u Brčko distriktu BiH bit će mogućnost prevazilaženja važnih izazova u razvoju turističkih proizvoda. U kreiranju komparativne prednosti BD BiH pomoći će i usmjerenost na konkretne ciljne programe rada, osmišljene tako da se u svim aspektima lanca vrijednosti proizvoda kreiraju kvalitetna iskustva za goste.

Ponuda turističkih proizvoda BD BiH obuhvata pristup i pristupačnost, smještaj, turističke resurse, proizvode i iskustva, te usluge dodatne vrijednosti.

Karakteristični turistički resursi BD BiH su:

- Prirodni: rijeke, planine, pećine, flora fauna, nizijski i planinski pejzaži
- Antropogeni : sačuvani ostaci prošlih civilizacija i njihova tehnološka dostignuća, spomenici, urbanističke cjeline, umjetnička ostvarenja, materijalna i duhovna kultura naroda, , ustanove koje organiziraju obrazovne i obrazovno – rekreacijske aktivnosti ili manifestacije, manje ili veće prostorne cjeline koje je stvorio čovjek svojim radom i umijećem, te muzeji, galerije, spomenici iz historijskog i kulturnog razvoja; dostignuća u arhitekturi, likovnoj, muzičkoj i pozorišnoj umjetnosti.

Kako bi se pomenuti ciljevi ostvarili i kako bi se BD BiH kao destinacija mogla nositi sa etabliranim konkurentnim destinacijama, u strategiji razvoja proizvoda BD BiH primjenjuje se odvažan pristup: „istrajnog rada na i ubrzavanja razvoja karakterističnih proizvoda koji će

privući pažnju tržišta i koji će lokalnim privrednim subjektima i destinacijama omogućiti profitabilan i održiv rast“ a koji se naslanja na prioritete u pogledu razvoja proizvoda.

3.1.4. Pristup razvoju turističkih proizvoda BD BiH

Rješavanje ranije pomenutih izazova može otvoriti mogućnosti da se u BD BiH privuče veći procenat turista veće platežne moći i da se poboljša ukupna efikasnost sektora turizma. To znači pozicioniranje destinacije u funkciji turističkih vrijednosti u odnosu na obim turizma, što zavisi od faktora kao što su povećanje broja različitih proizvoda, poboljšanje kvaliteta, više sadržaja i destinacijskog marketinga, između ostalog.

Da bi bio uspješan, razvoj turističkog proizvoda treba biti utemeljen na realnosti onoga što BD BiH može podržati i nadalje mora odražavati ono što je jedinstveno i po čemu se razlikuje ono što BD BiH ima da ponudi. Za to je potrebno planiranje, a posebno prostorno planiranje, koje podrazumijeva koordinaciju organizacije razvoja u okviru određenog geografskog područja.

Ubrzan razvoj proizvoda će, u isto vrijeme, omogućiti BD BiH da se usmjeri na turiste veće platežne moći. S diversifikacijom baze proizvoda, povećat će se privlačnost BD BiH i ubrzati ulaganja, te potaći održiv rast u svim dijelovima privrede BD BiH. Kako bi se postigla željena karakterističnost i posebnost, „iskustvena“ vrsta turističkih proizvoda će činiti sveobuhvatan pristup razvoju proizvoda što će se ostvariti pažljivim osmišljavanjem iskustava i doživljaja.

3.1.5. Strateški prioriteti i mjere za razvoj turističkog proizvoda

Prioriteti i mjere

Sljedeći prioritet će pokrenuti razvoj novih i poboljšanih turističkih proizvoda, te podstaći više interesa za investiranje u sektor turizma.

Prioritet 1.1. Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude

Seoski turizam (u ruralnim područjima) - ruralni turizam

Sela u okolini Brčkog imaju specifičnost današnjeg ruralnog okruženja, te stoga mogu biti atraktivna za turističke posjete. Pošto BD BiH obuhvata jedno gradsko i oko 60 seoskih naselja, stanovništvo je po urbano-ruralnoj strukturi podijeljeno u omjeru: 47,3 % gradskog i 52,7 % ruralnog stanovništva. U ukupno 78 mjesnih zajednica, u Brčko distriktu BiH je 49 naselja ruralnog karaktera. To je prostor koji čini 95 % ukupne teritorije Brčko distrikta BiH (471,41 km²).

Uopšteno gledano, turisti koji se opredjeljuju za ovakve turističke ponude/proizvode jesu ljudi *zasićeni gradskim svakodnevnim stilom i ritmom života (urbani nomadi)*. Najčešći razlozi zbog kojih bi se domaći ili strani turisti/gosti odlučili otići na seosko imanje je čist zrak, voda, zdrava klima i očuvan okoliš, slikovit krajolik, mogućnost slobodnog kretanja u prirodi, posjet zanimljivostima u blizini i sl. Neke od aktivnosti kojima se turisti rado bave u seoskom turizmu su: šetnja, razni sportovi, plivanje, veslanje, ribolov, lov, penjanje, jahanje, vožnja biciklom, foto-safari, itd.

Također, kulturno-povijesni spomenici, muzeji, galerije, razna događanja i posebne usluge u blizini turističkih seoskih domaćinstava pomažu turistu/gostu u upoznavanju prirodnih, povijesnih i kulturnih obilježja područja.

U novije vrijeme ovakve vrste turista traže zadovoljstvo u sticanju praktičnih vještina, npr. starih zanata - pletenja, tkanja, izrade keramike, izrade cipela i sl. No, iako turisti žele netaknutu, izvornu prirodu i ruralnu arhitekturu, oni ne mogu biti bez minimuma udobnosti koju su navikli imati u urbanim sredinama.

Razvoj ove turističke ponude zahtijeva volju i aktivno uključivanje seoskih domaćinstava, ali i podršku vlasti u osiguravanju kvalitetnih uvjeta i poticaja za poboljšanje usluga.

Temeljem navedenog, jasno je da je potrebno dobro promisliti marketinški pristup i promociju ovog oblika turističke ponude. Za početak, potrebno je napraviti neke veće studije i analize potencijala ruralnih područja, konkurentnosti potencijalne ponude te postojećih i potrebnih preduvjeta s jedne strane te tržišnog potencijala s druge strane.

Seoska naselja, pod određenim programskim uslovima, uz jasne normative i standarde, koja bi mogla početi formiranje ove turističke ponude su Ražljevo, Islamovac, Štrepci, Zovik, Rašljani, Buzekara, Brezovo Polje, Gornja Skakava, Bijela i dr.

Po modelu Bench Markinga, najbolje šanse za etno-pansion model turizma imaju: Ražljevo, Gornja Skakava, Islamovac, Štrepci i Zovik.

Za "katunski" model ponude prioritetne su zone sela Rašljani, Gornja Skakava (zaselak Stjekovica i Prijedor) na padinama Majevica. Za ovaj vid turizma treba posmatrati lokalitet Petkovače ali i Fazanerije, kao potencijalne prostorne cjeline za višenamjenske oblike turizma. Lokaliteti Plazulje i Brezovo Polje se mogu izgraditi kao tipska ribarska naselja, tj. dijelovi naselja koja imaju tradiciju ribolovačke aktivnosti.

Potencijalna emitivna tržišta za ruralne modele turističkog produkta Brčko distrikta BiH su, prije svega, veliki urbani centri u BiH, ali i u Srbiji, Hrvatskoj, Austriji, Mađarskoj, Sloveniji, Njemačkoj, Italiji, SAD, Rusiji i dr.

Tokom izrade ove Strategije izvršena su terenska ispitivanja putem ankete u četiri mjesne zajednice: **Štrepci, Buzekara, Rašljani i Skakava Gornja**, pomoću kojih se nastojalo saznati zainteresovanost i mogućnosti korišćenja postojećih prostora i sadržaja u svrhu etno-turističke ponude na selu (detaljan pregled ankete u Prilogu 2).

Od više modela produkta ruralnog turizma u selima brčanskog areala, ovom strategijom apostrofiramo mogućnost za iniciranje sljedeća dva:

1. Sistem katunskog turizma;
2. Sistem etno-pansiona ili seoska turistička radinost.

Prvi model se razvija u specifičnom ambijentu "turističkom katunu" (kao svojevrsnom getu turističke samodovoljnosti). Radi se o novoizgrađenom ili adaptiranom i prilagođenom dijelu (bačija, katun, zaselak, salaš, majur i sl.) seoskog naseljskog fonda u kome se vrši smještaj turista i organizuje vrlo prefinjen i bogat sadržaj boravka. Najčešće ovu vrstu aktivnosti upražnjava bogatija i urbanim životom zasićena klijentela.

Drugi model putem akcionarstva, zadrugarstva, kreditiranja ili neke druge vrste finansijske potpore, opredeljuje izvjestan broj seoskih domaćina da jedan dio svojih stambeno-poslovnih zgrada stave u funkciju boravka turista, kojima potom pružaju turističke usluge. Potencijalni korisnici su urbana klijentela srednje platežne moći, najčešće porodice, ali i mladi ljudi (parovi željni romantične seoske idile), avanturisti, istraživači, ljubitelji zdrave i očuvane prirode itd.

U pojedinim zonama BD BiH sasvim je moguće kombinovati ova dva modela ponude. Seoska naselja Ražljevo, Islamovac, Štrepci, Zovik, Rašljani, Buzekara, Brezovo Polje, Gornja Skakava, Bijela i dr. pod određenim programskim uslovima, uz jasne normative i standarde, mogla bi da otpočnu neke od ova dva modela formiranja turističke ponude. Po modelu Bench Markinga, najbolje šanse za etno-pansion model turizma imaju: Ražljevo, Gornja Skakava, Islamovac, Štrepci i Zovik. Za "katunski" model ponude prioritetne su zone sela Rašljani, Gornja Skakava (zaselak Stjekovica i Prijedor) na padinama Majevica. Za ovaj vid turizma treba posmatrati lokalitet Petkovače ali i Fazanerije, kao potencijalne prostorne cjeline za

višenamjenske oblike turizma. Lokaliteti Plazulje i Brezovo Polje se mogu izgraditi kao tipska ribarska naselja, tj. dijelovi naselja koja imaju tradiciju ribolovačke aktivnosti.

Kroz ova dva modela turistička ponuda/proizvod BD BiH bio bi obogaćen i doprinio bi otvaranju seoskih sredina prema turističkoj tražnji. Uz tradicionalnu gostoljubivost, običajne, folklorne i starozanatske forme, pripremanje namirnica i razonode po srpskoj, muslimanskoj/bošnjačkoj i hrvatskoj tradiciji, moglo bi da postane *konkurentan vid turističkog produkta, ne samo na domaćem, već i na inostranom turističkom tržištu*. Doprinijelo bi podizanju životnog standarada stanovništva u selima Brčko distrikta BiH.

Osmišljen program ova dva modela turističkog produkta mogao bi vrlo brzo da postane *konkurentan na tržištu BiH*. Prije svega, cjenovno je podnošljiv za dobar dio osiromašene populacije u gradovima, a marketinškom aktivnošću mogao bi da se pokaže kao zov domaćinskog druženja i odmaranja.

Pored prirode i zdrave hrane sela u Brčko distriktu BiH imaju i bogatu etnografsku ponudu, sa raznovrsnim arhitektonskim, etnografskim materijalom, ali i nematerijalnim naslijeđem, kao i potencijalne arheološke parkove.

Za razvoj ruralnog (oba predložena modela) turizma na prostoru Brčko distrikta BiH odgovorni su brojni nosioci. Pored seoskih domaćinstava tu su mjesne zajednice, turističke organizacije, državni organi, NVO, mediji, privredne komore i dr. Za početak bi valjalo uz pomoć Vlade Brčko distrikta BiH okupiti zainteresovane domaćine iz ovih sela, ponuditi im konkretan program i *formirati katunske i domaćinske turističke zajednice* (najprijemčivije su porodične zadruge), koje bi se kroz obuku i trening za relativno kratko vrijeme pretvorile u seoske katunske i turističke radionice. Kasnije bi te radionice okupljale mlade ljude različitog profila i interesovanja, sve **sa ciljem stvaranja jednog prepoznatljivog "eko-etno-zelenog" turističkog prstena** oko Brčkog.

Mjere	I.1.1. Stimulisati razvoj smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu kroz dva predložena modela: (1) Sistem katunskog turizma i (2) Sistem etno-pansiona ili seoska turistička radinost
	I.1.2. Podržati razvoj gastro ponude i tradicionalnih iskustava kao turističkih proizvoda
	I.1.3. Raditi na uvezivanju relevantnih sadržaja sa ruralnim turizmom (gastro, zanati, kulturna baština, sportske aktivnosti)
	I.1.4. U saradnji sa međunarodnim projektima, raditi na edukaciji pružaoca usluga ruralnog turizma
	I.1.5. Podržati razvoj promocije ponude u oblasti ruralnog turizma prema domaćim i stranim gostima (uključujući dijasporu)

Prioritet, mjere i aktivnosti unutar posmatranog strateškog cilja

Pored predloženih specifičnih mjera koje se odnose na navedeni prioritet, Brčko distrikt BiH treba razmotriti i druge mjere za podršku razvoja turizma, navedene ispod:

- Izrada programa obnove i revitalizacije objekata i sadržaja kulturno-istorijskog nasljeđa
 - Podržati iznalaženje novih lokacijskih rješenja Muzeja Brčko distrikta BiH
 - Podržati rad stalne galerijske postavke
 - Podržati rad multimedijalne sale (za kino, predstave, predavanja i sl.)
 - Izrada projekata rekonstrukcije ostalih značajnih objekata iz domena kulturno-istorijskog nasljeđa

- Izrada programa sanacije, rekonstrukcije i restauracije najznačajnijih spomenika graditeljskog nasljeđa unutar gradskog jezgra
- Izvršiti sanaciju i konzervaciju sačuvanih objekata etno arhitekture
- Izvršiti sanaciju pokretnog nasljeđa arheološkog i etnološkog značaja
- Formiranje etno cjelina u tri sela - prema konfesijama /npr. sela iz ankete/
- Stvaranje i razvoj turističko – preduzetničke infrastrukture
 - Uređenje vlasničkih odnosa i okončanje procesa privatizacije
 - Donošenje Prostornog plana razvoja turizma Brčko distrikta BiH
 - Izrada masterplanova za pet segmenata turizma
 - Izgradnja i sanacija saobraćajne infrastrukture
 - Izrada turističke signalizacije
 - Čišćenje miniranih područja
 - Zaštita vrijednosti prostora i unapređenje okoline
 - Odrediti prostor za izgradnju višenamjenske turističke poslovne zone (vođeni sportovi, rekreacija, aktivni odmor, edukacija, gastro prezentacije, izložbeni dio za raznovrsne sadržaje i sl.)
 - Izrada baze podataka o neiskorištenom građevinskom zemljištu i potencijalima u cilju pokretanja potencijalnih turističkih projekata i stimulacije razvoja
- Istraživački radovi
 - Rekognosciranje terena i evidentiranje objekata tradicionalne arhitekture u ruralnom području
 - Identifikovanje starih zanata i drugih oblika narodnog tradicionalnog provređivanja
 - Identifikovanje tradicionalnih pojava oblika nematerijalne baštine
 - Sistematska arheološka istraživanja potencijalnih praistorijskih lokaliteta
 - Razvoj i prezentacija nematerijalnog nasljeđa (stari zanati, takmičenje u muži, takmičenje u kosidbi, vez, stari sportovi, usmena književnost, narodni instrumenti ...)
- Izrada programa i projekata za prilagođavanje objekata novoj namjeni
 - Objekte graditeljskog nasljeđa koji više nisu u prvobitnoj funkciji, a u prvom redu one koji se nalaze u užem istorijskom urbanom jezgru sa autentičnom stambeno–poslovnim namjenom, prilagoditi novoj namjeni koja bi bila usmjerena ka prezentaciji kulturnog nasljeđa – turistički info punktovi, mali galerijski prostori, prodajni objekti specijalizovane namjene (rukotvorine, stari muzički instrumenti i njihove replike i sl.), restorani sa isključivom ponudom domaćih specijaliteta
 - Gradašćevićeva kula u Bijeloj podesna je za namjenu kulturno–edukativnog tipa sa prezentacijom nematerijalnog nasljeđa
 - Revitalizacija objekta zadužbine Krsmanović
 - Nakon završenih sistematskih arheoloških istraživanja na lokalitetima moguće je uspostaviti arheološki park sa replikama artefakata i simulacijom privređivanja, stanovanja i kulturnih radnji iz razdoblja iz kojih nalazi potiču
 - Nakon identifikovanja autentičnog etno graditeljstva, pokretnog nasljeđa sa etnografskom vrijednošću i svjedočanstava nematerijalne kulture, potrebno je i preporučljivo izvršiti prezentaciju ovog dijela kulturnog nasljeđa sa mogućnošću izrade replika i otvaranja specifičnih smještajnih kapaciteta sa mini muzejskim postavkama.

3.2. STRATEŠKI CILJ 2: UNAPREĐENJE DESTINACIJSKOG MARKETINGA

3.2.1. Pregled destinacijskog marketinga

Teško pogođeni pandemijom Covid-19, sektori putovanja i turizma suočavaju se s budućnošću koja se brzo mijenja. Kako brendovi i firme nastoje nadoknaditi gubitke, postoji i

potreba za ponovnim promišljanjem ponude, usljed promjene ponašanja i navika potrošača. Pojavljuju se novi načini razmišljanja, potrebe i želje – neke potaknute izolacijom. Pandemija COVID-19 nam je pružila jedinstvenu priliku da strateški promislimo o tome na koji način posluje turistička industrija u BD BiH. Svjetski trendovi se sve više okreću aktivnostima u prirodi i još konkretnije jedinstvenim iskustvima u prirodi, što Bosna i Hercegovina, odnosno Brčko distrikt BiH može da ponudi i ključ se sada usmjerava na one koji traže nešto što mi realno možemo da ponudimo.

Sektoru turizma u DB BiH bi moglo da pomogne da, kroz ciljane studije i usmjerenije javne kampanje, preciznije odredi koje kategorije turista želi da privuče i zašto. Novi pristup koji će se primjenjivati u periodu obuhvaćenom Strategijom podrazumijeva da se turistički proizvod ubuduće razvija i promoviše zasnovano na tome koga BD BiH želi da privuče da je posjeti.

Za potrebe ovog dokumenta, pristup turističkom marketingu se zasniva na nagrađivanom modelu *Explorer Quotient* (skr. EQ), koji je osmislila Komisija za turizam Kanade i na modelu segmentacije *Adventure Puls* (skr. AP) Udruženja za avanturistički turizam (engl. *Adventure Travel Association – ATTA*) i Univerziteta „George Washington“. Polje u nastavku teksta daje detaljnija objašnjenja tih modela. Smatrali smo da te kategorije turista i ciljanih tržišta najbolje predstavljaju ono što BD i BiH imaju da ponude. Kada znate šta vam je tržište i koju vrstu turista želite da privučete, onda je moguće da se razvije i prilagodi turistički doživljaj i time ne samo odgovori na potrebe gostiju već i da se kreiraju nova radna mjesta, donese više prihoda i unaprijedi blagostanje naših zajednica. Na taj način se i postojećim i novim poslovnim subjektima pokazuje u kom pravcu treba da razvijaju svoje proizvode i usluge prilagođene ciljanoj kategoriji turista.

Pretvaranje interesa turista ciljanog profila u rezervacije takođe će iziskivati inovativne pristupe kako bi se ostvario što veći broj posjeta uz što manje troškove. Proširenje ponude proizvoda na globalnim platformama za prodaju poput *TripAdvisor*-a i *Booking.com*, saradnja sa receptivnim tur operaterima iz Federacije BiH i Republike Srpske kako bi svoje goste uputili da posjete Brčko distrikt BiH, zajedničke marketinške aktivnosti **Turističke organizacije Brčko distrikta** BiH (koja bi morala biti nosioc marketinskih aktivnosti) sa turističkim organizacijama iz oba entiteta, poput *Visit Sarajevo* i *TORS-a*, su tek neke od dosta jednostavnih taktika koje BD BiH može da koristi da poveća broj rezervacija.

3.2.2. Opšti i specifični ciljevi, usmjerenje, mjerenje i ostvarenje rezultata marketinške strategije

Opšti cilj: Brčko distrikt BiH je pozicioniran i promoviše se kao željena destinacija na domaćem, te ciljnim regionalnim i svjetskim tržištima

Specifični ciljevi: U svrhu ostvarenja opšteg cilja Strategije i u smislu postavljanja referentnih vrijednosti u odnosu na 2019. godinu, BD BiH će:

- povećati broj posjeta za 10%; (1.66% godišnje)
- povećati prosječno trajanje posjete na 2 noći (4.1% godišnje)

Tabela 21. Ključni pokazatelji učinka /engl. skr. KPI/

Cilj	2019.	2022.	2023.	2024.	2025.	2026.	2027.
Posjete	13,958	14.189	14.425	14.664	14.908	15.155	15.407
Prosječno trajanje posjete	1,57	1.63	1.70	1.77	1.84	1.92	2.0

Kako bi ostvarila pobrojane specifične ciljeve, Brčko distrikt BiH planira da poduzme ciljane mjere i radnje na oslovljavanju sljedećih odabranih prioriteta:

Tabela 22. Segmentacioni modeli EXPLORER QUOTIENT (EQ) i ADVENTURE PULSE AP

SEGMENTACIONI MODEL EXPLORER QUOTIENT – EQ I ADVENTURE PULSE – AP

Model Explorer Quotient – EQ podrazumijeva logičan vid segmentacije tržišta na osnovu određivanja mogućih tržišta i klijenata u kontekstu demografskih i psiholoških faktora (stavova, uvjerenja i vrijednosti). To omogućava da se turizmu i razvoju turističkog proizvoda pristupi na način koji je usmjeren na određivanje klijenata za koje postoji najveći stepen vjerovatnoće da će ih privući konkretna turistička ponuda. Utvrđivanje EQ profila se vrši na osnovu faktora koji su dati u narednom polju.

Pomoću EQ modela, tržišta i klijenti se razvrstavaju u više psiholoških profila poznatih kao „vrste istraživača“. Svaki od kojih karakteriše određene društvene i vrijednosti u vezi sa načinom putovanja, razlozima za putovanja i ponašanje tokom njih. Osnovne EQ kategorije koje po svom profilu odgovaraju ponudi Republike Srpske su:

- **istraživači kulture** (otvoreni, prihvataju različitosti, netradicionalni, entuzijastični, kreativni)
- **osobe koje traže autentična iskustva** (postojani, diskretni, odgovorni, ljubopitljivi, racionalni)
- **osobe zainteresovane za svoje porijeklo** (prilagodljivi, tradicionalni, ambiciozni, anksiozni, društveni, porodični)
- **osobe željne avantura** (istraživači, vole rizike, specijalističke vještine i fizičko iscrpljivanje)

Istraživači kulture (koji u pravilu stalno putuju i uživaju u svakoj prilici da otkriju i, bar nakratko, utopu se u novu kulturu, među nove ljude i u posebnu atmosferu mjesta koja posjećuju) čine 12% globalnog turističkog tržišta, uglavnom su sredovječni, natprosječno obrazovani i ispodprosječnih primanja. Karakteriše ih ljubav prema spontanom, probavanju novih kultura i potreba za novim, bijegom i izazovima.

Osobe koje traže autentična iskustva (koje obično teže dubljoj, autentičnoj, opipljivoj interakciji sa destinacijama gdje žele da idu, a naročito ih interesuje istorija mjesta koje posjećuju) čine 9% svjetskog tržišta i najčešće su starije natprosječno obrazovane, u pravilu penzionisane osobe. Određuje ih želja za kontrolom, spontanost, probavanje novih kultura, etika, briga za životnu sredinu i averzija na oglase.

Osobe zainteresovane za svoje porijeklo (koje na putovanja prije svega motiviše interesovanje za svoje porijeklo i pretke) kao putnike najviše određuje njihova želja da se povežu sa svojim kulturnim korijenima i da pri tome putuju luksuzno, sa stilom i bezbjedno. Na ovu kategoriju otpada 9% globalnog tržišta i žele da posjete sve glavne atrakcije, ali ne moraju previše da se udubljuju u njih. Privlače ih grupe sa kojima mogu da se druže i razmjenjuju iskustva. Odmor je za njih vrijeme za opuštenost i uživanje pa će htjeti da odu u banju, da dobro pojeduju i iskoriste sve druge mogućnosti da se malo razmazu.

Model Adventure Pulse – AP je rezultat sveobuhvatne studije stanovnika SAD koji putuju zbog avanturističkog turizma koju su proveli udruženje ATTA i Univerzitet „George Washington“ pristupajući segmentaciji sa stanovišta ponašanja. Studija je otkrila više kategorija takvih putnika. Za tri segmenta ili profila se procjenjuje da najviše odgovaraju trenutnoj i budućoj ponudi RS i BiH u smislu avanturističkih doživljaja, tačnije:

- **granični avanturisti** (vode se listom stvari koje žele da naprave za života, rijetko će ponoviti nešto što su već iskusili, ali sve stvari oprobavaju na početnom nivou, pri tome tražeći maksimalno uzbuđenje);
- **avanturisti** (aktivno nastoje da steknu nove i unaprijede vještine koje već posjeduju, ponavljaju omiljene i sa njima povezane aktivnosti i idu na više putovanja sa tim ciljem, posjeduju srednji nivo vještina i umjereno traže uzbuđenje);
- **entuzijastični avanturisti** (bave se aktivnostima koje iziskuju napredne vještine, posvećeni su samo jednoj aktivnosti, spremni su da prihvate veći rizik za veće uzbuđenje i traže nove i jedinstvene destinacije gdje će oprobati svoju omiljenu aktivnost).

Granični avanturisti: Ovdje je riječ o početnicima, odnosno o osobama koje prvi put učestvuju u određenim avanturističkim aktivnostima, žele da probaju nova iskustva, ali samo uz umjereni stepen rizika, i potom da nastave da rade ostale stvari sa svoje liste. Na putovanja idu najprije da bi proveli vrijeme sa porodicom i prijateljima i istražili nova mjesta.

Avanturisti: Putnici koji posjeduju prosječne vještine kada je riječ o avanturističkim aktivnostima. Željni su uzbuđenja i više puta ponavljaju svoju omiljenu avanturističku aktivnost. Prihvataju umjerenu stopu rizika i uglavnom putuju zbog odmora, da bi proveli vrijeme sa porodicom ili istražili nova mjesta.

Entuzijastični avanturisti: Usmjereni su na omiljenu avanturističku aktivnost i posjeduju napredne vještine za bavljenje njome. Spremni su da prihvate visok stepen rizika. Putuju ponajviše da bi istražili nova mjesta, probali uzbudljive nove aktivnosti i opustili se.

U suštini, ljudi putuju i biraju turistička iskustva zasnovano na ličnim i društvenim uvjerenjima i marketing može da se prilagođava i usmjerava na osnovu tih saznanja.

Smjernice marketinga (koncept konkretnih proizvoda i promotivne aktivnosti)

Jedan od ciljeva ove Strategije je pozicioniranje Brčko distrikta BiH kao značajne turističke destinacije kako na domaćem tako i na inostranom tržištu, dakle stvaranje turističke destinacije i brendiranje Brčko distrikta BiH. I jedan i drugi zadatak predstavljaju veoma kompleksne projekte, koji za cilj imaju objedinjavanje višestrukih interesa građana, turista, gradske uprave i vlade, nosilaca turističke ponude i svih interesnih grupa. Sam proces kreiranja turističke ponude i proizvoda Brčko distrikta BiH treba započeti izradom marketing strategije i/ili razmišljanjem o destinacijskom marketingu.

Nosioci strategije desitinacijskog marketinga ne mogu biti ponuđači pojedinačnih turističkih proizvoda (hoteli, restorani, kulturne, zdravstvene ili sportske ustanove i institucije itd.) već Vlada Brčko distrikta BiH, resorno odjeljenje i gradonačelnik, te **Turistička organizacija Brčko distrikta BiH** koja nakon osnivanja **treba biti glavni nosioc i implementator marketinških aktivnosti**. Vlada Brčko distrikta BiH je ta koja stvara preduslove za uspješno brendiranje i povećanje atraktivnosti destinacije, od infrastrukturnih, komunalnih, saobraćajnih, kulturnih, sportskih, sigurnosnih, ekoloških i dr. preduslova. Nosioci ponude turističkih proizvoda ili tzv. turistička privreda je samo jedan od učesnika u ukupnom procesu, ali njihova saradnja sa gradskom vlasti i budućom Turističkom organizacijom BD BiH je neophodna da bi cijeli proces bio uspješan.

Stvaranje brenda destinacije, dakle, nije jednostavan proces, to je proces koji zahtijeva zajednička javna i privatna ulaganja, obostrano razumijevanje i stvaranje nezavisnih turističkih zajednica koje će zamijeniti isticanje velikih privatnih interesa i promociju pojedinih turističkih brendova umjesto stvaranje i razvoj brenda destinacije na čelu s javnom lokalnom upravom.

Marketing strategiju potrebno je zasnivati na konceptu divezifikovane, specifične i kvalitetne turističke ponude (kao sinergiji više turističkih proizvoda) koja ističe one prednosti Brčko distrikta BiH koje ga diferenciraju ili mu daju određenu konkurentsku prednost u odnosu na druge slične destinacije.

Turistička privreda na čelu sa Vladom Brčko distrikta BiH, ali i svi građani moraju da budu stalno informisani o savremenim tokovima tražnje, o potrebama, željama, navikama, motivima, preferencijama i stilu života turista, i da se prilagođavaju njima i stalno dopunjavaju svoju ponudu. Na taj način doprinijeće zadovoljstvu turista, njihovoj lojalnosti i ponovljenim posjetama.

Opšti izazovi u vezi sa razvojem destinacionog marketinga

Brčko distrikt BiH mora da se i dalje snažno zalaže za promovisanje distrikta kao destinacije na postpandemijskom tržištu. Ključni izazovi sa kojima će se pri tome suočiti, a koji su utvrđeni kroz konsultacije sa značajnim akterima i navedeni u ovoj strategiji uključuju:

1. Nedostatak brenda Brčko distrikta BiH kojim bi se predstavila njegova specifičnosti i prednosti
2. Provođenje izuzetno ograničenog broja internih i eksternih studija na kojima bi se bazirale marketinške odluke
3. Zaostajanje u učinkovitom korišćenju digitalnog marketinga i instrumenata, kanala i platformi za prodaju
4. Potreba za boljom koordinacijom međunarodnih marketinških aktivnosti sa različitim turističkim zajednicama širom BiH
5. Slaba saradnja između subjekata iz privatnog turističkog sektora
6. Manjak specijalizovanih receptivnih tuoperatera
7. Ograničena sredstva za marketing i promociju
8. Nepostojanje Turističke organizacije Brčko distrikta BiH koja bi bila nosioc marketinških aktivnosti

Da bi pokazao bolje rezultate u odnosu na ključne pokazatelje učinka (dolasci, trajanje posjete, potrošnja) u periodu obuhvaćenom Strategijom, turistički sektor BD BiH mora da uskladi, preusmjeri i iznova koncipira svoje promotivne i aktivnosti destinacionog marketinga.

3.2.3. Globalni trendovi na kojima se zasniva strateski pristup

Brčko distrikt BiH ima iskustava i aktivnosti koje su u skladu sa trendovima nakon COVID-19, a strategija usklađuje marketinške aktivnosti sa tim trendovima.

Mapiranje prilika

Pandemija COVID-19 je pred globalnu industriju turizma postavila izazove koji su bez presedana. U 2020. godini su obustavljena gotovo sva slobodna putovanja u sportsko-rekreativne svrhe i, ako se izuzmu rijetki koji su svoj model poslovanja prilagodili domaćem tržištu, svi tuoperateri i turističke agencije su prekinuli sa radom, značajno je smanjeno pretraživanje ključnih riječi koje se odnose na turizam po internetu, a DMO-ovi su obustavili aktivnosti međunarodnog marketinga.

ŠEST NOVIH TRENDOVA U PONAŠANJU
• Prirodno – bijeg u raj • Ekološko – kultivacija • Nomadsko – putovanje luksuznim kamp-prikolicama • Usmjereno na blagostanje – centri za dugovječnost • Autentično – utapanje u zajednicu • Svjesno – radni odmor

1. *Konkurentske destinacije su pogođene*, ali su održale kontakt sa tržištem. Od početka do sredine 2021. mnoge destinacije su se iz stanja potpunog prekida aktivnosti vratile na tržište, neke sa većim uspjehom od drugih jer su na vrijeme provele planove oporavka i odredile strategiju postpandemijskog rasta.
2. *Pozitivne promjene ponašanja klijenata*: Baš kao što je pandemija donijela izazove bez presedana, i lagani rast (prelazak na postpandemijske uslove), za koji podaci kažu da je počeo prije par mjeseci, predstavlja zlatnu priliku za BD BiH da ostvari bolje učinke i čvrsto se pozicionira za dalji rast. Velika promjena potražnje i trendova

ponašanja u odnosu na vrstu iskustava koja se očekuju od putovanja se gotovo potpuno podudaraju sa kapacitetima destinacije i, zajedno sa predviđenim daljim porastom potražnje za BiH, trebalo bi da vodi prirodnom nadovezivanju na predpandemijske nivoe privrede BD BiH. Brza ulaganja su potrebna u marketing i unapređenje kvaliteta dostupnih proizvoda da bi se iskoristio njihov potencijal.

3. *Predviđena potražnja*: Brčko distrikt BiH je u 2019. zabilježilo oko 21,896 noćenja, što ukazuje na pad od 10% u poređenju sa 2018. godinom, dok je BiH zabilježila porast od 12% u istom periodu (bilježeći 1,2 miliona noćenja). Po podacima Agencije za statistiku BiH, 80% posjetilaca dolazi u Federaciju Bosne i Hercegovine (FBiH), što predstavlja priliku za Brčko distrikt BiH da kapitalizuje rastuću potražnju Bosne i Hercegovine i interes za destinacijom od strane međunarodnih posjetilaca koji stižu u Federaciju, kroz saradnju sa turističkim zajednicama Federacije i privatnim sektorom. Na taj način, BD BiH može da privuče veći broj posjetitelja sa niskim marketinškim troškovima. Saradnja bi prvenstveno zahtijevala komarketing i osmišljavanje itinerara i promocije tržištima koja su očigledna i kojima se ima pristup, kao što su Srbija i Hrvatska.

Novi profili klijenata odgovaraju turističkim kapacitetima BD BiH

Po izvještajima Euronjuza o novim trendovima u fokusu je tzv. **svjesni putnik**, koji ukazuje na promjene ponašanja klijenata uzrokovane pandemijom COVID-19 i naglašava nove trendove koji će uticati na sektor turizma narednih mjeseci i godina. Studija govori o šest novih **trendova u ponašanju** u okviru postojećih tematskih oblasti u turizmu i putovanjima.

1. *Prirodno (bijeg u raj)*: Nakon više mjeseci izolacije, ljudi iz cijelog svijeta žude za otvorenim prostranstvima. Svi nacionalni parkovi bilježe ogroman porast broja posjetilaca nakon ukidanja policijskog sata, a predviđanja kažu da će se taj trend nastaviti i tokom 2022. i nakon nje jer se na vrijeme provedeno u prirodi gleda kao na protivrežbu modernom životu u gradovima.
2. *Ekološko (kultivacija)*: Pandemija je navela ljude da vode više računa o tome na koji tačno način putuju i da traže hotele i druge poslovne subjekte koji čine sve što je u njihovoj moći da uticaj na planetu svedu na najmanju moguću mjeru.
3. *Nomadsko (putovanje luksuznim kamp-prikolicama)*: Vrsta odmora koja podrazumijeva kretanje od tačke A do tačke B, pri čemu turisti do konkretne lokacije idu i kući se vraćaju avionom, imaće konkurenciju u vidu novog trenda putovanja između više domaćih lokacija, koja su znatno sporija i u kojima turisti uživaju jednako koliko i u krajnoj destinaciji. Uz to se vezuje i sve češća pojava tzv. digitalnih nomada, koji mogu da rade bilo gdje, ne zavise od godišnjih odmora i, prema tome, mogu neprekidno da putuju. „Živjeti život u pokretu“ će u budućnosti biti znatno uobičajenije, bez obzira na to da li se radi o slobodnim pripadnicima tzv. Generacije Z, milenijalcima profesionalcima koji za život zarađuju radeći na laptopu ili penzionerima bez obaveza.
4. *Usmjereno na blagostanje (centri za dugovječnost, engl. wellness)*: Na putovanja se vijekovima gleda kao na način za samounapređenje, od pristupa ljekovitim svojstvima voda u evropskim banjskim gradovima do odlazaka u odmarališta i vježbanja joge u Indiji. U doba pandemije, želja za poboljšanjem zdravlja i imuniteta će uveliko motivisati turizam u svijetu i ljudi će tražiti mjesta gdje mogu da unaprijede svoje zdravlje. U 2022. možemo da očekujemo da će raniji ljubitelji plaža sunčanje i koktele zamijeniti hladovinom i vodom sa ukusom kokosa. Čak i kada ne putuju konkretno zbog detoksikacije ili vježbe, gosti će prije povratka kući da rezervišu ekskurzije od

kojih se bolje osjećaju, a svakako će biti i onih koji će posegnuti za radikalnim fizičkim promjenama.

5. *Autentično (utapanje u zajednicu):* U doba Instagrama, autentičnost je postala ideal kome treba da se teži, pogotovo s obzirom na to da se toliko aspekata života zapadnjačkog svijeta aranžira i na internetu predstavlja savršenim. Kada je riječ o putovanjima, turisti neće htjeti da idu u sterilna odmarališta odvojena od realnosti bez daška originalnog, već će se okrenuti utapanju u destinacije i želji da iskuse nešto „stvarno“. Interakcija sa lokalnim zajednicama, sigurno i sa uvažavanjem, postaće bitan aspekt putovanja i turisti će htjeti da uče i formiraju odnose sa drugim ljudima. U kontekstu autentičnog turizma, putnici će željeti i da ostave pozitivan trag, da na neki način uzvrate uslugu zajednici koja ih je prihvatila, bez obzira da li kroz direktno plaćanje ili u vidu volonterskog rada.
6. *Svjesno (radni odmor):* Svjesni turizam karakteriše uspostavljanje dublje povezanosti sa mjestima koja se posjećuju i ljudima koji tamo žive i generalno putovanje sa stavom „više je manje“, uz izbjegavanje planova puta koji su puni „glavnih atrakcija“. Precrtavanje stvari koje treba da se vide sa liste je dugo bila stvar društvenog prestiža, ali konzumeristička putovanja prestaju da budu popularna i svjesni putnik će sve više težiti skromnijim odlascima na manje glamurozne destinacije. Sa zastarijevanjem ideje o „odmoru“, prosto boravljenje u inostranstvu će predstavljati odgovornu alternativu.
7. Ovo će se manifestovati u vidu porasta radnih odmora, pri kojima gosti kombinuju rad i odmor, postajući dijelom nekog mjesta na duže periode.

Trendovi u potražnji određuju Strategiju turističkog marketinga Brčko distrikta BiH

Kada se radi o **potražnji klijenata**, USAID-ov projekat „Razvoj održivog turizma u Bosni i Hercegovini“ (u daljem tekstu: projekat „Turizam“) je izradio izvještaj „Analiza stanja: Uticaj globalnog i razvoja turizma na sektor turizma u Bosni i Hercegovini“, u kojem su prepoznati sljedeći dugoročni trendovi koji utiču na potražnju ljubitelja putovanja:

1. *Povećana digitalizacija putovanja:* Neka rana istraživanja postpandemijske potražnje klijenata sugerišu da je zabrinutost u vezi sa ograničenjima prekograničnog putovanja i zdravstvenom zaštitom relativno puno turista ponovo sa samostalnih aranžmana vratila na korišćenje usluga profesionalnih turističkih agencija, ali će potreba za zdravstvenom sigurnošću povećati potražnju za digitalnim pravljenjem rezervacija i smanjenjem direktne interakcije sa putničkim i turističkim agencijama. Pored ljudskih kontakata i letke, štampane vodiče i druge promotivne materijale takođe će zamijeniti preferenca internetskih rješenja.
2. *Smanjena potrošnja turista:* Još uvijek nije moguće prognozirati dugoročne finansijske efekte pandemije, ali će smanjenje prihoda svakako uticati na promjene potražnje, baš kao što ni tokom finansijske krize iz 2008. smanjenje potrošnje turista nije jednako uticalo na cijeli sektor turizma. Kategorije sa niskim primanjima su pokazale najveće smanjenje potrošnje, dok je taj pad kod kategorija sa srednjim a naročito onih sa visokim nivoom primanja bio dosta manji i oni su radije štedili na drugim stavkama kako bi nastavili da putuju. U funkciji ušteda, mnogi potrošači su se od korišćenja avio-prevoza i odlaska na daleke destinacije okrenuli korišćenju vozila i lokalnom turizmu na jednom mjestu, dok su drugi prosto skratili ukupno trajanje odmora ili duži godišnji odmor zamijenili sa nekoliko kraćih putovanja na obližnje lokacije.

3. *Promjene proizvoda i načina putovanja:* Pandemija COVID-19 je uzrokovala nekoliko promjena kod sportsko-rekreativnog turizma koji će biti popularan kada ljudi ponovo počnu da putuju. Medicinski rizik višestrukih kontakata sa drugim ljudima će sigurno značiti da će pretrpane turističke destinacije i atrakcije biti manje privlačne. Umjesto gradskih atrakcija, klijenti će birati tiše, ruralne krajeve i htjeće da skrate trajanje putovanja između većih turističkih lokacija. Veće putničke agencije već rade na tome da ograničavaju veličine grupa i smanjuju broj lokacija koje će biti posjećene (kao i prekograničnih prelazaka) kod kopnenih putovanja.

Navedene promjene ponašanja i potrošnje navode mnoge destinacije da mijenjaju svoje marketinške strategije i prilagode svoje proizvode i usluge, uklapajući ih u nove ili izmijenjene koncepte putovanja.

3.2.4. Prijedlozi odgovora na izazove u vezi sa razvojem destinacionog marketinga

Da bi mogla da navigira kroz pomenute izazove u vezi sa razvojem destinacionog marketinga, prevaziđe ih i uspije na konkurentnom međunarodnom tržištu turizma koje se konstantno mijenja, a naročito nakon pandemije, BD BiH mora da unaprijedi vještine pažljivog povezivanja brenda, kapaciteta i ponude destinacije sa pravim klijentima na pravim tržištima u pravo vrijeme i putem pravih kanala uz korišćenje pravih poruka. Vodeći se globalnim trendovima, učincima turizma na lokalnom nivou i prilikama koje je donijela pandemija, u nastavku teksta dajemo prijedloge rješenja za suočavanje sa izazovima destinacionog marketinga.

1. *Osnivanje organizacije za destinacioni marketing:* Organizacije za upravljanje destinacijom (DMO) su okosnica turističkih destinacija. Oni postoje kako bi promovirali destinacije, privukli posjetitelje i razvijali turističko tržište. DMO su odgovorni za sve, od privlačenja velikih sportskih događaja do promocije lokalnih festivala. Vlada Brčko distrikta BiH bi trebala razmotriti osnivanje Turističke organizacije Brčko distrikta BiH koja bi bila nosioc marketinških aktivnosti sa ciljem promocije Brčko distrikta BiH kao poželjne turističke destinacije.
2. *Veća izdvajanja za marketing:* sa globalnim oporavkom turizma, destinacije iz cijelog svijeta nastavljaju da se takmiče (čak i više nego prije) za osvajanje manjih tržišta. To će iziskivati **izdvajanje više sredstava za marketing** u odnosu na do sada ograničenu i nedovoljnu potrošnju. Jedan od najvećih prioriteta Vlade Brčko distrikta BiH u narednom periodu trebalo bi da bude objedinjavanje različitih izvora finansijskih sredstava za potrebe promovisanja i prodaje destinacije. Na taj način će se turističkim organizacijama i drugim subjektima u sektoru omogućiti da zaposle kvalifikovane kadrove i uvedu odgovarajuće alate, naročito za digitalni i marketing putem društvenih mreža. Vlada Brčko distrikta BiH bi trebala da razmotri mogućnost uvođenja u svoj budžet stavke godišnjih izdvajanja za promociju turizma prema budućoj Turističkoj organizaciji Brčko distrikta BiH.
3. *Ciljane studije na kojima će se zasnivati marketing:* Da bi bile učinkovite, odluke o promovisanju destinacije moraju da se zasnivaju na jasnim i sveobuhvatnim podacima, statističkim pokazateljima i analizama, dopunjenim primarnim i sekundarnim studijama. Na taj način će se **preciznije odrediti profili turista** i izvorna tržišta koja najviše odgovaraju ponudi Brčko distrikta BiH, što će omogućiti primjenu najboljih taktika i kanala da se privuče, potakne i preusmjeri interes za više rezervacija, duže boravke i veću potrošnju tokom cijele godine.
4. *Digitalna transformacija cijelog turističkog sektora:* Sektor turizma u BD BiH ne prati brze promjene tog sektora u svijetu. Destinacija je i dalje duboko ukorijenjena u

zastarjelim modelima raspoređivanja i promovisanja putovanja. Da bi proveo digitalnu transformaciju, BD BiH mora da **proširi svoje digitalne kapacitete u smislu kadrovskih, tehničkih i finansijskih resursa u svim aspektima lanca vrijednosti u turizmu** i podstiče upotrebu digitalnih i alata koji se odnose na društvene mreže kroz stručno obučavanje i osposobljavanje i jačanje kapaciteta. Buduća Turistička organizacija BD BiH će morati napraviti mjesta za kadrove koji će raditi isključivo na digitalnoj promociji, odnosno da uvede funkcije odgovorne za digitalnu strategiju, upravljanje kanalima i zajednicom, ažuriranje internetske stranice u funkciji povećanja njene vidljivosti prilikom pretraživanja interneta, pristupačne zastupljenosti svih proizvoda i iskustava na internetu i na tržištu, segmentaciju ciljanih klijenata i planiranje i provođenje velikih kampanja putem interneta u svrhu povećanja upoznatosti korisnika sa brendom i mogućnosti prelazaka na sadržaje poslovnih subjekata, uključujući marketinšku saradnju sa njima. Uspostavom strukture koja omogućava izradu sadržaja zasnovanih na potražnji klijenata, kroz unapređenje upravljanja sadržajem i stvaranje privatno-javnih partnerstava i uvođenje novih softvera i sistema, brzo će se ostvariti napredak u digitalnoj transformaciji.

5. *Unaprijeđena saradnja u sektoru:* Promovisanje i prodaja destinacije je nešto čime treba da se bave svi akteri, a ne samo turističke organizacije. Vlast i privatni sektor (turoperateri, smještajni objekti, vodiči i pružaoci drugih usluga), kao i širi lanac vrijednosti u turizmu treba da se **ujedine u svojim naporima da brendiraju lokacije i usmjere svoje resurse na prioritetne segmente i izvorna tržišta**, uz uvođenje seta odgovarajućih i primjenjivih zakona, politika djelovanja i drugih propisa. Treba imati u vidu i mogućnost zajedničke promocije sa gradovima sa kojima je Brčko distrikt BiH „grad pobratim“ (St. Luis-USA, Samsun-Turska, Smedevska Palanka-Srbija).
6. *Uvođenje profesionalnijih i specijalizovanih turoperatera:* Dok privatni sektor tek djelomično doprinosi promociji destinacije, oni su ti koji destinaciju prodaju na domaćem i stranom tržištu. **Proširivanje kanala prodaje i distribucije je od ključnog značaja za bolje poznavanje destinacije, naročito na međunarodnom planu.** Spособnost pružanja profesionalnih usluga, koja se dokazuje usvajanjem međunarodnih standarda, sertifikacijom i, po mogućnosti, specijalizacijom, će pomoći da se upoznatost potencijalnih korisnika sa destinacijom pretvori u stvarnu prodaju. I u ovom segmentu je neophodno uvođenje odgovarajućih primjenjivih zakona, politika djelovanja i drugih propisa.

3.2.5. Strategija destinacijskog marketinga Brčko distrikta BiH

Pandemija je destinacijama diljem svijeta donijela izazove bez presedana. Štaviše, ona izaziva ogroman preokret u tome kako se destinacije pozicioniraju, promovišu i prodaju. Pored toga je dovela i do ogromnih i trajnih promjena toga kako turisti koriste putovanja, šta ona predstavljaju za njih i šta ih inspiriše da idu baš na putovanja na koja žele da idu u narednih nekoliko godina. Te promjene će uskoro postati nova realnost i destinacije moraju da se pripreme za nju. Uparivanje trendova u ponašanju i potražnji, sa jedne, i potencijala ili kapaciteta destinacije, sa druge strane, predstavlja okosnicu strategije marketinga i prodaje za Brčko distrikt BiH.

Strateško usmjerenje – usklađivanje trendova sa potencijalom destinacije

Strateško usmjerenje destinacionog marketinga u periodu 2021–2027. podrazumijeva maksimalno iskorišćavanje postojećih kapaciteta i stalno usklađivanje ponude sa trenutnim i budućim trendovima rasta kroz pojednostavljenu, izuzetno preciznu segmentaciju zasnovanu na istraživanjima i prioritiziranje *take-to-market* aktivnosti kojima se optimalizuje korišćenje finansijskih sredstava, ljudskog kapitala i saradnja u sklopu sektora. Na taj način, sektor

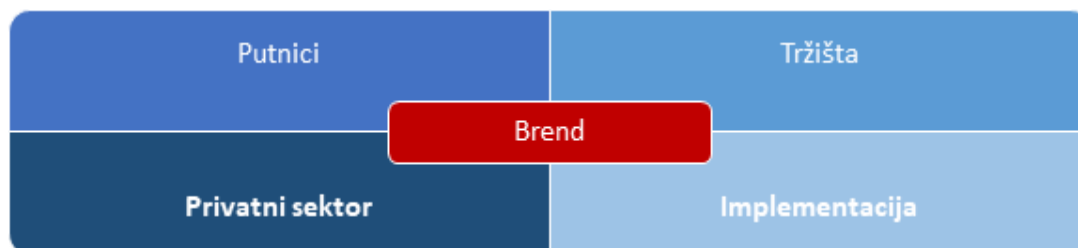
turizma u BD-u će postati dinamičniji, usklađeniji sa potrebama i otporniji na sve prekinde i smetnje.

Osnovni principi Marketinške strategije BD BiH

1. *Jednostavna i praktična:* Strategija se nadovezuje na ranije aktivnosti i uspjehe, u isto vrijeme realno sagledavajući postojeće izazove i dostupne resurse. U skladu sa tim, fazni ili postupni pristup kretanja u pravcu novog modela promovisanja destinacije podrazumijeva jednostavna i praktična rješenja koja će iziskivati realne i dostižne napore različitih aktera.
2. *Zasnovana na potražnji, usmjerena na klijente i na iskustva:* Marketinške aktivnosti će se osmišljavati na osnovu potražnje i odgovarati na sve veći broj globalnih putnika koji traže proizvode zasnovane na iskustvu koji su autentični za destinaciju. Držeći se budućeg brenda, sve priče u BD BiH trebalo bi da doprinose samo konkretnim iskustvima. Takvo usmjerenje je u skladu sa opštim pristupom destinacije da cilja one turiste koji traže određena iskustva zasnovana na njihovom interesu.
3. *Održiva:* Zaštita životne sredine, kulture i izvora zarade ljudi čini okosnicu Strategije razvoja turizma BD BiH. Imajući to u vidu, Strategija je usmjerena na kvalitet, a ne kvantitet, na taj način ostvarujući održiviji pristup razvoju turizma na destinaciji.
4. *Inovativna:* Marketinška strategija iziskuje usvajanje novih i unaprijeđenih metoda učinkovitog i djelotvornog destinacionog marketinga, uz paralelno fokusiranje na digitalni i marketing putem društvenih mreža. Da bi se to postiglo, i poslovni subjekti u sektoru turizma će morati da ulažu u digitalizaciju kako bi mogli u potpunosti da iskoriste sve prilike koje nude digitalni mediji i društvene mreže.
5. *Zasnovana na saradnji:* Ova Strategija iziskuje učinkovitiju saradnju između buduće Turističke organizacije Brčko distrikta BiH i privatnog sektora da bi došli do više korisnika i tim korisnicima omogućili prelazak na promotivne materijale i stranice poslovnih subjekata. Krećući se u istom marketinškom pravcu kroz prioritiziranje turista, segmenata tržišta i izvornih tržišta, Strategija iziskuje i saradnju na nivou cijele zemlje kako bi, na primjer, mogla da se iskoristi istorijski velika potražnja za Sarajevom i Mostarom, koji su pokazali veliki broj posjetilaca, a takođe treba da se iskoriste ostala bliska tržišta Brčko distriktu BiH, kao što su Zagreb i Beograd.
6. *Fazna:* S obzirom na to da je Brčko distrikt BiH do sada promovisan i prodavan na tradicionalan način, prelazak na novu i dinamičku marketinšku strategiju će zahtijevati prioritizovanje programa aktivnosti za kratkoročni, odnosno za srednjoročni / dugoročni period.

Petostrani pristup destinacijskom marketingu

Strategija destinacionog marketinga Brčko distrikta BiH je izrađena za potrebe ostvarenja pet strateških prioriteta u periodu 2022–2027. godina. Njihovo ostvarivanje će pomoći ne samo provođenje Strategije razvoja destinacije u cjelini već i to da se drži svog usmjerenja i ostvari svoje opšte i specifične ciljeve kroz promovisanje privlačnosti destinacije na međunarodnom tržištu, uz istovremeno uparivanje njenih konkurentnih kapaciteta, proizvoda i iskustava sa *odgovarajućim* i turistima koji donose velike prihode. Petostrani pristup destinacionom marketingu čine: 1) putnici/turisti, 2) tržišta, 3) privatni sektor, 4) implementacija i 5) brend, koji čini okosnicu modela.



Slika 15. Petostrani pristup destinacijskom marketingu

3.2.6. Strateški prioriteti i mjere za unapređenje destinacijskog marketinga

U nastavku teksta dajemo strateške marketinške prioritete, mjere i radnje BD BiH. Ti prioriteti su pretvoreni u pet stubova Marketinške strategije DB BiH prikazane sljedećim grafikonom. Oni uključuju:

Prioritet 2.1. Brendirati lokaciju

Potrebno je razviti brend za Brčko distrikt BiH koji može efikasno da odražava viziju strategije. Ključni faktor prilikom razvoja potpunog brenda je činjenica da Brčko distrikt BiH, kao destinacija, nije poznata u svijetu. To će učiniti izuzetno teškim i zahtjevnim u smislu finansijskih sredstava i vremena stvaranje zdravog nivoa svijesti o imenu MD BiH na stranim tržištima. Prepoznajući da postizanje uspjeha u međunarodnom brendiranju destinacija zahtijeva milione evra ulaganja tokom dugogodišnjeg perioda, BD BiH može da se fokusira na promociju turističke ponude i atrakcija što su privlačne u vezi sa širom turističkom ponudom u njegovoj blizini.

Mjera 2.1.1. Razvijanje brenda i njegovo pozicioniranje na način da se jasno predstave atraktivnost i privlačnost Brčko distrikta BiH



-Razvijanje pozicioniranja brenda Brčko distrikta BiH u saradnji sa lokalnom turističkom privredom, zasnovano na ovdje ilustrovanom prijedlogu modela.

-Pozicioniranje: Brčko distrikt BiH ima jedinstvene slojeve istorije sa fascinantnim naslijeđem i krasi ga očuvani prirodni krajolici.

-Stubovi brenda: Aktivnosti u netaknutoj prirodi; utapanje u autentičnu baštinu; uvažavanje živuće kulture.

Slika 16. Razvijanje brenda Brčko distrikta BiH

-Organizovati stalnu edukaciju i stručno osposobljavanje i usavršavanje u svrhu informisanja poslovnih subjekata o korišćenju alata i poruka pomoću kojih će najbolje prenijeti informacije o brendu stranim i domaćim turistima, kolegama iz sektora i medijima.

Prioritet 2.2. Povećati privlačnost destinacije

Neophodno je unaprijediti partnerstva, saradnju i koordinaciju između svih aktera u sektoru turizma na suočavanju sa izazovima koji se vezuju uz unapređenje marketinga i prodaje destinacije. Prvo što treba da se napravi je da se uvede robusnija i dinamičnija politika djelovanja i izvrše izmjene i dopune relevantnih propisa te na taj način utaba put za brzo i učinkovito provođenje Strategije. Više o problematici izmjena propisa može da se nađe u sklopu Cilja 4. Stvaranje okruženja koje stimulise održiv razvoj. S obzirom na to da su u sektor turizma uključeni različiti akteri, neophodno je da se jasno razgraniče njihovi poslovi i dužnosti, ali i naznače oblasti u kojima moraju da sarađuju jedni sa drugima i koordinišu svoje aktivnosti. Poduzimanje mjera koje su opisane u nastavku teksta je od presudnog značaja za uspješno provođenje marketinške strategije.

Mjera 2.2.1. Osnovati Turističku organizaciju Brčko distrikta BiH, sa jasnom operativnom i funkcionalnom ulogom, finansijskom strukturom

Turistička organizacija BD BiH treba da bude modernu organizacija za menadžment destinacije koja će biti nosioc svih marketinških aktivnosti Brčko distrikta BiH.

Prioritet 2.3. Diverzifikacija prodajnih i distribucionih kanala

Strategija iziskuje veoma preciznu segmentaciju turista na osnovu razloga zašto putuju, njihovih svojstava i iskustava koja ih privlače, prioritet dajući prihodima, a ne broju posjetilaca, ciljajući turiste koji donose velike prihode i koji se duže zadržavaju na destinaciji. Da bi to ostvarila, BD BiH mora da zna kako da prodaje svoje proizvode tim segmentima putnika sa punom sigurnošću da će biti u stanju da njihovu zainteresovanost pretvori u rezervacije. Segmenti tržišta i kategorije i potkategorije turista na koje treba da se usmjeri uključuju:

- segmenti tržišta – sportsko-rekreativni turisti, avanturistički turisti
- kategorije turista – turisti koji često putuju i turističke grupe
- potkategorije turista – osobe koje bježe iz grada preko vikenda, gosti koji više dana borave isključivo u DB-u, gosti koji dolaze u višednevne posjete BD BiH i gosti koji dolaze u jednodnevne posjete

To iziskuje prioritiziranje izvornih tržišta zasnovano na:

S obzirom da Brčko distrikt BiH nema aerodrom, te u odnosu na njegovu stratešku poziciju, BD BiH treba da iskoristi promet sa bližnjih aerodroma, kao što su Tuzla, Beograd, Zagreb, i Banja Luka.

- Potencijalu – procentu prioritiziranih kategorija turista i segmenata tržišta u tim zemljama (mali, srednji, velik)
- Učincima – zemlje označene kao zemlje dobrih / značajnih učinaka su zemlje čiji su stanovnici solidno upoznati sa destinacijom i na koje treba da se više usredsredi (Srbija, Hrvatska)
- Pristupu – na koji način će odabrane kategorije i segmenti posjetilaca moći da putuju do destinacije. Ovdje možemo da razlikujemo one koji putuju automobilima / autobusima; one koji dolaze kratkim letovima; one koji dolaze letovima srednje dužine; i one koji dolaze dužim letovima. Kod razmatranja putovanja avionom, posebno treba da se vodi računa o tome da li najpoznatije i niskobudžetne avio-kompanije nude letove na datoj relaciji.

Prema podacima o ranijim učincima, podacima o ranijim i trenutnim letovima u BiH, i nalazima sekundarnih studija tržišta vođenih pobrojanim kriterijumima, u periodu obuhvaćenom Strategijom će se davati prioritet dolje navedenim izvornim tržištima, u isto vrijeme prateći druge prilike.

Tabela 24. Pregled stanja tržišta

Region	Izvorno tržište	Prioritet	Obrazloženje
--------	-----------------	-----------	--------------

Interno tržište	Domaće tržište Gosti sa stranih tržišta koji posjećuju FBiH i RS (ne uključujući dolje posebno pobrojana tržišta)	1 2	Domaće tržište će teško poremetiti vanredne situacije Već postoji velika potražnja, lako je doći do njih digitalnim putem
Regionalno tržište	Srbija Hrvatska Slovenija	1 1 1	Regionalna tržišta će teško poremetiti vanredne situacije, dobro poznaju destinaciju i predstavljaju postojeći potencijal
Međunarodna tržišta	Njemačka Skandinavija Italija Nizozemska Turska Švedska Austrija Švicarska	1 1 1 1 2 2 2 3	Direktni letovi u RS i u FBiH, jaka dijaspora, veliki potrošači, vole avanturizam Direktni letovi u RS i u FBiH, jaka dijaspora, veliki potrošači, vole avanturizam Direktni letovi u RS i u FBiH, jaka dijaspora, veliki potrošači, vole avanturizam

Pored toga, a naročito s obzirom na potrebu da sve marketinške aktivnosti donesu smislene rezultate i omoguće brzo i održivo ubrizgavanje prihoda u turizam, bitno je da se te aktivnosti ravnaju prema klijentima i oslanjaju na prelaske na stranice partnera. To znači da moraju da se koncipiraju oko jasnog modela lijevka koji je prikazan na sljedećoj slici.

On definiše ključne faze svake potrebne aktivacije i radnje, te omogućava da se pojedinim stavkama dodjeljuju sredstva i posvećuje pažnja srazmjerna njihovom položaju u okviru lijevka. Aktivacijama DMO-ova se u pravilu daje veća težina, pa se stavljaju pri vrhu kako bi poticale putovanja na destinaciju a onda, kako je klijent sve bliže tome da kupi proizvod, težište se sa medija polako prenosi na turoperatore.



Za te potrebe, Brčko distrikt BiH može da promijeni tradicionalni lijevak u krug poznat pod nazivom „Put do kupovine“. Sve aktivacije treba da se osmisle u partnerstvu sa relevantnim turističkim organizacijama / odborima i udruženjima i usklade sa modelom Put do kupovine. Kao što je ranije navedeno, preduslov za ovo je da BD BiH ima DMO koji će biti

nosilac ovih aktivnosti.

Mjera 2.3.1. Uspostavljanje i razvoj kanala prodaje i distribucije između poslovnih subjekata

S obzirom na to da međunarodni turoperatori i putničke agencije još uvijek kontrolišu oko 50% svih rezervacija u turizmu u svijetu, od ključnog je značaja da BD BiH počne da uspostavlja i razvija svoju mrežu

- Kreiranje i donošenje politike kojom bi se definisali i uredili poslovi i mandat operatera za upravljanje destinacijama, uključujući uslove za izdavanje dozvola za rad, kojima se jasno odvajaju od lokalnih vodiča i prevoznika, putničkih i agencija za prodaju karata

- Izrada i cirkulacija lista aktivnih turističkih agencija u BD BiH koje, zajedno sa domaćim i stranim DMO-ovima koji su zastupljeni u BiH, pružateljima usluga i hotelima, nude usluge u vezi sa destinacijom
- Uvrštavanje namjenskih budžetskih stavki u buduću Turističku organizaciju Brčko distrikta BiH za potrebe podrške aktivnostima između poslovnih subjekata

- Aktivna saradnja i poslovanje sa turističkim organizacijama iz Federacije BiH i Republike Srpske za potrebe zajedničkog marketinga i prodaje
- Organizovanje posjeta turističkim agencijama iz Federacije BiH i Republike Srpske u cilju upoznavanja sa njihovom i predstavljanja turističke ponude u BD BiH i njihovo redovno obavješćavanje o novim i unaprijeđenim proizvodima i iskustvima
- Unapređenje kapaciteta u turizmu kroz stručno usavršavanje i certifikaciju
- Ponuda međunarodnim turističkim organizacijama koje imaju predstavništva u Republici Srpskoj i Federaciji BiH, edukacija i usavršavanja vezanih za itinerare koja se baziraju na modelu segmentacije tržišta i prioritiziranja profila
- Učestvovanje na sajmovima usmjerenim na konkretne segmente koji su u BD BiH ponudi, koji ujedno nude i prilike za edukaciju, kao što su „Adventure Travel World Summit“, itd.
- Organizacija turneja po prioritetnim izvornim tržištima
- Organizacija posjeta kvalifikovanih i provjerenih međunarodnih kupaca u svrhu upoznavanja
- Ponuda plaćanja marketinga po učinku međunarodnim turoperaterima da daju prioritet i promovišu datu destinaciju putem svojih standardnih kanala i profila na društvenim mrežama
- Podsticanje turističkih agencija koje prodaju paket-aranžmane, odnosno turističku ponudu Brčko distrikta BiH
- Organizacija studijskih posjeta za domaće i strane agencije u cilju prodaje turističkih aranžmana Brčko distriktu BiH
- Organizacija edukacija za domaće u agencije, u cilju predstavljanja turističke ponude Brčko distrikta BiH
- Organizacija studijskih putovanja sa stranim agencijama
- Jačanje komunikacije sa hotelskim sektorom u vidu korigovanja cijena za turooperatore i putničke agencije

3.3. STRATEŠKI CILJ 3: RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA

3.3.1. Pregled potreba razvoja ljudskih resursa u Brčko distriktu BiH

U okviru tehničke podrške izradi Strategije razvoja turizma Brčko distrikta BiH, USAID-ov projekat Turizam pripremio je Procjenu i prognozu potreba za ljudskim resursima u turizmu u BiH za period od 2022. do 2027. godine. Ova procjena je uključivala analizu potreba zapošljavanja i obuka u okviru industrije turizma (potražnja) i analizu programa obrazovanja i osposobljavanja za turizam (ponuda).

Ključni izazovi za razvoj ljudskih resursa su slijedeći:

▪ Ograničena ulaganja u razvoj ljudskih resursa. ▪ Slabo edukovani ljudski resursi iz oblasti turizma. ▪ Nizak prioritet se daje formalnim kvalifikacijama. ▪ Potreba za sistemskim pristupom obuci. ▪ Niski standardi vještina degradiraju turističke usluge. ▪ Nedostatak educiranih turističkih menadžera raznih profila, npr, menadžera turističke destinacije, kao i hotelijerske, gastro i restoraterske struke.	▪ Zapošljavanje će biti izazov. ▪ Turizam nije atraktivna karijera. Veliki promet ljudskih resursa. ▪ Nivoi stručnosti su niski. ▪ Učenici / polaznici nisu spremni za realnost na radnom mjestu. ▪ Nastavni program tehničkog i stručnog obrazovanja i osposobljavanja ne odgovara potrebama industrije. ▪ Nedovoljan broj upisanih na programe u području turizma. ▪ Nastavne metode i resursi treba da se poboljšaju.
---	--

Na osnovu konsultacija s industrijom i ispitivanja najbolje međunarodne prakse, izrađene su smjernice razvoja ljudskih resursa koji opisuju radno okruženje u kojem će ljudski resursi djelovati i detaljno utvrđuju aktivnosti koje treba razmotriti u narednih šest godina.

- Ojačavanje multisektorske saradnje na nivou BD BiH kako bi se strateški prioritet dao turizmu i mobilizovali svi sektori u cilju usklađenog razvoja ljudskih resursa u turizmu
- Podizanje svijesti o turizmu i promovisanje karijera u turizmu
- Privlačenje talentovanih učenika za upis u srednjoškolske programe u turizmu
- Povećanje broja radnika u turizmu, uključujući i starije osobe
- Povećanje broja obučanih, licenciranih turističkih vodiča
- Poboljšanje kvaliteta obrazovnih programa u području turizma u formalnom srednjem obrazovanju
- Unapređivanje vještina i stručnosti postojećih i novih radnika u industriji i supervizora na radnim mjestima
- Unapređivanje programa upravljanja ljudskim resursima u svim preduzećima koja se bave turizmom

Rješavanje problema nedostatka ljudskih resursa i vještina vjerovatno je najhitnije pitanje sa kojim se danas suočava turistička industrija BD BiH. Privlačenje novih zaposlenika u turističku industriju u razvoju zahtijevaće zajedničke napore industrijskih sektora i podsektora da promijene svoje ponude poslova i razvoja karijere u okruženju koje može da postane kompetitivno za kvalifikovane zaposlenike. Razvoj ljudskih resursa brzo će postati ključno pitanje u smislu pronalaska dostupnih radnika u okviru ugovora turističke industrije. Procjena i prognoza potreba ljudskih resursa u turizmu i za period od 2022. do 2027. godine pokazale su da će održavanje konkurentnosti zahtijevati aktivnosti u smislu usvajanja radnih procesa koji su u skladu sa najboljim praksama, reorganizacije rada radi povećanja produktivnosti i podizanja nivoa usluga za goste.

3.3.2. Strateški prioriteti i mjere za razvoj ljudskih resursa

Cilj razvoja kvalitetnih ljudskih resursa je unapređenje konkurentnosti BD BiH kao turističke destinacije kroz pružanje poboljšanih usluga i kvalitetnih proizvoda proširenjem kvalifikovanog ljudskog kapitala za sektore turizma, poboljšanje stručnih kapaciteta i poslovanja preduzeća koja se bave turizmom te podršku javno-privatnog sektora turizmu kao poslodavcu po izboru.

To će se ostvariti kroz sljedeća 3 strateška prioriteta i 6 povezanih mjera, kako je navedeno u nastavku:

Grafikon 1: Pregled prioriteta i mjera za razvoj ljudskih resursa za period od 2022. do 2027. godine

Prioritet 3.1. Izgradnja kapaciteta za razvoj ljudskih resursa

- M 3.1.1. Profesionalno umrežavanje kroz međunarodne sajmove, konferencije i događaje

Prioritet 3.2. Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u oblasti turizma

- M 3.2.1. Poboljšanje dostupnosti stručnih i obučenih turističkih vodiča
- M 3.2.2. Pokretanje programa obuke za seoski turizam, MSP u turizmu, i sl.
- M 3.2.3. Unapređivanje pripremljenosti mladih i učenika za karijeru u turizmu

Prioritet 3.3. Usavršavanje postojećih kadrova putem formalnog i neformalnog obrazovanja i obuke na radnom mjestu

- M 3.3.1. Razvijanje kvalitetnih nastavnih planova i programa za turizam i ugostiteljstvo
- M 3.3.2. Pokretanje kratkih neformalnih kurseva usmjerenih na industriju radi poboljšanja izvrsnosti usluga

U nastavku su gore navedeni strateški prioriteti i mjere pobliže definisani i elaborirani.

Prioritet 3.1. Izgradnja kapaciteta za razvoj ljudskih resursa

Za ostvarivanje ovog prioriteta predlaže se uspostavljanje jače saradnje između različitih sektora i nosioca turističke ponude radi koordinacije obrazovanja i obuke ljudskih resursa u industriji turizma, kao i stvaranje ambijenta pogodnog za razvoj turizma u BD BiH u kroz kampanje razvoja svijesti i edukativne kampanje i profesionalno umrežavanje na međunarodnom nivou. Angažovat će se stručnjaci i profesionalci iz zemlje i regiona za potrebe izrade strateških projekata (Studija izvodljivosti, Brending i imidž strategija, Marketing planova i kampanja i sl) čija primjena će rezultirati otvaranjem novih radnih mjesta u turizmu.

U okviru prioriteta I, predviđena je sljedeća strateška mjera:

Mjera 3.1.1. Profesionalno umrežavanje kroz međunarodne sajmove, konferencije i događaje

Povezivanje se sa regionalnim predstavnicima turističke ponude i profesionalno umrežavanje je neophodno za osiguranje konkurentnosti turističke ponude u BD BiH. Kroz ovu mjeru predlaže se niz aktivnosti kao što su posjete sajmovima u regiji i Evropi, učešće na sajmovima i osmišljavanje atraktivnih sajamskih nastupa i kompletne ponude, ostvarivanje kontakata, razvijanje odnosa i povezivanje sa turističkim profesionalcima i nosiocima ponude u regiji, organizovanje konferencije o turizmu, prezentovanje ostvarenih rezultata kako bi se podigla svijest o uspješnosti preduzetih aktivnosti i dr.

Prioritet 3.2. Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u oblasti turizma

Izazov će biti generisanje adekvatnog broja kvalifikovanih radnika u turizmu da odgovore na sve potrebe industrije u narednih 6 godina. To zahtijeva veliki napor zainteresovanih strana u industriji turizma da zaposle i obuče nove radnike.

Da bi se ostvario ovaj prioritet, razviće se namjenski programi obuke za turističke vodiče, nosioce razvoja ruralnog turizma, te vlasnike i menadžere malih i srednjih preduzeća sa

snažnim naglaskom na primjeni najboljih praksi u upravljanju i poslovanju malih i srednjih preduzeća (MSP).

Ovaj prioritet će takođe zahtijevati poboljšanje pripremljenosti mladih i studenata za karijeru kroz programe praktične nastave, stažiranja i volontiranja. Škole i obrazovne ustanove moraće da prošire mogućnosti ostvarenja praktičnog iskustva i pruže učenicima potrebne praktične vještine kroz specijalizovanu obuku na radnom mjestu.

U okviru ovog prioriteta – generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u oblasti turizma – predviđene su sljedeće tri strateške mjere:

Mjera 3.2.1. Poboljšanje dostupnosti stručnih i obučanih turističkih vodiča

Nema dovoljno turističkih vodiča koji bi podržali razvoj novih iskustava. Problem je dodatno izražen zbog ograničenog broja vodiča koji govore strane jezike. Planirano je inoviranje nastavnog plana i programa za edukaciju turističkih vodiča u Brčko distriktu BiH, izrada priručnika za edukaciju turističkih vodiča u Brčko distriktu BiH, edukacija i licenciranje turističkih vodiča. Obavezni uslov za licenciranje vodiča biće pohađanje i polaganje posebnog programa obuke o sigurnosti, hitnim slučajevima i pružanju prve pomoći.

Mjera 3.2.2. Pokretanje programa obuke za seoski turizam, MSP u turizmu, i sl.

Mala i srednja preduzeća (MSP) u području turizma su ključna za ekonomski rast turizma u Brčko distriktu BiH. Važno je da se razumije uloga poduzetnika u malim i srednjim preduzećima u razvoju turizma. Postoji mnogo razloga zašto se lokalni poduzetnici nerado pridružuju industriji turizma, uključujući rizike povezane sa poslovanjem u području turizma. Biće pokrenuti programi obuke za podizanje svijesti i pokretanje biznisa kako bi se perspektivni poduzetnici potakli na učešće u specifičnom turizmu kao što je seoski turizam koji ima veliki potencijal rasta u Brčko distriktu BiH. Poticajne poruke biće poslane i dijaspori kako bi se ohrabrile njihove investicije i doprinosi u pokretanju turizma u BD BiH. Potrebe malih i srednjih preduzeća donekle se razlikuju od potreba velikih preduzeća. U skladu sa tim, razvije se namjenski program za vlasnike i menadžere malih i srednjih preduzeća sa velikim naglaskom na primjeni najboljih praksi u razvoju, upravljanju i poslovanju malih i srednjih preduzeća. Za podsektore od velikog značaja, kao što je seoski turizam, izradit će se Priručnici za potencijalne nosioce razvoja istog.

Mjera 3.2.3. Unapređivanje pripremljenosti mladih i učenika za karijeru u turizmu

Ova mjera će podrazumijevati provođenje informativne kampanje za pozicioniranje industrije turizma kao poziva po izboru među mladima, roditeljima i čelnicima zajednice. Kampanja će imati pet ciljnih grupa (učenici, roditelji, javni službenici, poslodavci u industriji i mediji) sa porukama o jačanju pozicije turizma kao životnog poziva i društvenim i ekonomskim prednostima turizma. Osim toga, biće potrebno da se usvoji put za zapošljavanje mladih u industriji turizma, i to:

- Praktična nastava na nivou srednje škole – omogućavanje radnog iskustva za polaznike škola za tehničko i stručno obrazovanje i osposobljavanje kako bi se ostvarilo iskustvo u turizmu i promovisali ovi pozivi kao održivi izbor karijere. Partneri iz industrije biće pozvani da sponzorišu mentorstvo za školske programe u turizmu i obezbjeđivanje uslova za sticanje praktičnih znanja i vještina.
- Dodatne aktivnosti podrazumijevat će aktivno uključivanje učenika u procese kreiranja turističkih ponuda i izradu turističkih projekata, osmišljavanje takmičenja za izradu turističkih projekata i nagrađivanje najboljih i razvijanje svijesti o značaju volontiranja u pojedinim projektima i događajima.

Prioritet 3.3. Usavršavanje postojećih kadrova putem formalnog i neformalnog obrazovanja i obuke na radnom mjestu

Profesionalizacija radne snage u turizmu podrazumijevaće razvoj kvalitetnih programa u području turizma i nastavnih planova i programa zasnovanih na potrebama industrije.

U saradnji sa Odjeljenjem za obrazovanje Brčko distrikta BiH potrebno je dati prioritet srednjem tehničkom i stručnom obrazovanju u oblasti ugostiteljstva i turizma i to konkretno Srednjoj ekonomskoj školi u Brčkom koja trenutno nudi tri zanimanja u turizmu: kuhar, konobar i turistički tehničar. Istovremeno, nastavne metode je potrebno unaprijediti tako što će se nastavnicima olakšati pristup metodološkim programima o obrazovnoj pedagogiji, pristupima izvođenju nastave, planiranju nastave i audio-vizuelnom materijalu za podršku procesu učenja. Nastavnike i predavače treba podržati u intenzivnijoj angažovanosti u okviru industrije turizma kroz kontinuirane programe učenja. Da bi se reflektovale aktivnosti u industriji, biće potrebno i unapređenje resursa i opreme u obrazovnim ustanovama.

Ovaj prioritet će, takođe, uključivati pozicioniranje industrije turizma, kao izuzetno atraktivne karijere kroz indukcijsku obuku i obuku prije i tokom zapošljavanja, jasne smjernice za napredovanje u karijeri i promociju kvalitetnih radnih praksi.

U okviru 3. prioriteta – usavršavanje postojećih kadrova putem formalnog i neformalnog obrazovanja i obuke na radnom mjestu – predviđene su sljedeće dvije strateške mjere:

Mjera 3.3.1. Razvijanje kvalitetnih programa i nastavnog plana za turizam i ugostiteljstvo

Ključna komponenta ove inicijative biće detaljan pregled nastavnih planova i programa u turizmu i ugostiteljstvu. To će zahtijevati zajedničko djelovanje s obrazovnim vlastima kako bi se osiguralo da svi relevantni nastavni planovi i programi inkorporiraju potrebe privatnog sektora i najbolju međunarodnu standardnu praksu u podučavanju novih učenika u industriji. Cilj će biti razvoj kvalitetnih programa i nastavnih planova za turizam i ugostiteljstvo, kroz provođenje standardne strukture nastavnog plana i programa obrazovanja za programe turizma i ugostiteljstva.

Mjera 3.3.2. Pokretanje kratkih neformalnih kurseva usmjerenih na industriju radi poboljšanja izvrsnosti usluga

Ova mjera podrazumijeva razvoj programa obuke u vidu kratkih kurseva o industriji (obično do 3 dana) u kojima mogu učestvovati zaposlenici iz hotela, restorana, turističkih agencija, kampova i drugih turističkih objekata. To će potaknuti ove subjekte da unaprijede svoje poslovanje kako bi zadovoljili standarde kvaliteta, čime se ne samo kvalifikuju zaposlenici već i pružaju bolje usluge posjetiocima. Novi program će biti uveden radi proširivanja dostupnosti obuka, a osmisliće se i nastavni plan i program kratkih kurseva iz različitih tema, koji će imati prioritet u konsultacijama sa industrijom. Potrebni su praktični programi za seoska domaćinstva i poljoprivedna gazdinstva. Neophodna je edukacija ovih pružalaca usluga kroz radionice i priručnike. Edukacija bi se odnosila na učenje o pružanju ugostiteljskih usluga na selu i sl.

U nastavku su primjeri kurseva koji treba da se planiraju i promovišu:

Administracija i upravljanje

1. Metode i kontrola računovodstva
2. Vještine u prodaji, marketingu i promociji
3. Sistemi kontrole kvaliteta za preduzeća u području turizma
4. Vještine rukovođenja
5. Programi obučavanja predavača / instruktora
6. Apliciranje na EU i druge grantove
7. Poduzetničke vještine

Hrana i piće

1. Poznavanje jela i pića
2. Rad i upravljanje barovima / kafićima
3. Vještine posluživanja hrane i pića
4. Osnovne kulinarske vještine u malim preduzećima
5. Osmišljavanje i planiranje menija
6. Vina i kokteli
7. Slastičarske i pekarske vještine

Komunikacija i ljubaznost prema gostima

1. Tehnike komuniciranja
2. Vještine komuniciranja na engleskom ili nekom drugom evropskom jeziku
3. Pravila ponašanja i usluge za klijente
4. Brendiranje gradova
5. Marketing i PR u turizmu
6. Digitalne vještine i digitalna komunikacija

Sigurnost turista, održavanje prostorijske i ostalo

1. Obuka u vezi sa požarima, sigurnošću, bezbjednošću i prvom pomoći
2. Zdravstveni i higijenski standardi
3. Obuka u području održavanja prostorijske za nekvalifikovano osoblje
4. Obuka za turističke vodiče

3.4. STRATEŠKI CILJ 4: UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST

3.4.1. Pregled podsticajnog okruženja

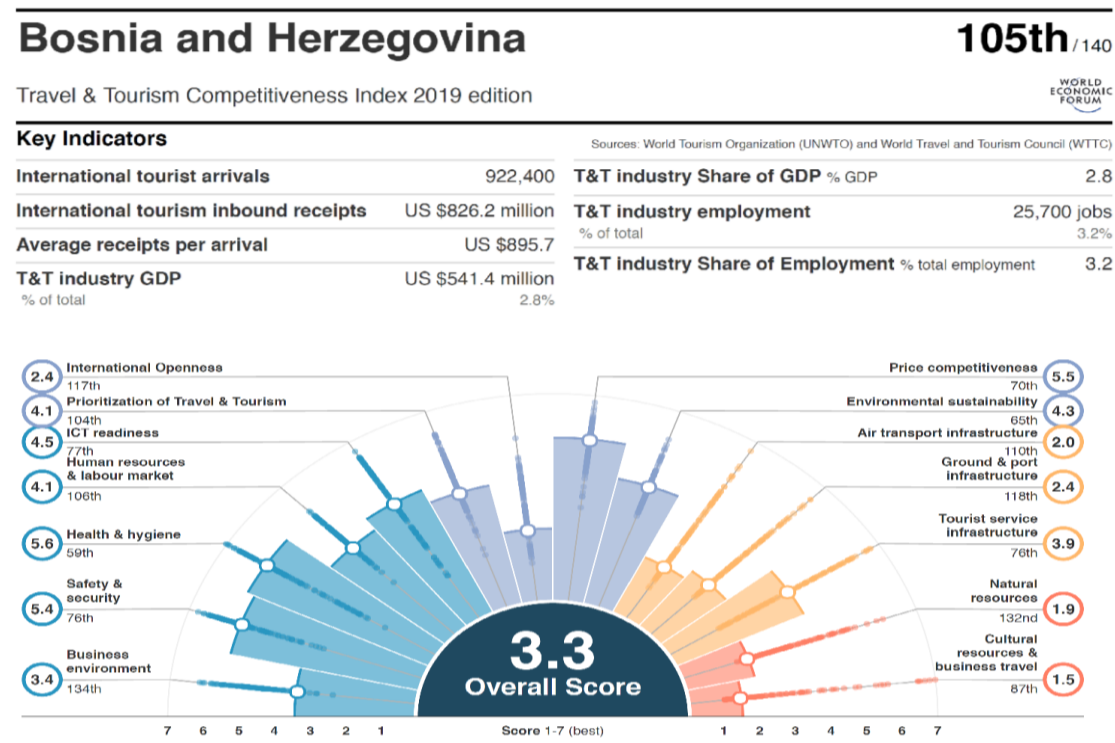
Kako bi industrija turizma Brčko distrikta rasla i ostvarivala uspjeh na konkurentnijem međunarodnom tržištu turizma, ključno je osigurati povoljno okruženje koje će poticati lokalno poduzetništvo, rezultirati privlačenjem domaćih i stranih ulaganja i garantirati zaštitu prirode i kulturnih dobara. Komuniciranje o važnosti turizma, načinu poboljšanja propisa, potrebi poboljšanja usluga, privlačenju investicija, ulaganju u infrastrukturu i osiguravanju dobrobiti zajednica je u središtu planiranja održivog turizma. Politika Vlade BD BiH za postizanje društveno-ekonomskog napretka ključna je za određivanje veličine, oblika i prirode ulaganja. Način zaštite posjetilaca, stanovnika, investitora te kulturnih i prirodnih dobara spada u domen snažnog pravnog i regulatornog okvira. Svi ovi aspekti zajedno predstavljaju međusektorski stub podsticajnog okruženja za održivi rast.

Svrha strateškog cilja „**Unapređenja podsticajnog okruženja za održivi rast**“ je da se poveća konkurentnost BD BiH pomoću razvoja efikasnijih politika i pravnog okvira kojima se podržavaju i unapređuju poslovni rezultati, privlače investicije, štiti priroda i koji dovode do otvaranja radnih mjesta i firmi, kao i održivog razvoja turizma.

Podsticajno poslovno okruženje u Bosni i Hercegovini ograničeno je kroz više faktora koji ometaju produktivnost i održivost poduzeća koja se bave turizmom.

Svjetski ekonomski forum utvrdio je da je Bosna i Hercegovina najmanje konkurentna putnička i turistička privreda u regiji Balkana, koja zauzima 105. mjesto u svijetu. Poslovno okruženje u BiH je najniže rangirano u regiji (134. mjesto), kao i ukupna infrastruktura (97. mjesto).

Slika 17. Indeks konkurentosti turizma BiH, WEF 2019



Osim toga, BiH se također nalazi nisko na ljestvici prirodnih resursa. Od 140 ocijenjenih zemalja, nekoliko pokazatelja je posebno problematično za turizam u BiH, i to⁷:

Odabrani pokazatelji		od 140
– Prirodni resursi		132.
– Međunarodna otvorenost		117.
– Zračni promet		110.
– Ljudski resursi i tržište rada		106.
○ Step en orijentiranosti na kupca (-10)	110.	
○ Lakoća pronalaska kvalificiranih zaposlenika (-4)	130.	
○ Step en obuč enosti osoblja (-2)	133.	
– Prioritiziranje putovanja i turizma	104.	
○ Učinkovitost marketinga i brendiranja za privlačenje turista (-4)	118.	
– Kulturni resursi i poslovna putovanja	87.	
○ Broj sastanaka međunarodnih udruženja (-2)	80.	
○ Broj izraza usmene i nematerijalne kulturne baštine (+19)	52.	

⁷ World Economic Forum, The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019, <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>

Koordinirani pristup poboljšanju vladinog nadzora nad industrijom turizma i omogućavanje povoljnijeg okruženja za partnere iz privatnog sektora pokrenulo bi snažnu industriju turizma koja bi mogla biti katalizator dugoročnog, održivog razvoja BD BiH. Budući da je turizam povezana djelatnost, neophodna je snažna saradnja svih subjekata u industriji turizma, javnog, privatnog i civilnog sektora. Turizam zahtijeva usku saradnju između različitih nivoa vlasti, javnih i privatnih subjekata i, što je jednako važno, poslovne odnose između ministarstava, odnosno različitih sektora, i snažnu saradnju između njih i privatnog sektora. Nedostatak otvorenog i učestalog dijaloga između javnog i privatnog sektora, te domino efekat političkih odluka bez uzimanja u obzir interesa turizma, može dovesti do isprekidanog razvoja i narušiti konkurentnost.

Za razvoj turističke ponude neophodna su ulaganja, zaštita i održavanje kulturno-historijske baštine i njeno uklopanje u razvojne tokove na lokalnom i regionalnom nivou. Potrebno je animirati sve nivoe vlasti kako bi se poduzele aktivnosti na jačem i dugoročnijem rješavanju pitanja istraživanja i zaštite kulturnog i historijskog materijalnog i nematerijalnog naslijeđa, kao i jasnom definiranju imaoca prava resursa, prava i obaveza imaoca prava resursa, s ciljem održivog upravljanja kulturnim naslijeđem.

Neophodno je koordinirati rad svih nadležnih institucija na rješavanju pitanja upravljanja kulturnim resursima.

Strategija razvoja Brčko distrikta BiH 2021.-2027. prepoznaje turizam kao jedan o prioriteta unutar **Strateškog cilja I: Konkurentna privreda, skladno uklopljena u globalne razvojne trendove i lance vrijednosti, kao motor razvoja BD BiH.**

Prioritet I.3. RAZVOJ TURIZMA

direktno targetira turizma ali i preostala četiri prioriteta su povezani sa turizmom, odnosno, mogu doprinijeti uspostavljanju boljeg podsticajnog okruženja za razvoj turizma a to su:

Identificirane prepreke i izazovi za razvoj turizma u BD BiH:

- Nedostatak opšteprihvaćene vizije razvoja turizma kao privredne grane
- Nepostojanje Turističke organizacije BD BiH – DMO
- Nepostojanje prostornog plana BD BiH za period nakon 2017.godine
- Bosna i Hercegovina na međunarodnom tržištu nije poznata kao turistička destinacija, a time ni Brčko distrikt BiH
- Još uvijek je nedovoljno osmišljena i uspostavljena prostorno urbanistička regulativa većine postojećih i budućih turističkih sadržaja (centara), proistekla iz nedovoljne saradnje Vladinih institucija i interesnih grupa u turizmu Brčko distrikta BiH
- Nedovoljna zaštita i održavanje glavnih prirodnih i kulturnih resursa, te pravno i organizaciono pozicioniranje i finansiranje institucija koje su vezane svojim djelatnostima uz ove resurse
- Nedovoljna iskorišćenost kulturno-istorijskog naslijeđa kao resursa, odnosno nepostojanje svijesti o kulturnom naslijeđu kao potencijalu za razvoj
- Nedovoljno primjenjivanje zakona i kaznene politike na području životne sredine (divlje deponije), te nepostojanje akcijskog plan energetske održivog razvoja;
- Nedostatak savremenih puteva, kao i turističke putne signalizacije
- Ograničeni statistički podaci i analiza prikupljanja podataka za strateško planiranje
- Skupa i nestimulirajuća kreditna sredstva za stvaranje adekvatne turističke ponude
- Nedovršen proces privatizacije ili slučajevi loše sprovedene privatizacije.

Strategija razvoja BD BiH 2021.-2027.

Pripadajuće mjere za realizaciju Prioriteta I.3. Razvoj Turizam

Mjera 1.3.2. Organizaciono i kadrovsko jačanje sektora turizma, kojom se predviđa uspostavljanje jedinstvenog destinacijskog upravljačkog tijela – **DMO** (Destination Management Organization) u skladu s najboljim praksama koje karakteriše sistemski pristup i partnerstvo javnog i privatnog sektora u upravljanju organizacijom.

Mjera 1.3.3. Izgradnja turističko-rekreativne infrastrukture, koja podrazumijeva cijeli niz pojedinačnih aktivnosti/projekata, koje je potrebno razraditi i uključivati u planove kapitalnih investicija, po prioritetima i dinamici koji će u znatnoj mjeri biti opredijeljeni preporukama za razvoj glavnih turističkih brendova BD BiH (Mjera 1.3.1. Strateško profiliranje i turističko brendiranje BD BiH).

Nekoliko mjera koje mogu uticati na podsticajno okruženje u sektoru turizma:

Mjera 1.1.1. Podrška za poslovanje privrede i oporavak od posljedica pandemijske krize

Mjera 1.1.2. Sistemska podrška preduzetništvu mladih i

Prioritet 1: Razvoj preduzetništva i malih i srednjih poduzeća
 Prioritet 2: Razvoj poljoprivrede i ruralnih područja
 Prioritet 4: Privlačenje investicija
 Prioritet 5: Razvoj tržišta rada

Pregled strateških prioriteta za podsticajno okruženje:

Strateški prioriteti za podsticajno okruženje	Prioritet 4.1. Unapređenje pravnog i regulatornog okvira kako bi se omogućila konkurentnost industrije i održivi rast i kreirala politika zasnovana na kvalitetnim podacima (statistika, istraživanja i analiza podataka)
	Prioritet 4.2. Zaštititi životnu sredinu, očuvati prirodu i promovisati održivost
	Prioritet 4.3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju
	Prioritet 4.4. Unapređenje turističke infrastrukture

3.4.2. Glavni izazovi za podsticajno okruženje za održivi rast turizma

Dosadašnje analize, fokus grupe koje su organizirane sa turističkim akterima na državnom nivou, kao i provedene ankete i istraživanja u BD BiH, ukazuju da turizam još uvijek nije prepoznat kao značajna privredna grana, te je stoga potrebno učiniti više kako bi se razumijevanje vrijednosti turizma za lokalni razvoj podiglo na viši nivo. Zato je svijest o promoviranju vrijednosti i koristi turizma itekako potrebna.

Konsultacije sa akterima zainteresiranim za ovu strategiju ukazale su na nekoliko oblasti koje će se uzeti u obzir kao strateški prioriteti u okviru stuba podsticajnog okruženja, čiji je sažetak dat u nastavku.

Kako bi se odgovorilo na utvrđene izazove, u nastavku je dat niz prioriteta i mjera koji će voditi ka razvoju politike u području turizma, za period trajanja strategije koji završava 2027. godine.

3.4.3. Strateški prioriteti i mjere za podsticajno okruženje za održivi rast turizma

Kako bi se ubrzao rast i poboljšala konkurentnost industrije turizma u BiH, odnosno u BD BiH, u nastavku su date smjernice za postizanje usklađenije politike i pravnog okvira, koji podržava i unapređuje poslovni učinak, privlači investicije i dovodi do otvaranja novih radnih mjesta.

To će se postići kroz sljedeća pet prioriteta i dvanaest mjera:

Glavne aktivnosti u okviru reforme politika koje su glavni akteri predložili u okviru fokus grupa na državnom nivou, uključujući i odgovore onlajn upitnika za BD BiH:

- Promocija i poticanje ulaganja u turizam
- Donijeti Prostorni plan razvoja turizma Brčko distrikta BiH
- Formiranje Turističke organizacije BD BiH
- Uspostavljanje sistema upravljanja razvojem turizma - DMO
- Motivirati preduzetnike da se uključe i registruju u oblasti ruralnog turizma
- Provesti zahtjeve zaštite okoliša za pružaoce turističkih usluga
- Poboljšati i uskladiti prikupljanje podataka i statistiku za ciljne svrhe strateškog planiranja
- Napraviti standardizirane propise za turooperatore avanturističkog turizma kojima se pojašnjavaju sigurnosni protokoli, zahtjevi u pogledu certifikacije, edukacije i usavršavanja, itd.
- Unaprijediti turističku statistiku i dostupnost podataka, razvrstanih po spolu
- Provoditi ankete turista i analizirati podatke prema demografskim i drugim karakteristikama
- Uspostaviti registar pružalaca usluga u turizmu, uz obavezno prikupljanje podataka o dobnoj i spolnoj strukturi vlasništva i rokovodećih struktura
- Unaprijediti i integrisati sistem turističkog informisanja, uključujući mrežu smeđe turističke signalizacije, kako bi se povećala aktivnost turista tokom boravka na destinaciji i time se potakla dodatna potrošnja.

1. Unapređenje pravnog i regulatornog okvira kako bi se omogućila konkurentnost industrije i održivi rast i kreirala politika zasnovana na kvalitetnim podacima (statistika, istraživanja i analiza podataka)
2. Zaštititi životnu sredinu očuvati prirodu i promovisati održivost
3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranja
4. Unapređenje turističke infrastrukture

Prioritet 4.1. Unapređenje pravnog i regulatornog okvira kako bi se omogućila konkurentnost industrije turizma i održivi rast i kreirala politika zasnovana na kvalitetnim podacima (statistika, istraživanje i analiza podataka)

Turizam je djelatnost koja se za uspjeh oslanja na saradnju između različitih sektora i industrija. Shodno tome, formuliranje politike turizma zahtijeva saradnju svih vladinih institucija i industrije turizma, kroz efikasnu saradnju između javnog i privatnog sektora. To se može pretočiti u formalne radne odnose između ministarstava, odnosno različitih sektorskih odjeljenja kao i u strukturirane radne grupe za formuliranje politika sastavljene od zainteresiranih strana koje predstavljaju čitav lanac vrijednosti u turizmu. Ovo partnerstvo trebalo bi da vodi donošenju politika i formuliranju zakona i propisa.

Siva ekonomija i dalje predstavlja značajan problem u BiH, odnosno u BD BiH i zahtijeva dodatne napore u budućnosti, kako bi se poduzetnici motivirali da formaliziraju i registriraju svoje poslovanje, što će ih dovesti u okvire reguliranog rada i pružiti mogućnosti budućeg rasta, kao i poboljšati pristup finansijama na osnovu dokumentiranih poslovnih rezultata.

U periodu pripreme strategije utvrđeno je nekoliko oblasti za reformu politike i regulative (vidi sliku).

Budući da je turizam industrija koja se brzo mijenja i zbog obimnosti i broja politika i propisa koji utiču na širok lanac vrijednosti u turizmu, povoljniji propisi i politike za sektor turizma zahtijevaju detaljniju i stalnu analizu postojećih propisa kako bi se preporučile odgovarajuće promjene, putem konsultacija između javnog i privatnog sektora. To treba učiniti tako što će se svi relevantni akteri uključiti u predlaganje, izradu, izmjene i donošenje zakona i podzakonskih akata. Stoga je potrebna bolja komunikacija i koordinacija između privatno-javnog, javno-javnog i privatno-privatnog sektora.

U BiH statistički podaci su ograničeni, nepouzdati i ne prikupljaju se na odgovarajući način. Statističke informacije ukazuju da bi potrošnja u okviru ulaznog turizma mogla da pokrije više od pola trenutnog deficita bilansa plaćanja BiH, što je dosta diskutabilno s obzirom na stanje statistike u turizmu, koja bi se morala redefinisati i modernizovati i tek takva uvesti u praksu, jer je postojeća statistička metodologija zastarjela i neefikasna, tako da su podaci vezani npr. za ostvarena noćenja i dužinu boravka turista i sada relativno tačni. Javnom sektoru je važno da dobije sveobuhvatne i stvarne podatke o koristima turizma, dok su, s druge strane, privatnom sektoru (a posebno marketinškim agencijama) ovi podaci izuzetno važni za planiranje turizma i ulaganje u ovaj sektor. Satelitski račun turizma (TSA) predstavlja najadekvatnije rješenje za uspostavljanje kvalitetnog prikupljanja podataka. TSA predstavlja standardni statistički okvir i glavni alat za ekonomsko mjerenje turizma. Prema UNWTO-u, TSA spada u domen Agencije za statistiku BiH, pa to može funkcionirati samo u saradnji između relevantnih vlasti u

U cilju boljeg planiranja u turizmu, donošenja odluka koje direktno ili indirektno utiču na razvoj turizma, neophodno je oslanjati se na pouzdane podatke.

Detaljno istraživanje pružit će informacije o različitim važnim pokazateljima, poput ponašanja posjetilaca na destinaciji, obrazaca potrošnje, učinka poduzeća i potreba za ljudskim resursima.

Nadalje, pružit će važne podatke kreatorima politika za utvrđivanje posebnih područja formuliranja politike i ulaganja potrebnih radi povećanja konkurentnosti destinacije.

Jedan od glavnih uslova za efikasno donošenje odluka, informiran razvoj politike i odgovarajućih marketinških strategija u oblasti turizma, kao i privlačenje investicija je dostupnost pouzdanih i transparentnih statističkih podataka. Da bi se razumio doprinos turizma društvu i uvjerile vlade i kreatori politika da se ozbiljnije pozabave ovim sektorom, potrebno je mjeriti njegov ekonomski značaj, direktni, indirektni i inducirani uticaj na radna mjesta, BDP, trgovinu i investicije na globalnom nivou, i to kroz Satelitski račun turizma (TSA), koji može ekstrapolirati konkretne podatke za BD BiH. Osim toga, lokalni turistički objekti trebaju organima vlasti bolje izvještavati o svojim gostima kako bi olakšali bolje planiranje kampanja i pružanje lokalnih uslugarazličitim važnim pokazateljima, poput ponašanja posjetilaca na destinaciji, obrazaca potrošnje, učinka poduzeća i potreba za ljudskim resursima. Nadalje, pružit će važne podatke kreatorima politika za utvrđivanje posebnih područja formuliranja politike i ulaganja potrebnih radi povećanja konkurentnosti destinacije. Jedan od glavnih uslova za efikasno donošenje odluka, informiran razvoj politike i odgovarajućih marketinških strategija u oblasti turizma, kao i privlačenje investicija je dostupnost pouzdanih i transparentnih statističkih podataka.

Indikator	Izvor	Polazna vrijednost (godina)	Ciljna vrijednost
Poslovno okruženje	WEF ⁸	3.4 (2019)	4.5

Detaljnije o predloženoj mjeri:

Mjera 4.1.1. Razmotriti mogućnosti za unapređenje statistike u turizmu

Unutar ove mjere predviđa se i aktivno učešće BD BiH u budućim aktivnostima unapređenja statistike u turizmu, a koja se planira inicirati od strane Agencije za statistiku na nivou države i entiteta. To može uključivati učešće na sastancima sa entitetskim ministarstvima i agencijama za statistiku, aktivnostima lobiranja i sl.

Jedan od glavnih uvjeta za efikasno donošenje odluka, informisan razvoj politike i razvoj odgovarajućih marketinških strategija u oblasti turizma, kao i privlačenja ulaganja je dostupnost pouzdanih i transparentnih turističkih podataka. Stoga, detaljno istraživanje će pružiti informacije o različitim važnim pokazateljima, kao što su dolazak posjetitelja na destinaciju, obrasci potrošnje, učinci preduzeća i potrebe za ljudskim resursima. Kreatorima politika će pružiti važne podatke za utvrđivanje posebnih područja za koju treba formulisati politike, kao i potrebnih ulaganja radi povećanja konkurentnosti destinacije.

Prioritet 4.2. Zaštititi životnu sredinu, očuvati prirodu i promovisati održivost

Ekološki aspekt turizma temelji se na očuvanju prirodnih resursa te edukaciji svih učesnika o aspektima, važnosti i primjeni ekoloških načela u turizmu. Takav koncept razvoja turizma teži optimalnom ekonomskom efektu, uz minimalno degradiranje životne sredine. Turizam zasnovan na zaštićenim kulturnim i prirodnim područjima veliki je i rastući dio ekonomije mnogih zemalja, pa bi trebao biti i dio ekonomije Brčko distrikta BiH. Održivi turizam unapređuje i čuva prirodnu i kulturnu baštinu zemlje, te poboljšava kvalitet života u BD BiH.

UVRŠTAVANJE ODRŽIVOSTI U RAZVOJ TURIZMA U FBIH

Prioritet je pružanje održive avanture zasnovane na prirodi i autentičnih kulturnih iskustava. Naši prioriteti obuhvataju poštivanje i dobrobiti našeg naroda, očuvanju naše kulture, kao i očuvanju naših historijskih i prirodnih dobara. I dok se pridržavamo načela održivosti, ključno je očuvati naše resurse za buduću generaciju, a to je dobro i za poslovanje.

Principi održivosti u turizmu

Principi održivosti odnose se na okolišne, ekonomske i društveno-kulturne aspekte razvoja turizma, te se mora uspostaviti odgovarajuća ravnoteža između ove tri dimenzije kako bi se garantirala njegova dugoročna održivost. U skladu s tim, održivi turizam mora:

- poštovati društveno-kulturnu autentičnost zajednica domaćina, očuvati njihovu izgrađenu i živu kulturnu baštinu i tradicionalne vrijednosti i doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji
- osigurati održive, dugoročne ekonomske aktivnosti, čime se pružaju društveno-ekonomske koristi svim zainteresiranim stranama, uključujući stabilno zapošljavanje i mogućnosti ostvarivanja zarade i socijalnih usluga u zajednicama domaćinima, te doprinositi ublažavanju siromaštva
- optimalno iskoristiti okolišne resurse koji predstavljaju ključni element razvoja turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodne baštine i biološke raznovrsnosti.

Održivost podrazumijeva da će razvoj turizma uravnotežiti ekonomsku održivost, očuvanje okoliša i društvene uticaje. Dugoročni uspjeh industrije turizma je moguć ako vlasnici poduzeća i pružaoci turističkih usluga budu djelovali kao čuvari okoliša i usvoje kvalitetne prakse.

Zaštita okoliša

Turizam zasnovan na zaštićenoj prirodi veliki je i rastući dio ekonomije mnogih zemalja, pa tako treba biti i u BD BiH. Intenzivan razvoj turizma, posebno masovnog, može imati negativan uticaj na životnu sredinu. Zbog toga, svako planiranje turizma i uređenje životne sredine moraju zadovoljavati visoke ekološke standarde, kako ne bi došlo do negativnih posljedica po okolinu, te kako bi turizam bio održiv.

Planiranje i razvoj turizma na turističkim destinacijama, između ostalih mjera, mora uključivati izradu studija uticaja na životnu sredinu. Zakonodavstvo BD BiH u području turizma ne uključuje posebne ekološke zahtjeve. Uopšteno, postoji nedostatak upravljanja životnom sredinom i regulative iz oblasti životne sredine kada je u pitanju sektor turizma. Da bi se zaštitila najvrednija turistička dobra BD BiH, njegova netaknuta priroda, potrebno je sprovesti sveobuhvatan pregled konkretnih koraka koje treba preduzeti kako bi se uredila degradacija životne sredine i smanjio sve veći pritisak na životnu sredinu u osjetljivim područjima. To zahtijeva regulatorni okvir, saradnju između entitetskih i opštinskih nivoa vlasti i svijest javnosti. Trenutno postoje mali ili nikakvi zahtjevi, sertifikati ili podsticaji za:

- prikupljanje informacija o pritiscima na okoliš, koji proizlaze iz turističkih aktivnosti;
- praksa promoviranja odgovornog korištenja vodenih i energetske resursa;
- očuvanje krhkih ekosistema i prirodnog okruženja proglašavanjem zaštićenih područja;
- uspostavilo održivo rješenje za rješavanje pitanja otpada nastalog kroz turističke aktivnosti;
- korištenje recikliranih ili „zelenih“ proizvoda;
- smanjenje bacanja hrane;
- uspostavljanje zona bez plastike i promoviranje okolišno prihvatljivih praksi i oznaka;
- promoviranje certificiranja održivosti poduzeća, koja se bave turizmom;
- smanjenje emisije ugljika i zagađenja.

Očuvanje i formalna zaštita prirodnih područja Brčko distrikta BiH i njihov značaj za razvoj turizma

Zaštićena područja mogu doprinijeti privredi destinacije i razvoju održivog korištenja njenih prirodnih resursa i usluga ekosistema. Odgovarajuća zaštita, dobro isplanirane turističke aktivnosti i infrastruktura od vitalnog su značaja za adekvatno upravljanje svakim zaštićenim područjem uz ravnotežu između očuvanja i korištenja. Stoga je potrebno pažljivo planiranje i jača saradnja između povezanih sektora turizma, okoliša, urbanizma, transporta, istraživanja, planiranja i razvoja, počevši od koordinacije na nivou strateškog planiranja i politike.

Potencijalna zaštićena područja	
1. Prirodni turistički potencijali BD BiH	a) obala Save
	b) zona Ficibajer
	c) zona Maoča
	d) zona ispod Bijele
2. Šume u blizini	Satorovića
	Maoče
	Rašljanske rijeke
	Brčkog
3. Prirodni spomenici:	a) hidrološki spomenik „Stara voda“ u Ražljevu
	b) izvor „Kaluderovac“ u Bijeloj
	c) geomorfološki spomenik „Mračna špilja“ u Bijeloj

Prostorni plan BD BiH (2007-2017) je istekao, a novi još uvijek ne postoji. Ovaj krovni strateški dokument može poslužiti kao osnova za definiranje korištenja prostora, kao i za planove razvoja koji će se na njega naslanjati u oblasti prirodnih dobara, korištenja zemljišta i zaštite.

Indikator	Izvor	Polazna vrijednost (godina)	Ciljna vrijednost
Održivost okoliša	WEF	4.3 (2019)	5

Mjera 4.2.1. Uvesti principe održivosti i certifikaciju za turističke destinacije i preduzeća

Certifikati o održivom turizmu pokazuju održivo poslovanje poduzeća, destinacija i zaštićenih područja i sve više dobijaju na značaju, a posebno zbog izazova koje su donijele klimatske promjene, gubitak biološke raznolikosti i pandemija COVID-19. Osim doprinosa održivosti, turistička poduzeća sa zelenim certifikatima mogu ostvariti veći profit s obzirom da turisti sve više biraju destinacije, smještaj i turistička poduzeća koja posjeduju zelene i održive certifikate. Usvajanjem sistema nagrada i certificiranja promovirale bi se i potaknule održive aktivnosti u području turizma, te bi se poboljšalo brendiranje destinacija i njihova privlačnost. Certifikacija zelenog turizma pružit će fokus i obrazac preduzećima i drugim subjektima za jačanje proizvod,a te će povećati njihovu konkurentnost na domaćem i međunarodnom tržištu. Što se tiče nivoa destinacija, certificirani proizvodi će ojačati konkurentnost industrije turizma i dodati vrijednost ukupnoj ponudi proizvoda stvaranjem većeg povjerenja u proizvode BD BiH među posjetiocima i turoperatorima. Procesom certifikacije naglasak će se staviti i na pokretanje centara za razvoj održivih turističkih poduzeća/grupa klastera, u skladu sa priznatim standardima kvaliteta.

Globalno vijeće za održivi turizam (GSTC) daje jasne, međunarodno priznate kriterije i smjernice za razvoj na nivou destinacije, kao i na nivou poduzeća i sadržane su u cijelom ovom dokumentu. Certifikacija u pogledu ovih kriterija može se promovirati kao dobra praksa kojoj industrija turizma treba težiti, zajedno sa drugim specijaliziranim certifikacijama za parkove prirode, putničke agencije, subjekte koji se bave avanturističkim turizmom i smještajne kapacitete.

Prednosti GSTC kriterija za razvoj industrije turizma

GSTC kriteriji pružaju osnovne smjernice za veću održivost poduzeća u oblasti turizma svih veličina te za pružanje pomoći destinacijama, vladama i drugim zainteresiranim stranama u izradi programa za održivi turizam. GSTC kriteriji su dosljedni UNWTO-ovoj definiciji održivog turizma kao turizma koji bi trebao:

- optimalno iskoristiti okolišne resurse koji predstavljaju ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodnih resursa i biološke raznolikosti.
- poštovati društveno-kulturnu autentičnost zajednica domaćina, očuvati njihovu izgrađenu i živu kulturnu baštinu i tradicionalne vrijednosti i doprinijeti međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
- osigurati održive, dugoročne ekonomske aktivnosti, čime se pružaju i pravično dodjeljuju društveno-ekonomske koristi svim akterima, uključujući stabilno zapošljavanje i mogućnosti ostvarivanja zarade i socijalnih usluga u zajednicama domaćinima, te doprinositi ublažavanju siromaštva.
- održivi razvoj turizma zahtijeva informirano učešće svih relevantnih aktera, kao i snažno političko vodstvo kako bi se osiguralo šire učešće i postizanje konsenzusa. Postizanje održivog turizma je kontinuiran proces i zahtijeva stalno praćenje uticaja te uvođenje neophodnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kad god je to potrebno.
- održivi turizam također treba održavati visok nivo zadovoljstva turista i turistima pružiti značajno iskustvo, podići njihovu svijest o pitanjima održivosti te među njima promovirati održivu turističku praksu.

Prioritet 4.3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju

Ulaganja u turističku infrastrukturu, proizvode i iskustva, razvoj ljudskih resursa u turizmu i marketing su prijeko potrebni za dinamičan sektor turizma. Prioritetne oblasti za ulaganja trebale bi uključivati inicijative koje dodaju vrijednost i podržavaju diversifikaciju turističke ponude BD BiH. Budući da većinu poduzeća u području turizma čine mikro, mala i srednja poduzeća (MMSP), treba izraditi programe podrške kako bi im se pomoglo u pristupu finansijama za pokretanje, ali i rast poslovanja. U mnogim slučajevima MMSP, međutim, imaju poteškoća u pristupu kapitalu za finansiranje pokretanja i rasta poduzeća ili obrtnog kapitala. Pristup finansijama je posebno otežan ženama koje često imaju manje pristupa kolateralu a banke upravo poduzetnicama češće traže kolateral nego poduzetnicima⁹.

Banke ovaj sektor smatraju rizičnim i zahtijevaju visoke garancije. Osim nedovoljne spremnosti, bankama nedostaju i dovoljne tehničke sposobnosti ili svijest da pružaju adekvatne usluge ovom sektoru, pa se stoga fokusiraju samo na mali dio velikih poduzeća, često u vlasništvu ulagača s prihodima iz drugih industrija.

Zainteresirane strane u turizmu ukazale su na potrebu za posebnom podrškom, kao što je:

- kreiranje garantnih programa, odnosno fondova namijenjenih sektoru turizma radi svođenja rizika kreditnih institucija na najmanji nivo.
- davanje subvencija za ubrzanje ulaganja i promocija raspoloživih poticaja putem online portala, kao i putem regionalnih i lokalnih razvojnih organizacija
- izgradnja kapaciteta MSP za pripremu uspješnijih zahtjeva za dobijanje finansijskih sredstava i poticanje banaka da omoguće lakše kreditiranje sektoru turizma.

⁹ Izvor: BiH, Ažurirana dijagnostika zemlje, Svjetska banka, 2020

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/11561591353775302/pdf/Bosnia-and-Herzegovina-Systematic-Country-Diagnostic-Update.pdf>

Indikator	Izvor	Polazna vrijednost (godina)	Ciljna vrijednost
Direktne strane investicije u turizmu	FIPA	X (2019)	Povećanje za %
Broj novoregistrovanih firmi u turističkom sektoru		X (2019)	%

U okviru ovog prioriteta preporučuju se sljedeće mjere:

Mjera 4.3.1. Kreirati listu prioriternih mogućnosti za investiranje u turizam i plan promocije

U okviru ove mjere treba da se izradi detaljan popis dostupnih turističkih mogućnosti /projekata koji su spremni za ulaganje, kako bi se kroz javno-privatna partnerstva privukli investitori iz privatnog sektora. Takođe, neophodno je izraditi jasan plan promocije ulaganja i u skladu sa istim, organizirati prezentacije i promocije ulaganja na različitim sajmovima / poslovnim susretima i forumima kako u Bosni i Hercegovini, tako i regionu.

Mjera 4.3.2. Pružiti dijaspori mogućnosti ulaganja u turizam kroz osmišljavanje posebnih uvjeta i finansijskih programa

Istraživanja pokazuju da je turizam jedan od najatraktivnijih sektora za ulaganje za bh. dijasporu. Cilj ove mjere je da se pripreme bolje namjenske aktivnosti promocije mogućnosti ulaganja usmjerene na dijasporu.

81% ispitanika smatra da je sektor turizma u BiH atraktivan za ulaganja, dok je 16% ispitanika već uložilo u BiH.

Izvor: [IZVJESTAJ-Uloga-i-potencijal-iseljenstva-u-razvoju-turizma-u-BiH-.pdf \(mhr.gov.ba\)](#)

Za privlačenje ulaganja u sektor turizma potrebno je poduzeti sljedeće aktivnosti:

- utvrditi potencijalne investitore iz dijaspore
- provesti informativne kampanje preko organizacija dijaspore i ambasada, u cilju promocije ulaganja u turizam u BiH
- pružiti pomoć investitorima putem one stop shop-a, s ciljem olakšavanja procesa registracije i dobijanja dozvola

Mjera 4.3.3. Poboljšati mogućnosti javno-privatnog partnerstva za ulaganja

Za unapređenje postojećih turističkih dobara i infrastrukture potrebna su značajna finansijska ulaganja i poslovne vještine da se njima uspješno upravlja na jedan održiv i profitabilan način.

Ovom se strategijom nastoji mobilizirati kapital privatnog sektora i inovacije u upravljanju za uvođenje novih ili poboljšanje postojećih praksi upravljanja dobrima u javnom vlasništvu. Većina turističkih dobara u javnom vlasništvu kojima i upravlja javni sektor spadaju u kategorije prirodnih i kulturnih dobara. Osim nedostatka kapitala i stručnosti za upravljanje turističkim dobrima u javnom sektoru, dvosmislenost politika koje se odnose na javno-privatna partnerstva, dodatno usložnjava postojeće stanje. Nadalje, iako je Agencija za promociju stranih investicija (FIPA) zainteresirana za promociju ulaganja u turizam, nedostaju joj budžetska sredstva ili zbog zastarjelog modela marketinga nema kapaciteta da dopre do potencijalnih investitora. Tokom perioda strategije trebale bi se provesti sljedeće aktivnosti:

Ovom se strategijom nastoji mobilizirati kapital privatnog sektora i inovacije u upravljanju za uvođenje novih ili poboljšanje postojećih praksi upravljanja dobrima u javnom vlasništvu.

- izvršiti procjenu pravnog i regulatornog okvira kako bi se javno-privatna partnerstva omogućila

- procijeniti institucionalne kapacitete vladinih agencija da koriste različite modele javno-privatnog partnerstva radi komercijalizacije turističkih dobara u javnom vlasništvu
- utvrditi potencijalna dobra u javnom vlasništvu za moguće dogovore o javno-privatnim partnerstvima u sektoru turizma
- izgraditi kapacitet različitih vlasti u oblastima formulacije, javnog nadmetanja i sklapanja potencijalni ugovora o javno-privatnim partnerstvima u sektoru turizma (koncesije, najmovi, itd.)
- obavijestiti strane i domaće investitore o mogućnostima ulaganja u dobra u javnom vlasništvu i olakšati realizaciju ulaganja
- osigurati da svako ulaganje u dobra u javnom vlasništvu prati odgovarajuću procjenu okolišnog i društvenog uticaja, kao i uslove očuvanja kulturnih i prirodnih dobara

Za unapređenje pristupa finansiranju, predlažu se sljedeće mjere:

Mjera 4.3.4. Omogućiti lakše pokretanje biznisa i poslovanje preduzeća iz turističkog sektora (poseban fokus na poslovne ideje za manje razvijene proizvođačke regije, i zelenu ekonomiju)

Turistički sektor se suočava sa brojnim izazovima, kada su u potrebi za finansijskim sredstvima. Ovi problemi su posebno izraženi u periodu nakon pandemije korona virusa. Cilj ove mjere je da se omogući uspostavljanje održivog pristupa finansiranju MSP-a iz sektora turizma.

Moguća aktivnost obuhvata iniciranje razgovora sa relevantnom razvojnom banke ili slično, s ciljem identifikacije mogućnosti kreiranja posebne linije za start-up u turizmu.

Prioritet 4.4. Unapređenje turističke infrastrukture

Efikasan kopneni prevoz koji je pristupačan turistima predstavlja osnovnu potrebu i u velikoj mjeri doprinosi ukupnom doživljaju turista. Osim toga, važan element u privlačenju i usluživanju rastućeg tržišnog segmenta individualnih putnika koji za putovanja koriste svoje automobile je obezbjeđivanje odgovarajućih znakova za usmjeravanje i signalizacije na cijeloj turističkoj destinaciji.

Postoji potreba za ulaganja u infrastrukturu u cilju poboljšanja sveukupnog iskustva posjetilaca, posebno u pogledu izgradnje i sanacije saobraćajne infrastrukture, izrade i postavljanje turističke signalizacije, posebno u ruralnim dijelovima BD BiH.

Neki od primjera su:

- povećanje dostupnosti i kvalitete javnih toaleta na turističkim mjestima i atrakcijama, koji će se naplaćivati i koji će biti u privatnom vlasništvu
- unapređivanje ključnih lokacija kulturne baštine i istorijskih građevina u cilju privlačenja posjetilaca i razmatranje upravljanja ovim lokacijama kroz privatni sektor ili druge oblike javno-privatnog partnerstva
- infrastrukturnim projektima i nadogradnja postojeće imovine prema zelenim standardima
- povećanje ulaganja u planinarsku, pješačku i biciklističku infrastrukturu, Luku Brčko za pristanak turističkih brodova i sl.

Mjera 4.4.1. Unaprijediti i razviti turističku infrastrukturu i suprastrukturu

Prvi koraci predviđaju izradu baze podataka neophodnih projekata turističke infrastrukture i suprastrukture, njeno redovno ažuriranje i promociju za potrebe javno-privatnog partnerstva. Ova baza podataka može da posluži i kao konsultativno sredstvo za procjenu stanja potreba turističke infrastrukture, investicionih projekata i statusa započetih infrastrukturnih projekata, koja može biti koordinisana sa Agencijom za unapređenje stranih

investicija u BiH - FIPA i drugim relevantnim institucijama (Vlada BD BiH, javna i privatna preduzeća itd.).

Služba za turizam će održavati redovne koordinacione sastanke sa privatnim sektorom s ciljem dobivanja informacija sa terena.

4. KLJUČNI STRATEŠKI PROJEKTI

Ključni strateški projekti su intervencije od najvećeg značaja i imaju višestruki efekat na razvoj turizma. Kao strateški projekti u tekućem razdoblju izdvajaju se projekti ruralnog turizma, odnosno projekti koji će se provoditi u ruralnim područjima. Turizam u ruralnim područjima uključuje aktivnosti na otvorenom i te su intervencije ključne. Ovakva ulaganja utiču na razvoj turizma na ovom području, a svakako utiču i predstavljaju temelj za pokretanje drugih projekata.

Cijeli prostor Brčko distrikta BiH treba uređivati u pravcu privlačne turističke destinacije, namijenjeno prvenstveno gostima srednje, ali i visoke kupovne moći, podjednako povoljne za bijeg od stresova i svakodnevnice, kao i za aktivni porodični odmor i izlete (jedno- i višednevne).

Potrebno je završiti proces turističke signalizacije na terenu, uključiti se u razvojne infrastrukturne projekte koje su u nadležnosti drugih Odjeljenja i Institucija (planiranje biciklističkih staza, planinarskih sadržaja, lovno-ribolovne infrastrukture za potrebe lovnog i ribolovnog turizma). Objediniti i unaprijediti sadržaja ruralnog prostora i kreirati nove proizvode turizma u selima. Uključiti se sa drugim nadležnim Institucijama u markiranje, planiranje i izgradnju najatraktivnijih lokacija u gradu za potrebe turizma (Ficibaer, Fazanerija, stalne muzejske i galerijske postavke kao trajni sadržaj, Turističko-informativni centar, i dr.). Nastaviti aktivnosti za definisanje osnivanja Turističke organizacije/zajednice Brčko distrikta BiH.

Strateški projekti Strategije razvoja turizma BD BiH:

1. Mogao bi da se kandiduje projekat za razvoj ruralnog turizma pod naslovom **"Preporod tajanstvenog Distrikta"**
2. U najkraćem roku **donijeti Prostorni plan razvoja turizma Brčko distrikta BiH.**
Neophodno je da se urade **master planovi** za svaki segment turističke ponude (Ficibaer – sportsko-rekreativni kompleks, Fazanerija – lovište, Petkovača – izletnički turizam, kao i ostali prostori od turističkog značaja).
3. Postaviti **turističku signalizaciju** koja bi obuhvatila, kako područje uže gradske zone, tako i okolinu.

5. PROVJERA UNUTRAŠNJE I MEĐUSOBNE USKLAĐENOSTI STRATEŠKIH DOKUMENATA

Ciljevi i prioriteti su usklađeni i sa Okvirom za Ciljeve održivog razvoja u Bosni i Hercegovini, putem kojeg BiH, kao članica UN, sprovodi Agendu 2030. Oni se nalaze na pravcu **Pametnan rast**, u okviru akceleratora 5: Pametno upravljanje prirodnim resursima i životnom sredinom. Na taj način su usklađeni i sa odgovarajućim ciljevima održivog razvoja na globalnom nivou.

Prioriteti i mjere u okviru strateških ciljeva razvoja turizma usklađeni su sa drugim relevantnim, već usvojenim strateškim dokumentima u Brčko distriktu BiH za ovaj strateški period, kao što je **Strategija razvoja Brčko distrikta BiH 2021–2027. godina.**

Takođe, kroz strateške ciljeve koji se odnose na razvijanje kvalitetnog ljudskog kapitala i programe stvaranja podsticajnog okruženja za razvoj poslovnih inicijativa u brojnim granama privrede, pa tako i u turizmu, uključujući mjere za žene, mlade i osobe sa invaliditetom,

samozapošljavanja, ova Strategija ispunjava zahtjeve neophodne koordinacije sa drugim Odjeljenjima u cilju dalje saradnje u implementaciji.

6. OKVIRNI FINANSIJSKI PLAN

Indikativni finansijski okvir predstavlja okvirna sredstva potrebna za provedbu definiranih mjera, dajući pregled potencijalnih izvora sredstava.

Za realizaciju Strategije razvoja turizma Brčko distrikta BiH u periodu 2022-2027. planirano je ukupno **1.575.000,00 KM**

INDIKATIVNI FINANSIJSKI OKVIR					
ZA PERIOD VAŽENJA STRATEŠKOG DOKUMENTA					
Redni broj i oznaka	Struktura	Ukupno	Budžet BDBiH	Ostali izvori	
	finans.	(KM)	(KM)	(KM)	Naziv potencijalnog izvora
	(%)*				
I. S.C.: TRANSFORMACIJA RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA	18,73	295.000	295.000	50.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
I.1.1. P: Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude		295.000	295.000	50.000	
I.1.1.1. M: Stimulisati razvoj smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu kroz dva predložena modela: (1) Sistem katunskog turizma i (2) Sistem etno-pansiona ili seoska turistička radinost		100.000	100.000		
I.1.1.2. M: Podržati razvoj gastro ponude i tradicionalnih iskustava kao turističkih proizvoda		50.000	50.000		
I.1.1.3. M: Raditi na uvezivanju relevantnih sadržaja sa ruralnim turizmom (gastro, zanati, kulturna baština, sportske aktivnosti)		20.000	20.000		
I.1.1.4. M: U saradnji sa međunarodnim projektima, raditi na edukaciji pružaoca usluga ruralnog turizma		25.000	25.000	50.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
I.1.1.5. M: Podržati razvoj promocije ponude u oblasti ruralnog turizma prema domaćim i stranim gostima (uključujući dijasporu)		100.000	100.000		
2. S.C.: UNAPREĐENJE DESTINACIJSKOG	34,92	550.000	550.000	180.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ

MARKETINGA					
2.1.P: Brendirati lokaciju		200.000	200.000	100.000	
2.1.1. M: Razvijanje brenda i njegovo pozicioniranje na način da se jasno predstave atraktivnost i privlačnost Brčko distrikta BiH		200.000	200.000	100.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
2.2.P: Povećati privlačnost destinacije		300.000	300.000	50.000	
2.2.1. M: Osnovati Turističku organizaciju Brčko distrikta BiH, sa jasnom operativnom i funkcionalnom ulogom, finansijskom strukturom		300.000	300.000	50.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
2.3. P: Diverzifikacija prodajnih i distribucionih kanala		50.000	50.000	30.000	
2.3.1. M: Uspostavljanje i razvoj kanala prodaje i distribucije između poslovnih subjekata		50.000	50.000	30.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
3.S.C.: RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA	28,57	450.000	450.000	180.000	UNDP, IPA, USAID
3.1. P: Izgradnja kapaciteta za razvoj ljudskih resursa		300.000	300.000	100.000	
3.1.1. M: Profesionalno umrežavanje kroz međunarodne sajmove, konferencije i događaje		300.000	300.000	100.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
3.2. P: Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u oblasti turizma		95.000	95.000	50.000	
3.2.1. M: Pобољшanje dostupnosti stručnih i obučenih turističkih vodiča		40.000	40.000	25.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
3.2.2. M: Pokretanje programa obuke za seoski turizam, MSP u turizmu, i sl.		30.000	30.000	15.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
3.2.3. M: Unapređivanje pripremljenosti mladih i učenika za karijeru u turizmu		25.000	25.000	10.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
3.3. P: Usavršavanje postojećih kadrova putem formalnog i neformalnog obrazovanja i obuke na radnom mjestu		55.000	55.000	30.000	
3.3.1. M: Razvijanje kvalitetnih programa i nastavnog plana za turizam i ugostiteljstvo		30.000	30.000	10.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ

3.3.2. M: Pokretanje kratkih neformalnih kurseva usmjerenih na industriju radi poboljšanja izvrsnosti usluga		25.000	25.000	20.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
4. S.C.: UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST	17,77	280.000	280.000	90.000	UNDP, IPA, USAID
4.1. P: Unapređenje pravnog i regulatornog okvira kako bi se omogućila konkurentnost industrije turizma i održivi rast i kreirala politika zasnovana na kvalitetnim podacima (statistika, istraživanje i analiza podataka)		10.000	10.000		
4.1.3. M: Razmotriti mogućnosti za unapređenje statistike u turizmu		10.000	10.000		
4.2. P: Zaštititi životnu sredinu, očuvati prirodu i promovisati održivost		30.000	30.000	30.000	
4.2.2. M: Uvesti principe održivosti i certifikaciju za turističke destinacije i poduzeća		30.000	30.000	20.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
4.3. P: Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju		90.000	90.000	20.000	
4.3.1. M: Kreirati listu prioritetnih mogućnosti za investiranje u turizam i plan promocije		10.000	10.000	5.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
4.3.2. M: Pružiti dijaspori mogućnosti ulaganja u turizam kroz osmišljavanje posebnih uvjeta i financijskih programa		20.000	20.000	10.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
4.3.3. M: Poboljšati mogućnosti javno-privatnog partnerstva za ulaganja		50.000	50.000		
4.3.4. M: Omogućiti lakše pokretanje biznisa i poslovanje preduzeća iz turističkog sektora (poseban fokus na poslovne ideje za manje razvijene proizvode/regije, i zelenu ekonomiju)		10.000	10.000	5.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ
4.4. P: Unapređenje turističke infrastrukture		150.000	150.000	50.000	
4.4.1. M: Unaprijediti i razviti turističku infrastrukturu i suprastrukturu		150.000	150.000	50.000	UNDP, IPA, USAID, GIZ

Ukupno iz strateškog dokumenta					
PREGLED PO IZVORIMA					
Budžetska sredstva, KM	Kreditna sredstva, KM	Sredstva EU i drugih donatora, KM	Ostale donacije, KM		

7. OKVIR ZA PROVOĐENJE, PRAĆENJE, IZVJEŠTAVANJE I VREDNOVANJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA

7.1. Koordinacija provođenja

Za koordinaciju provođenja Strategije razvoja turizma Brčko distrikta BiH za period 2022-2027. godine odgovorno je Odjeljenje za privredni razvoj sport i kulturu. Koordinacija provođenja Strategije uključuje sljedeće aktivnosti:

- izrada i redovno ažuriranje trogodišnjeg plana za provođenje mjera, uz učešće nosilacaprovođenja mjera i učesnika u sprovođenju mjera;
- izrada godišnjeg plana za provođenje mjera;
- uključivanje troškova za implementaciju planiranih mjera u Dokument okvirnog budžeta Brčko distrikta BiH i godišnjeg budžeta BD BiH;
- komunikacija sa predstavnicima međunarodnih projekata, institucija BD BiH, banaka i ostalih organizacija i institucija u vezi sa koordinacijom finansijske i tehničke podrške za provođenje odgovarajućih mjera;
- priprema i primjena sistema i instrumenata za monitoring i izvještavanje o Strategiji, u koordinaciji sa nosiocima mjera;
- izrada Izvještaja o realizaciji Strategije (trogodišnje);
- pokretanje procesa srednjoročne i konačne evaluacije provođenja Strategije;
- revizija Strategije u skladu sa rezultatima srednjoročne evaluacije;
- pokretanje i vođenje procesa izrade Strategije za period nakon 2027. godine

7.2. Finansiranje provođenja

Osim redovnih sredstava iz budžeta Brčko distrikta BiH, sredstva za provođenje mjera iz Strategije osigurati će se iz sljedećih izvora:

- sredstva međunarodnih projekata, donatorskih programa i raznih oblika finansijske i tehničke potpore,
- kreditna sredstva domaćih / međunarodnih finansijskih institucija,
- sredstva privrednih subjekata i istraživačko-razvojnih institucija,
- direktna strana ulaganja i slično.

Treba naglasiti da za provođenje pojedinih aktivnosti nisu potrebna dodatna sredstva, jer se provode u okviru redovnih aktivnosti nadležnih institucija Brčko distrikta BiH.

Sredstva za provedbu pojedinih mjera nisu precizno definirana, s obzirom da vrijednosti zavise od raspoloživih sredstava iz budžeta BD BiH i/ili vrijednosti i oblika podrške (tehničke i finansijske podrške) koja će se pružati kroz provedbu domaćih i međunarodnih projekata.

7.3. Monitoring, evaluacija i izvještavanje o napretku i provođenju Strategije

Monitoring služi za sistematično i kontinuirano prikupljanje, analiziranje i korišćenje podataka i indikatora radi mjerenja napretka provođenja mjera, prioriteta i ciljeva, u svrhu izvještavanja o provođenju Strategije i preduzimanja odgovarajućih mjera radi eventualnih korekcija.

Monitoring provođenja Strategije

Praćenje realizacije Strategije će vršiti Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu Brčko distrikta BiH. Treba imati u vidu da sredstva uložena u turizam najčešće zahtijevaju duže vrijeme provedbe, te su očekivani i povratni efekti sporiji. Poželjno je da se periodično (polugodišnje) organizuju naučne i stručne rasprave koje će davati ocjene o stanju, problemima i napretku u turizmu.

Plan praćenja

Aktivnost	Vremenski okvir	Nosilac aktivnosti	Rezultat aktivnosti
Početna vrijednost indikatora za 2019. (2020.)	Druga polovina 2022.	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu Brčko distrikta BiH	Određene početne vrijednosti indikatora za 2019. (2020.), uz mogućnost izmjene vrijednosti ciljeva
Praćenje provođenja i uticaja pojedinačnih projekata u okviru mjera i prioriteta	Polugodišnje i u okviru sastanaka nosilaca provođenja mjera, sa nosiocima projekata	Nosioci provođenja mjera sa nosiocima projekata	Izveštaj o provođenju pojedinačnih projekata (prema unaprijed dogovorenoj formi)
Praćenje provođenja prioriteta i mjera	Godišnje		Pripremljeni ulazni elementi za izveštaj o realizaciji Strategije
Praćenje provođenja strateških ciljeva	Godišnje		Izveštaj o realizaciji Strategije

Poseban izazov mogu predstavljati informacije o provođenju projekata koji su finansirani iz različitih izvora i realizovani od organizacija koje nisu direktno angažovane po osnovu provođenja Strategije, ali čije aktivnosti utiču na strateške ciljeve. Zbog toga je potrebna redovna razmjena informacija o provođenju projekata sa širim krugom subjekata.

Evaluacija se radi sa ciljem utvrđivanja stepena provođenja Strategije, te efektivnosti i efikasnosti planiranih mjera i prioriteta prema definisanim ciljevima i indikatorima, kao i sumiranje rezultata i obezbjeđenje ulaznih elemenata za strateški dokument za naredni planski period.

Sistem monitoringa i evaluacije koji će obuhvatiti sve ciljeve, prioritete i mjere će se postepeno izgraditi, na osnovu čega će biti izvršena srednjoročna i konačna evaluacija. Sistem će obuhvatiti sljedeće instrumente i alate koji olakšavaju i ubrzavaju proces monitoringa i evaluacije:

Razvoj i izrada interaktivne baze podataka za monitoring i evaluaciju Strategije;
Razvoj instrumenata za monitoring i evaluaciju za izabrane mjere;

Plan evaluacije

Aktivnosti	Vremenski okvir
Srednjoročna evaluacija	Prva polovina 2025. godine
Završna evaluacija	2028. godina

8. PRILOZI

PRILOG I: INDIKATIVNI FINANSIJSKI OKVIR

I) Indikativni finansijski okvir (primjer)

INDIKATIVNI FINANSIJSKI OKVIR ZA PERIOD VAŽENJA STRATEŠKOG DOKUMENTA					
Oznaka strateškog cilja, prioriteta i mjere	Struktura finansiranja (u %)*	Ukupno (KM)	Budžet institucije (KM)	Ostali izvori	
				(KM)	Naziv potencijalnog izvora
1. Strateški cilj	%				
1.1. Prioritet	%				
1.1.1. Mjera					
1.1.2. Mjera					
1.2. Prioritet	%				
1.2.1 Mjera					
1.2.2 Mjera					
2. Strateški cilj	%				
2.1. Prioritet	%				
2.1.1. Mjera					
Ukupno iz strateškog dokumenta**	100%				
PREGLED PO IZVORIMA (iznosi u KM i procenti) ujednačiti kolone sa planiranjem					
Budžetska sredstva		Kreditna sredstva		Sredstva EU	
KM		KM		KM	
%		%		%	

* Struktura učešća finansiranja (u %) prioriteta i strateških ciljeva u ukupnom iznosu finansiranja strateškog dokumenta.

** Struktura finansiranja po izvorima finansiranja.

Napomena: Sredstva za finansiranje strateškog dokumenta se zasnivaju na projekcijama dostupnih i očekivanih finansijskih sredstava u momentu izrade strateškog dokumenta.

2) Sažeti pregled strateškog dokumenta (primjer)

SAŽETI PREGLED STRATEŠKOG DOKUMENTA				
Redni broj i oznaka	NAZIV	Indikatori i finansijski izvori		
I. Strateški cilj		Indikatori strateškog cilja	Polazne vrijednosti indikatora*	Ciljne vrijednosti indikatora**
		Budžet (KM)	Ostali izvori (KM)	Ukupno (KM)
I.I. Prioritet		Indikatori prioriteta	Polazne vrijednosti indikatora	Ciljne vrijednosti indikatora
		Budžet (KM)	Ostali izvori (KM)	Ukupno (KM)
I.I.I. Mjera		Indikatori mjere	Polazne vrijednosti indikatora	Ciljne vrijednosti indikatora
		Budžet (KM)	Ostali izvori (KM)	Ukupno (KM)

* Kolona „Polazne vrijednosti indikatora“ odnosi se na godinu izrade strateškog dokumenta.

** Kolona „Ciljne vrijednosti indikatora“ se obično odnosi na posljednju godinu provedbe strateškog dokumenta.

PRILOG 2: TERENSKA ISPITIVANJA

Terenska ispitivanja putem ankete u četiri mjesne zajednice: **Štrepći, Buzekara, Rašljani i Skakava Gornja**

Mjesna zajednica: **Štrepći**

Površina: **897 ha**

Broj stanovnika: **1.000**

Udaljenost od grada: **20 km**

Kvalitet putne komunikacije koja vodi prema gradu Brčko: **asfalt**

Kvalitet cesta u području MZ: **makadam**

Ekološka očuvanost: **odlična**

Raspoloživost i brojnost sportsko-rekreativnih sadržaja: **mali sportski tereni, pješačke i planinarske staze, lovačka kuća, uređeno izletište**

Raspoloživost biciklističkih staza: **mauntin-bajk staza**

Raspoloživost pješačkih staza: **20-tak km**

Raspoloživost planinarskih staza: **20-tak km**

Da li ste spremni da izdate jedan dio Vaših smještajnih porodičnih kapaciteta (sobe, kuće, vikendice) za potrebe turista: **DA**

	Broj porodica	Broj soba	Broj kreveta
Smještaj sa posebnim TWC	10	10	30
Smještaj sa zajedničkim TWC	10	10	30
Korišćenje pitke vode	DA		
Autentičan namještaj i upotrebnih predmeta kojima su se ljudi nekada služili / koristili	DA		
Zbirka predmeta i oruđa tradicionalnih zanimanja	DA		
Aktivan odmor:			
- zemljoradnja	DA		
- voćarstvo	DA		
- ribarstvo	DA		
- pčelarstvo	DA		
Tradicionalni zanati:			
- kovači	DA		
- kazandžije			

Da li u Vašoj MZ imate organizovana kulturno–umjetnička društva, udruženja lovaca i slične organizacije koje bi mogle doprinijeti turističkoj prezentaciji:

- **Lovačko društvo**
- **Kulturno–umjetničko društvo (Seoska folklorna sekcija)**
- **Planinarsko društvo**
- **Omladinski klub**

Napomena: Po potrebi dopisati sadržaje, mogućnosti i druge zanate koji nisu predviđeni anketom:

- **Stari zanati (proizvođači bruseva, belegija, tocila)**

Mjesna zajednica: **Buzekara**

Površina:

Broj stanovnika: **500**

Udaljenost od grada: **12 km**

Kvalitet putne komunikacije koja vodi prema gradu Brčko: **asfaltni put**

Kvalitet cesta u području MZ: **dobar**

Ekološka očuvanost: **odlična**

Raspoloživost i brojnost sportsko-rekreativnih sadržaja: **igralište za djecu, odbojku i fudbal**

Raspoloživost biciklističkih staza: **mauntin-bajk**

Raspoloživost pješačkih staza: velika **dužina pješačkih staza**

Raspoloživost planinarskih staza: /

Da li ste spremni da izdate jedan dio Vaših smještajnih porodičnih kapaciteta (sobe, kuće, vikendice) za potrebe turista: **DA**

	Broj porodica	Broj soba	Broj kreveta
Smještaj sa posebnim TWC	-	-	-
Smještaj sa zajedničkim TWC	I	I	5
Korišćenje pitke vode	DA		
Autentičan namještaj i upotrebnih predmeta kojima su se ljudi nekada služili / koristili	DA		
Zbirka predmeta i oruđa tradicionalnih zanimanja	DA		
Aktivan odmor:			
- zemljoradnja	DA		
- voćarstvo	DA		
- ribarstvo	-		
- pčelarstvo	DA		
Tradicionalni zanati:			
- kovači			
- kazandžije			

Da li u Vašoj MZ imate organizovana kulturno–umjetnička društva, udruženja lovaca i slične organizacije koje bi mogle doprinijeti turističkoj prezentaciji:

- **Lovačko udruženje**
- **Omladinski klub**

Napomena: Po potrebi dopisati sadržaje, mogućnosti i druge zanate koji nisu predviđeni anketom:

- **Stari elektro mlin**

Mjesna zajednica: **Rašljani**

Površina:

Broj stanovnika: **1.750**

Udaljenost od grada: **25 km**

Kvalitet putne komunikacije koja vodi prema gradu Brčko: **Asfalt**

Kvalitet cesta u području MZ: **makadam**

Ekološka očuvanost: **Dobra**

Raspoloživost i brojnost sportsko-rekreativnih sadržaja: **Fudbalski/Nogometni stadion, mali poligon, planinarske staze, uređeno izletište**

Raspoloživost biciklističkih staza: **Ne**

Raspoloživost pješačkih staza: **10 km**

Raspoloživost planinarskih staza: **10 km**

Da li ste spremni da izdate jedan dio Vaših smještajnih porodičnih kapaciteta (sobe, kuće, vikendice) za potrebe turista: **DA**

	Broj porodica	Broj soba	Broj kreveta
Smještaj sa posebnim TWC	-	-	-
Smještaj sa zajedničkim TWC	I	2	10
Korišćenje pitke vode	DA		
Autentičan namještaj i upotrebnih predmeta kojima su se ljudi nekada služili / koristili	DA		
Zbirka predmeta i oruđa tradicionalnih zanimanja	DA /kovački alati/		
Aktivan odmor:			
- zemljoradnja	DA		
- voćarstvo	DA		
- ribarstvo	-		
- pčelarstvo	DA		
Tradicionalni zanati:			
- kovači	DA		
- kazandžije			

Da li u Vašoj MZ imate organizovana kulturno–umjetnička društva, udruženja lovaca i slične organizacije koje bi mogle doprinijeti turističkoj prezentaciji:

- **Omladinski klub**

Napomena: Po potrebi dopisati sadržaje, mogućnosti i druge zanate koji nisu predviđeni anketom:

Mjesna zajednica: **Skakava Gornja**

Površina:

Broj stanovnika: **2.031** (1981. god.), **1.991** (1991. god.) / **262 kuće**

Udaljenost od grada: **20 km**

Kvalitet putne komunikacije koja vodi prema gradu Brčko: **Asfalt**

Kvalitet cesta u području MZ: **Asfalt (80%)**

Ekološka očuvanost: **Izuzetna**

Raspoloživost i brojnost sportsko-rekreativnih sadržaja: **Malo i veliko igralište**

Raspoloživost biciklističkih staza: **mauntin-bajk**

Raspoloživost pješačkih staza: **više pješačkih staza**

Raspoloživost planinarskih staza: **više planinarskih staza**

Da li ste spremni da izdate jedan dio Vaših smještajnih porodičnih kapaciteta (sobe, kuće, vikendice) za potrebe turista: **DA – u najmanje 50 kuća**

	Broj porodica	Broj soba	Broj kreveta
Smještaj sa posebnim TWC	20	20	40
Smještaj sa zajedničkim TWC	80	80	80
Korišćenje pitke vode	DA		
Autentičan namještaj i upotrebnih predmeta kojima su se ljudi nekada služili / koristili	DA		
Zbirka predmeta i oruđa tradicionalnih zanimanja	DA /u svakoj kući ponešto/		
Aktivan odmor:			
- zemljoradnja	DA		
- voćarstvo	DA		
- ribarstvo	DA (pecanje)		
- pčelarstvo	DA		
Tradicionalni zanati:			
- kovači	DA		
- kazandžije	DA		

Da li u Vašoj MZ imate organizovana kulturno–umjetnička društva, udruženja lovaca i slične organizacije koje bi mogle doprinijeti turističkoj prezentaciji:

- **KUD „ORA“ – 1946. god.**
- **Lovačka udruga „Zlatna lisica“**
- **Etno radionica „MAME“ – H. U. Ž.**
- **Radionica mladih**
- **Nogomataški i odbojkaški klub**

Napomena: Po potrebi dopisati sadržaje, mogućnosti i druge zanate koji nisu predviđeni anketom:

- **Speleologija – Nekoliko neistraženih jama**
- **Rekreativno – zdravstveno – sportsko jahanje**
- **Reli mauntin-bajk**
- **Skupljanje ljekovitog bilja i gljiva; branje i sušenje šljiva i pečenje rakije**
- **Branje lipe i koprive za čajeve**
- **Vodeničarenje i komušanje kukuruza**
- **Sve vrste sporta i rekreacije itd.**

PRILOG 3: PROSTORNE POTREBE SEGMENTA TURIZMA U BD BIH

Prostorne potrebe segmenta turizma u Brčko distriktu BiH

Segment turističke ponude	Prostorne potrebe	Trenutni prostorni kapaciteti	Potrebni prostorni kapaciteti
Poslovni turizam	Smještajni kapaciteti višeg standarda (konferencijske sale, multimedijalne sale, biblioteka, jacuzzi, spa, sauna, beauty saloni, rekreativni prostori), sajmovi, izložbeni prostori, muzeji	Smještajni kapacitet hotelskog, apartmanskog i pansioniskog tipa	- Unapređenje postojećih hotelskih jedinica u hotele visokog standarda (izgradnja potrebnih pratećih sadržaja u neposrednom okruženju) - Formiranje poslovno-interesnih sadržaja - Izgradnja objekata kulturnog značaja (muzej, galerija)
Sportsko-rekreativni turizam	Stadion, sportska dvorana, sportski tereni (mali fudbal, košarka, odbojka, tenis, golf), fitness centri, spa i wellness centri, zatvoreni i otvoreni bazeni, biciklističke i pješačke staze, zelene površine za rekreaciju (šetanje, trčanje, vježbanje), izletnički prostori,	Stadion, sportska dvorana, teniski tereni, teren za mali fudbal, otvoreni bazen, mali broj pješačkih staza uz rijeku, neuređene zelene površine	- Uređenje postojećih objekata sportsko-rekreativnog karaktera (gradski stadion, sportski tereni) - Uređenje gradskog dijela Save – Ficibaer (marina, gradsko kupalište, golf teren, urbana rekreacija) - Uređenje zone rijeke Tinje (izletničke i biciklističke staze, rekreativni sadržaji) - Uređenje postojećeg gradskog bazena i izgradnja zatvorenih bazena - Izgradnja wellness i spa centra - Formiranje biciklističkih i pjašačkih staza uz obale rijeke Save
Ruralni turizam	Atraktivne ambijentalne cjeline, adekvatna infrastruktura; saobraćajna dostupnost; adekvatni smještajni kapaciteti	Potencijali – seoska područja u blizini uže gradske zone, zainteresovanost lokalnog stanovništva da dio svog imanja stave u turističke svrhe, nepostojanje adekvatnog smještajnog kapaciteta	- Izrada pravilnika o korištenju ruralnih prostora u skladu sa zaštitom životne sredine - Izgradnja adekvatne infrastrukture - Formiranje adekvatnih smještajnih kapaciteta
Manifestacioni turizam	Sajamski prostori, plesna dvorana, otvoreni amfiteatralni prostor, koncertna dvorana, pozorište, sala za video projekcije, alternativni smještajni kapaciteti za masovnije događaje	Alternativni sajamski prostor, Dom kulture, otvoreni gradski prostori (trgovi i parkovi) koji nisu u potpunosti iskorišteni u manifestacione svrhe	- Izgradnja adekvatnog sajamskog prostora - Izgradnja pozorišta (ljetno pozorište – amfiteatar na otvorenom) - Izgradnja adekvatne muzičke i plesne dvorane (video projekcije) - Formiranje otvorenog prostora za koncerte - Adaptacija postojećih industrijskih kompleksa za potrebe masovnijih manifestacija (smještaj, koncerti, pozorišne predstave, performansi)
Turizam posebnih interesa	Lovišta na krupnu i sitnu divljač, ribolovišta, planinske	Problem miniranih područja,	- Uklanjanje mina sa područja od turističkog značaja - Izrada planske dokumentacije o

	maršrute i staze, penjačnice, padobranska skočišta, paraglajding, izletišta,	neuređeni ribolovački prostori	zaštićenim područjima ▪ Formiranje ribnjaka ▪ Izgradnja pratećih ugostiteljsko-smještajnih kapaciteta ▪ Uređenje gradskog dijela Save – Ficibaer (ribolovište) ▪ Uređenje lokaliteta Petkovača kao potencijalnog rezervata prirode i vrijednog resursa širokih razvojnih mogućnosti ▪ Uređenje lokaliteta Fazanerija kao značajne lovačke i eko turističke destinacije ▪ Uređenje obronaka planine Majevice i formiranje adekvatnih smještajnih jedinica za potrebe planinarenja, paraglajdinga, padobranstva
--	---	--------------------------------------	---

PRILOG 4: EVIDENCIJA GRADITELJSKOG NASLJEĐA U BD BIH

Evidencija graditeljskog nasljeđa u Brčko distriktu BiH

A) Nacionalni spomenici Bosne i Hercegovine na području distrikta Brčko BiH

1. Objekti za koje su donesene odluke o proglašenju nacionalnim spomenicima:

- Vijećnica u Brčkom, istorijska građevina
- Katolička crkva Presvijetlog Srca Isusova, graditeljska cjelina
- Kuća Kočića, istorijska građevina
- Savska (Atik) džamija, mjesto i ostaci graditeljske cjeline
- Gradašćevića kula sa avlijom u Bijeloj, graditeljska cjelina
- Azizija džamija u Brezovom polju, mjesto i ostaci graditeljske cjeline
- Islahijet, graditeljska cjelina
- **Cincarsko groblje, Bijela, naselje Kalajdžije**

2. Dobra koja su upisana na Privremenu listu:

- Ambijentalna cjelina Srpska varoš
- Crkva Uspenja Bogorodičinog
- Dom mladih
- Hotel Posavina
- kuća u ulici Jovana Dučića br. 11
- kuća u ulici Ratka Krpića br. 35
- objekat u ulici Pavla Gajića br. 15
- Posavska banka
- poslovni objekat u ulici Bulevar mira br. 10
- poslovni objekat u ulici Bosne srebrne br. 7
- Prva pošta
- stambeni objekat u ulici Milana Cvijanovića br. 16
- stambeno-poslovni objekat na Trgu mladih
- stambeno-poslovni objekat na uglu ulica Bosne srebrne i dr Dušana Miloševića
- stambeno-poslovni objekat u ulici Jovana Dučića br. 24
- stambeno-poslovni objekat u ulici Pavla Gajića br. 1
- Trgovačka akademija
- vila u Njegoševoj ulici br. 3
- Zemaljska banka
- objekat sa mansardom na Trgu mladih
- zgrada u ulici Bosne srebrne 3.

Dobra za koja su podneseni zahtjevi (peticije) za proglašenje nacionalnim spomenikom:

- Stambeno-poslovna zgrada (Palata Palestina) u ulici Konačko brdo 2-8
- Rahićka džamija
- Ostaci zidova porušenog franjevačkog samostana u Gornjoj Skakavi
- Hadži-pašina džamija - Kolobarska, Drvenija
- Čaršijska džamija Brka
- Džedid džamija - Bijela džamija
- Džamija Šatorovići
- Džamija Ćoseti – stara
- Džamija Rašljani
- Džamija Palanka
- Džamija Omerbegovača
- Džamija Ograđenovac
- Džamija Maoča Stara
- Džamija Maoča Nova

- Džamija Čande
- Džamija Dizdaruša
- Džamija Brod
- Džamija Brka Stara

B) Graditeljsko nasljeđe na užem gradskom području (prema podacima iz Urbanističkog plana za Brčko, poglavlje Valorizacija kulturno-istorijskog nasljeđa):

- Zgrada Turskog konzulata, zadužbina Krsmanovića, iz 1865. godine
- Zgrada Vijećnice, projekat arhitekta Viteka iz 1892. godine
- Zgrada opštinske bolnice, iz 1886. godine
- Katolička crkva sagrađena 1883. godine, projekat Karla Pařika
- Hotel "Posavina" iz 1891. godine
- Poslovno-stambeni jednospratni objekat, Trg mladih broj 5, upisan u gruntovnicu 1918. godine
- Stambeno-poslovna zgrada na Trgu mladih, simetrične dispozicije sa centralnim ulazom, balkonom i mansardnim istakom, upisana u gruntovnicu 1888. godine
- uglovnica koja dužom fasadom izlazi na Ulicu Jelenke Voćkić, a bočnim krilima na Bulevar mira
- Pravoslavna Crkva Uspenja Bogorodice, iz 1932. godine
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 2
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 4
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 6
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 11
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 13
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 10
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 12
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 16
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 18
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 20
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 22
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 24
- Objekat u ulici Vuka Stefanovića Karadžića 31
- Objekat u ulici Jelenke Voćkić 8
- Objekat u ulici Jelenke Voćkić 7
- Objekat u ulici Jelenke Voćkić 3
- Objekat u ulici Jelenke Voćkić 1
- Objekat u ulici Jovana Dučića 2
- Zgrada Trgovačke akademije (1923), Bulevar mira 14
- Zgrada Šumarije, Bulevar mira
- Objekat u Bulevaru mira 32
- Objekat u ulici Islahijet 8
- Prva pošta, ulica Islahijet 9 na uglu sa Danila Kiša
- Objekat u ulici Islahijet 11 i 13
- Objekat u ulici Islahijet broj 1 - objekat Doma mladih
- Objekat na uglu ulice Kantardžića i Pere Marjana
- Objekat na Trgu mladih, parna strana, P+I
- Objekat na Trgu mladih, parna strana P+I
- Objekat na Trgu mladih, parna strana P+I
- Objekat u ulici Bosne Srebrne 9
- Objekat u ulici Bosne Srebrne 3
- Objekat na uglu ulica Bosne Srebrne i Laze Kostića
- Objekat na uglu Trga Mladih i Laze Kostića
- Objekat u ulici Jove Jovanovića Zmaja 27
- Zemaljska banka, ulica Katardžića 2

- Objekat u ulici Konačko brdo (brojevi od 2 do 8) i Safeta Bega Bešlagića
- Objekat u ulici Konačko brdo 10
- Objekat u ulici Rizaha Štetića 34, ugao sa ulicom Mujdanovača

C) Spomen obilježja u Brčkom:

- na ušću Brke u Savu, obilježeno paljenje šlepera natovarenih za Njemačku;
- na Savskom mostu, obilježeno strijeljanje Srba, Jevreja i drugih antifašista od ustaša;
- Spomenik srpskim dobrovoljcima u Prvom svjetskom ratu,
- na kući Gojka Sekulića u ulici Slavka Bašića, obilježeno održavanje sastanaka Mjesnog komiteta KPJ Brčko i održavanje veze sa Sreskim i Oblasnim komitetom KPJ, koja nije otkrivena u toku cijelog rata;
- na dijelu zgrade u ulici J. J. Zmaja, obilježeno održavanje Druge konferencije Socijalističke radničke partije (komunista) na kojoj su izabrani delegati za Drugi kongres u Vukovaru, a to su: Meho Ahmetović, Mihajlo Hajduk i Filip Filipović;
- u Grčici, spomen obilježje braći Ćuskić.

D) Graditeljsko nasljeđe na vangradskom prostoru

- Azizija džamija, Brezovo polje, podignuta 1862. godine
- Gradašćevića kula, Bijela, kraj 18. ili početak 19. vijeka

E) Arheološki lokaliteti na području distrikta Brčko:

Praistorija:

- Lokalitet Brdo, selo Gornja Lovišta
- Lokalitet Brdo – nasip, selo Boče
- Lokalitet Brezovo polje, selo Brezovo Polje
- Lokalitet Drenov do, selo Donji Vukšić
- Lokalitet Kamenik, selo Donji Vukšić
- Lokalitet Tuk, selo Donji Vukšić
- Lokalitet Bara, selo Gornji Vukšić
- Lokalitet Kućište, selo Gornji Vukšić
- Lokalitet Kulište, selo Boderište
- Lokalitet Ostjenak, selo Gornja Grbavica
- Lokalitet Baščurine, selo Ulice
- Lokalitet Boljikovica, selo Krepšić
- Lokalitet Humka (praistorijsko utvrđenje), selo Krepšić
- Lokalitet Bara, selo Donja Skakava
- Lokalitet Barica, selo Dubrave
- Lokalitet Polje, selo Dubrave
- Lokalitet Baščurine, selo Ulice, Rogozan
- Lokalitet Grad (praistorijsko utvrđenje), selo Ulović
- Lokalitet Ljeskovac, selo Poljaci

Antika:

- Rimsko naselje, lokacija Atik džamije, Brčko
- Lokalitet Crkvine, selo Gornji Vukšić

Srednji vijek:

- Lokalitet Janjkuša, srednjovjekovno naselje, selo Donja Skakava
- Lokalitet Zidine, nekropola sa 5 stećaka u selu Gornja Skakava
- Lokalitet Kljenovci, dva stećka u selu Maoča,
- Nekropola sa 10 stećaka u selu Bijela
- Lokalitet Staro (Madžarsko) groblje, nekropola sa 6 stećaka u selu Štrijebci
- Lokalitet Njivice, praistorijska nekropola i srednjovjekovno naselje, selo Drenova
- Lokalitet Okučnica, praistorijsko i srednjovjekovno naselje, selo Donji Vukšić

- Lokalitet Tuk, srednjovjekovno naselje, selo Donji Vukšić
- Mađarsko groblje, srednjovjekovno groblje, selo Gornji Vukšić
- Fragment stećka, selo Ulice
- Ostaci stare urbane strukture u Brčkom
- Novi grad na Savi, Brčko

Planirane aktivnosti

a) istraživački radovi:

- rekognosciranje terena i evidentiranje objekata tradicionalne arhitekture u ruralnom području
- identifikovanje starih zanata i drugih oblika tradicionalnog privređivanja
- identifikovanje tradicionalnih pojava oblika nematerijalne baštine
- sistematska arheološka istraživanja na lokalitetima (*Tuk i Drenov dol*), na kojima postoje indicije bogatih nalaza iz kontinuiranog vremenskog perioda od praistorije do srednjeg vijeka
- istražiti mogućnosti očuvanja, razvoja i prezentacije nematerijalnog naslijeđa (stari zanati, takmičenje u muzi, takmičenje u kosidbi, vez, stari sportovi, usmena književnost, narodni instrumenti, jezik, vjerovanja ...)
- zbog nesrazmjernog interesa za očuvanje i prezentaciju kulturnih dobara na teritoriji Distrikta, objektivno i nepristrasno pristupiti valorizaciji dobara, kako u materijalnom, tako i u nematerijalnom obliku
- podstaći ubrzano predavanje (podnošenje) zahtjeva (peticija) za proglašenje nacionalnim spomenikom:
 - o Pravoslavnu crkvu u Gornjem Zoviku (Štrepcima)
 - o Pravoslavno groblje u Gornjem Zoviku (Štrepcima)
 - o Pravoslavno groblje u Srpskoj varoši, sa dvije posebnosti:
 - a) preseljenim starim jevrejskim grobljem u istom kompleksu
 - b) novom zadužbinom Branka Milinkovića, Amerikanca srpskog porijekla koji je imao velikog udjela u plasiranju ideje da Brčko postane Distrikt
- Nakića kulu u Brezovom Polju – Trnjacima
- objekat crkve u krugu bivšeg proizvodnog pogona "Majevica" kao zadužbina hadži Jove Tanaskovića (prijedlog za peticiju zajedno sa grobljem u Srpskoj varoši)
- istaći značaj i mjesto Brčkog u doba izgradnje i obnove sredinom XX vijeka
- izgradnja pruge Brčko – Banovići (može poslužiti kao izuzetna destinacija manifestacionog turizma /4. II. – godišnjica/; moguće je napraviti i muzejsku zbirku

b) sanacija i restauracija:

- potrebno je izvršiti sanaciju i restauraciju najznačajnijih spomenika graditeljskog naslijeđa unutar gradskog jezgra
- neophodno je i urgentno izvršiti sanaciju i konzervaciju sačuvanih objekata etno arhitekture
- potrebno je izvršiti sanaciju pokretnog naslijeđa arheološkog i etnološkog značaja

c) prilagođavanje novoj namjeni:

- neki od objekata graditeljskog naslijeđa koji više nisu u prvobitnoj funkciji, a u prvom redu oni koji se nalaze u užem istorijskom urbanom jezgri sa autentičnom stambeno-poslovnom namjenom, treba da se prilagode novoj namjeni koja bi bila usmjerena ka prezentaciji kulturnog naslijeđa: - stalna

muzejska postavka, depoi za etnološku; istorijsku i arheološku građu, turistički info punktovi, mali galerijski prostori, prodajni objekti specijalizovane namjene (rukotvorine, stari muzički instrumenti i njihove replike ...), restorani sa ponudom isključivo domaćih specijaliteta

- Gradaševića kula u Bijeloj podesna je za prilagođavanje novoj namjeni kulturno-edukativnog tipa, sa prezentacijom nematerijalnog nasljeđa
- nakon završenih sistematskih arheoloških istraživanja na lokalitetu Donji Vukšić, moguće je uspostaviti arheološki park sa replikama artefakata i simulacijom privređivanja, stanovanja i kulturnih radnji iz razdoblja iz kojih nalazi potiču
- nakon završenog rekognosciranja terena u smislu identifikovanja autentičnog etno graditeljstva, pokretnog nasljeđa sa etnografskom vrijednošću i svjedočanstava nematerijalne kulture, potrebno je i preporučljivo izvršiti prezentaciju ovog dijela kulturnog nasljeđa sa mogućnošću izrade replika i otvaranja specifičnih smještajnih kapaciteta sa mini muzejskim postavkama.

d) edukovanje turističkih vodiča

- **izrada Priručnika**
- **edukacija i licenciranje turističkih vodiča**

PRILOG 5: DETALJAN PREGLED MJERA

Veza sa strateškim ciljem	I. TRANSFORMACIJA RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA		
Prioritet	I.1. Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude		
Naziv mjere	<i>I.1.1. Stimulisati razvoj smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu kroz dva modela (1) Sistem katunskog turizma(2) Sistem etno pansiona ili seoska turistička radinost</i>		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je povećanje ponude kvalitetnih alternativa za smještaj u ruralnim područjima u kojima turisti ne očekuju boravak u hotelima visoke klase. To bi trebalo da se postigne kroz dva modela: • Sistem katunskog turizma koji ne utiče na okolinu i uklapa se u brend lokacije, ne narušava izgled ni karakter lokalnog područja, a s ciljem opcije za smještaj ili će ponuditi autentična iskustva i odgovoriti na potražnju cjenovnih kategorija. • Razvoj etno pansiona ili seoska turistička radinost		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	• Povećan broj smještajnih jedinica	-	10
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Poboljšana ponuda smještaja trebala bi da privuče više posjetilaca.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva		
Period implementacije mjere	2022 – 2027 (godišnje ažuriranje dokumenta/dokumenata)		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam, buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport I kulturu, Služba za turizam		

Veza sa strateškim ciljem	I. TRANSFORMACIJA RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA		
Prioritet	I.1. Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude		
Naziv mjere	<i>1.1.2. Podržati razvoj gastro ponude i tradicionalnih iskustava kao turistički proizvod</i>		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je podizanje standarda hrane i usluga i nivoa profesionalizma kroz razvoj gastro ponude u hotelima, restoranima i ugostiteljskim objektima u BD kako bi se zadovoljile potrebe zahtjevnih gostiju. To bi se postiglo kroz slijedeće aktivnosti: • Uraditi standardizaciju domaće /autentične kuhinje te tim ugostiteljskim objektima dati oznake domaćih/tradicionalnih • Uvođenje brendova lokalne gastronomije npr. Brčanska pita Jelena plata, San-Marco doručak, sa opisom proizvoda, porodica koja ih proizvodi, i sl. Oni mogu biti predstavljeni sa receptima ili proizvodnim procesom.		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Broj novih oznaka za domaće jelo	0	10
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Standardi i oznake kvaliteta hrane će povećati vidljivost ovih proizvoda i poboljšati njihovu integraciju u gastronomski lanac vrijednosti.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva		
Period implementacije mjere	2022 – 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam, buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam, buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Ciljne grupe	Proizvođači i prerađivači hrane, restorani, hoteli, strukovna udruženja		

Veza sa strateškim ciljem	I. TRANSFORMACIJA RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA		
Prioritet	I.1. Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude		
Naziv mjere	<i>I.1.3. Raditi na uvezivanju relevantnih sadržaja sa ruralnim turizmom (gastro zanati, kulturna baština, sportske aktivnosti)</i>		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	• Animirati nosioce zanatske radinosti i druge predstavnike (folklorna društva, sportske klubove i dr.) koji se mogu uvrstiti u prezentacije i predstavljanje kulturnih dobara baštine, prirode i sl.		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	5
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Uključeni predstavnici kućnih radinosti, zanatlije, kulturni radnici, sportisti u promociju ruralnog turizma		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam , buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam , buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Ciljne grupe	Udruženja koja postoje u selu, zanatlije i kulturni radnici		

Veza sa strateškim ciljem	I. TRANSFORMACIJA RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA		
Prioritet	I.1. Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude		
Naziv mjere	<i>I.1.4. U saradnji sa međunarodnim projektima raditi na edukaciji pružaoca usluga ruralnog turizma</i>		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Pripremiti projekte koji će tražiti partnerstvo sa međunarodnim donatorima (GIZ, USAID, UNDP, i dr.) u obuci pružaoca usluga u ruralnom području i integrisanju transfera znanja na jedinstven način		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	20
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Izvršene edukacije pružaoca usluga na više nivo i modula		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva, UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam , buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam , buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Ciljne grupe	Seoska domaćinstva, folklorne grupe, udruženja prirode, planinari, biciklisti i sl.		

Veza sa strateškim ciljem	I. TRANSFORMACIJA RAZVOJA TURISTIČKIH PROIZVODA		
Prioritet	I.1. Podržati razvoj ruralnog turizma i integraciju sa ostatkom turističke ponude		
Naziv mjere	<i>I.1.5. Podržati razvoj promocije ponude u oblasti ruralnog turizma prema domaćim i stranim gostima (uključujući dijasporu)</i>		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Ojačati saradnju sa dijasporom i njihove kontakte sa potencijalnim domaćim i stranim gostima		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	50
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Razvijen tržišno prepoznatljiv segment ruralnog turizma kako kod dijaspore Brčko distrikta BiH tako i potencijalnih domaćih i stranih gostiju		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam , buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam , buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Ciljne grupe	Seska domaćinstva, ugostiteljski objekti, udruženja u dijaspori		

Veza sa strateškim ciljem	2. UNAPREĐENJE DESTINACIJSKOG MARKETINGA		
Prioritet	2.1. Brendirati lokaciju		
Naziv mjere	2.1.1. Razvijanje brenda i njegovo pozicioniranje na način da se jasno predstave atraktivnost i privlačnost Brčko distrikta BiH		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Formiranje različitih atraktivnosti u Brčko distriktu i pozicioniranje na turističkom tržištu		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		3	5
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Razvijeni i brendirani proizvodi turizma u Brčko distriktu BiH koji će biti prepoznatljivi na tržištu i stvarati novu privlačnost za posjetu turista		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva, UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam, buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam , buduća Turistička organizacija BD BiH i sl.		
Ciljne grupe	Pružaoци turističkih i ugostiteljskih usluga, turoperateri i turističke agencije, Sajmovi turizma		

Veza sa strateškim ciljem	2. UNAPREĐENJE DESTINACIJSKOG MARKETINGA		
Prioritet	2.2. Povećati privlačnost destinacije		
Naziv mjere	2.2.1. Osnovati Turističku organizaciju Brčko distrikta BiH sa jasnom operativnom i funkcionalnom ulogom, finansijskom strukturom		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Pripremiti potrebne akte za osnivanje Turističke organizacije		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Akt o osnivanju TO BD BiH	0	1
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Osnovana Turistička organizacija Brčko distrikta BiH		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Vlada Brčko distrikta BiH		

Veza sa strateškim ciljem	2. UNAPREĐENJE DESTINACIJSKOG MARKETINGA		
Prioritet	2.3. Diverzifikacija prodajnih i distribucionih kanala		
Naziv mjere	2.3.1. Uspostavljanje i razvoj kanala prodaje i distribucije između poslovnih subjekata		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	- Ostvariti kontakte sa turističkim agencijama, turoperaterima i kreirati poslovnu politiku saradnje u prodaji turističkih aranžmana. - Cilj ove mjere je identifikovanje jedinstvenih prodajnih prijedloga i atributa različitih klastera, koji će se identifikovati i utvrditi. Ove mjere će se koristiti za privlačenje posjetilaca u različita područja Brčko distrikta BiH		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	5
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Uključenost posrednika u turizmu u prodaji turističkih aranžmana Brčko distrikta BiH		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Turističke organizacije, tur-operatori, smještaj, pružaoci usluga		

Veza sa strateškim ciljem	3. RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA		
Prioritet	3.1. Izgradnja kapaciteta za razvoj ljudskih resursa		
Naziv mjere	3.1.1. Profesionalno umrežavanje kroz međunarodne sajmove , konferencije i događaje		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	• Učestvovanje na međunarodnim sajmovima turizma, ugostiteljstva i poljoprivrede, konferencijama i događajima od značaja za umrežavanje i saradnju u turizmu		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	5
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Ostvarena saradnja sa predstavnicima turističkog sektora, predstavnicima međunarodnih i domaćih sajmova kao i učešće na konferencijama i događajima koji mogu doprinijeti saradnji predstavnika turizma na međunarodnom i domaćem planu		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Sajmovi, organizacije konferencija i događaja		

Veza sa strateškim ciljem	3. RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA		
Prioritet	3.2. Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u oblasti turizma		
Naziv mjere	3.2.1. <i>Poboljšanje dostupnosti stručnih i obučanih turističkih vodiča</i>		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je odgovoriti na problem nedostatka obučani turističkih vodiča organizovanjem obuke i unaprjeđenjem propisa kroz sljedeće aktivnosti: - Pojednostaviti procese obuke i registracije licenci u cilju povećanja broja stručno kvalifikovanih vodiča - Uvesti posebne licencirajuće certifikate za specijalizovane usluge vodiča, kao što su usluge vodiča u prirodi ili avanturističkim aktivnostima - Izraditi i promovisati usvajanje etičkog kodeksa za turističke vodiče u cilju obezbjeđenja profesionalnog ponašanja prema turistima i pružaocima turističkih usluga - Uspostaviti upravljački odbor koji čine predstavnici relevantnih organa u cilju pojednostavljenja procesa obuke - Kreirati i pokrenuti novi program obuke turističkih vodiča za sve vodiče, koje je obavezno završiti da bi se mogli registrovati i dobiti licence.		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	10
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Povećani broj profesionalnih turističkih vodiča bi trebao unaprijediti zadovoljstvo klijenata i rezultate u smislu boljeg imidža zemlje.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		

mjere	
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Ciljne grupe	Pojedinci i putničke agencije / tur-operatori

Veza sa strateškim ciljem	3. RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA		
Prioritet	3.2. Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapiošljavanja u oblasti turizma		
Naziv mjere	3.2.2. Pokretanje programa obuke za seoski turizam, MSP u turizmu i sl.		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je da ponudi specifični program obuke za vlasnike i menadžere malih i srednjih preduzeća koji se fokusira na najbolje prakse u razvoju MSP, njihovom upravljanju i poslovanju, što će se postići realizacijom sljedećih aktivnosti: Provođenje detaljne analize u cilju ublažavanja problema koji utiču na učešće MSP u turizmu. • Sprovesti obuku ciljanih službenika u javnom sektoru, edukatora, karijernih savjetnika, kao i menadžera i supervizora u turizmu. • Voditi kampanje svijesti u cilju promovisanja učešća u novim malim preduzećima u turizmu, posebno u ruralnim područjima, sa proširenim dosegom koji će uključiti i dijasporu koja bi se mogla motivisati da pokrene male firme koje će se baviti turizmom u BD BiH. • Podržati lokalna preduzeća kako bi im se omogućio pristup finansijskim sredstvima, uključujući javne programe podsticaja. • Pobrinuti se da edukatori i instruktori dobiju posebne komplete za orijentaciju i obuku koji će im pomoći u promovisanju MSP u turizmu i motivisanju studenata da prihvate MSP preduzetništvo u turizmu		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	20
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Povećati broj obučanih zaposlenih koji će stimulisati razvoj MSP, a koji će sa svoje strane stimulisati ukupni ekonomski razvoj turizma u BD BiH		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		

Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Ciljne grupe	Vlasnici i menadžeri MMSP i MSP u turizmu u ruralnim područjima, dijaspora koja bi mogla biti motivisana da ulaže u novoosnovane firme u turističkoj djelatnosti u BD BiH

Veza sa strateškim ciljem	3. RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA		
Prioritet	3.2. Generisanje dodatnog zapošljavanja i samozapošljavanja u oblasti turizma		
Naziv mjere	3.2.3. Unapređivanje pripremljenosti mladih i učenika za karijeru u turizmu		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je da pozicionira turizam kao karijeru prvog izbora za mlade, učenike, roditelje i lidere u zajednici, kroz realizaciju sljedećih aktivnosti: • Procijeniti praktične programe pripravnicičke obuke i angažovati industriju na identifikaciji interesa za pripravnicičke šeme, nedostatke šema i elemente potrebne za izgradnju održivih mehanizama. • Pripremiti projektne zadatke i smjernice za program. • Potpisati memorandum o razumijevanju "Partnerstvo za radna mjesta" između obrazovnih institucija (Univerziteta) i poslovnih subjekata u turizmu. • Pokrenuti i testirati program za proširenje ovih aktivnosti u cijeloj industriji		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Povećan broj mladih koji biraju karijeru u turizmu	-	-
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Popularizacijom poslova u turizmu i povećanjem spremnosti za karijeru u turizmu, više mladih i studenata će biti spremni uključiti se u tržište rada u turizmu i time dodatno ojačati ljudski kapital u turizmu.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		

Ciljne grupe	Učenici i studenti turizma, roditelji, vladini službenici, zaposleni u industriji i mediji		
Veza sa strateškim ciljem	3. RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA		
Prioritet	3.3. Usavršavanje postojećih kadrova putem formalnog i neformalnog obrazovanja i obuke na radnom mjestu		
Naziv mjere	3.3.1. Razvijanje kvalitetnih programa i nastavnog plana za turizam i ugostiteljstvo		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je povećanje kvantiteta i kvaliteta programa obrazovanja i obuke visokoškolskih i srednjoškolskih ustanova fokusiranjem na unapređenje nastavnih programa u skladu sa potrebama industrije i međunarodnim najboljim praksama, primjenom sljedećeg skupa aktivnosti: • Uspostavljanje upravljačkog sastanka ključnih aktera u obrazovanju na kojem će usvojiti, strukturisati i formatirati sveobuhvatan pregled nastavnih programa i planova. • Uspostavljanje okvira koji će omogućiti taj pregled. • Imenovati predsjedavajućeg i radnu grupu koja će podnositi izvještaj upravljačkom odboru • Izvršiti evaluaciju postojećeg nastavnog programa. • Omogućiti ponudu kurseva jezika zaposlenima u industriji. • Tržišno predstaviti i promovisati kurseve menadžerima i zaposlenima u industriji • Proširenje ponude kurseva na cijelu godinu • Nagraditi učesnike certifikatima • Vršiti monitoring i evaluaciju napretka programa u ispunjavanju ciljeva • Proširiti mrežu međunarodnih partnerstava kroz unapređenje nastavnog programa, metoda predavanja i istraživanja na obrazovnim institucijama. To bi moglo uključivati i dobijanje međunarodnog certifikata za univerzitete preko UNWTO TedQual certifikacije		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Broj zaposlenih koji su prošli obuke	0	25

Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Premostiti problem nedostatka zaposlenih usavršavanjem vještina i unapređenjem mobilnost radne snage
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ
Period implementacije mjere	2022 - 2027
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Ciljne grupe	Srednje škole i univerziteti koji nude programe u turizmu, predstavnici privatnog sektora

Veza sa strateškim ciljem	3. RAZVOJ KVALITETNIH LJUDSKIH RESURSA		
Prioritet	3.3. Usavršavanje postojećih kadrova putem formalnog i neformalnog obrazovanja i obuke na radnom mjestu		
Naziv mjere	3.3.2. Pokretanje kratkih neformalnih kurseva usmjerenih na industriju radi poboljšanja izvrsnosti usluga		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je razvoj i realizacija kratkih kurseva baziranih na industriji (generalno, do 3 dana), koje mogu pohađati zaposleni u hotelima, restoranima, putnim agencijama, kampovima i drugim turističkim objektima, uvažavajući sljedeći skup aktivnosti: • Anketa i potvrda potreba i interesa u industriji. • Konsolidovati informacije o postojećim kursevima, pružaocima obuke i vremenskim planovima, uključujući i obuku onlajn. • Priprema i objavljivanje godišnjih planova ponuđenih kurseva koji su relevantni za industriju • Kreiranje i izrada prilagođenih materijala za kurs za teme za koje oni nedostaju • Rekrutovanje, obuka i certifikaciju instruktora koji će realizovati program • Omogućiti ponudu kurseva jezika zaposlenima u industriji. • Tržišno predstaviti i promovisati kurseve menadžerima i zaposlenima u industriji • Proširenje ponude kurseva na cijelu godinu • Nagraditi učesnike certifikatima • Vršiti monitoring i evaluaciju napretka programa u ispunjavanju ciljeva		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Broj zaposlenih koji su prošli obuke	-	-
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Premostiti problem nedostatka zaposlenih usavršavanjem vještina i unapređenjem mobilnost radne snage.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		

Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Ciljne grupe	Privredna komora BDBiH, Udruženje hotelijera i restoratera Brčko distrikta BiH, vodeći hoteli i restorani iz privatnog sektora

Veza sa strateškim ciljem	4. UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST
Prioritet	4.1. Unapređenje pravnog i regulatornog okvira kako bi se omogućila konkurentnost industrije turizma i održivi rast i kreirala politika zasnovana na kvalitetnim podacima (statistika, istraživanje i analiza podataka)
Naziv mjere	4.1.1. Razmotriti mogućnosti za unapređenje statistike u turizmu
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Različiti zakoni i propisi i statističke evidencije čine poslovno okruženje prilično nepovoljnim ili teško mjerljivim. Izrada i prioritetizacija reformske agende treba se realizovati kroz niz aktivnosti. Vrijeme kada su turističke agencije bile glavni kontakti za turizam je već odavno prošlo. Iako skoro 50% posjetilaca i dalje pravi rezervacije preko turističkih agencija, ova vrsta pravljenja rezervacija je u trendu sporog i postepenog pada. Sve platforme već imaju značajnu ulogu u turizmu i brojni gosti dolaze upravo preko ovih platformi što otežava prikupljanje tačnih informacija o broju i profilu gostiju i predstavlja dio koji nedostaje za redovnu pripremu neophodnih planova i predviđanja u sektoru turizma BD BiH. Ovom mjerom se nastoji unaprijediti bolje prikupljanje informacija od registrovanih pružatelja smještajnih kapaciteta što će dovesti do bolje kontrole poreza na krevet i biće korisna za izradu izvještaja nadležnim javnim institucijama (kao što su turističke organizacije, inspekcije, porezna služba za strance, prijava i odjava turista i sl. Predložene aktivnosti unutar mjere su: • Formirati radnu grupu ili grupe koju čine članovi predstavnici javnog i privatnog sektora i drugi relevantni akteri u zavisnosti od teme koji mogu doprinijeti unaprijeđenju turizma (statistike u turizmu) • Odjeljenje za privredni razvoj sport i kulturu u saradnji sa Odjeljenjem za obrazovanjem treba uspostaviti forum relevantnih univerziteta (kao što su ekonomski, elektrotehnički i IT fakulteti), turističkih organizacija i agencija, odabranog broja predstavnika ugostiteljskog sektora i pružalaca usluga kako bi se utvrdio najbolji model digitalizacije prikupljanja podataka • Identifikovati relevantnu organizaciju/subjekt koji će sprovoditi sve aktivnosti za uspostavljanje elektronske registracije • Članovi foruma/radne grupe učestvuju u definisanju tehničke specifikacije za izradu elektronske registracije • Pripremiti poziv za dostavljanje prijedloga dizajna modela, odnosno više modela • Izvršiti odabir firme, odnosno organizaciju koja će raditi na izradi digitalnih rješenja, jednog za registraciju turista, a drugog za registraciju privrednih subjekata

	Elektronski registar operativan i promovisati isti što je šire moguće		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
		0	5
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Elektronska registracija pomoći će boljem prikupljanju informacija od registrovanih pružalaca smještajnih kapaciteta što će dovesti do bolje kontrole poreza na krevet i biće korisna za izradu izvještaja nadležnim javnim institucijama (kao što su turističke organizacije, inspekcije, porezna služba za strance, prijava i odjava turista i sl). Digitalnim prikupljanje podataka o posjetiocima i privrednim subjektima obezbijediće se osnovne informacije potrebne za buduće planiranje i projekcije u sektoru turizma, a ujedno i dragocjen izvor potvrde ekonomskog uticaja turizma.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Turistička preduzeća, pružaoci usluga smještaja i drugih turističkih usluga, univerziteti, Odjeljenja Vlade Brčko distrikta BiH		

Veza sa strateškim ciljem	4. UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST		
Prioritet	4.2. Zaštititi životnu sredinu, očuvati prirodu i promovisati održivost		
Naziv mjere	4.2.1. Uvesti principe održivosti i certifikaciju za turističke destinacije i preduzeća		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je da se pokaže održivo poslovanje preduzeća, destinacija i zaštićenih područja što sve više dobija na značaju u vrijeme klimatske krize, gubitka biološke raznolikosti i pandemije. Osim doprinosa održivosti, promovisanje preduzeća sa zelenim certifikatima pokazalo se uspješnim i u privlačenju klijenata i povećanju profita, jer putnici sve više biraju destinacije, smještaj i preduzeća u području turizma koja posjeduju zelene i održive certifikate.		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Certifikovani proizvodi, povećana konkurentnost industrije - Dodana vrijednosti ukupnoj ponudi proizvoda stvaranjem većeg povjerenja posjetilaca i tur-operatora u turistički proizvod BD BiH.	-	-
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Certifikacija zelenog turizma će privrednim subjektima i objektima obezbijediti usmjerenje i obrazac za jačanje njihovih proizvoda i povećanje konkurentnosti na domaćem i stranim tržištima.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Tur-operatori, hoteli i drugi smještajni objekti, restorani		

Veza sa strateškim ciljem	4. UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST		
Prioritet	4.3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju		
Naziv mjere	4.3.1. Kreirati listu prioritetnih mogućnosti za investiranje u turizam i plan promocije		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	U cilju rasta turističkog sektora, Vlada Brčko distrikta BiH mora podstaknuti ulaganja. Ulaganja u turističku infrastrukturu, proizvode i iskustva, razvoj ljudskih resursa u turizmu i marketing prijeko su potrebni, jer će se njima omogućiti povećanje opšte konkurentnosti sektora turizma. Svim potencijalnim i zainteresovanim lokalnim i stranim investitorima treba na raspolaganje staviti spisak prioritetnih investicionih projekata. Za to je potreban jasan i dobro razvijen plan promocije ulaganja kako bi se doprijelo do velikog broja lokalnih i stranih investitora. Vlada će, u saradnji sa drugim relevantnim akterima (javnim, odnosno privatnim), pripremiti plan za promociju ulaganja. U cilju započinjanja procesa predložene su sljedeće aktivnosti: • Formirati radnu grupu sačinjenu od relevantnih aktera iz javnog i privatnog sektora radi utvrđivanja i mapiranja investicionih mogućnosti • Na osnovu nalaza, pripremiti spisak prioritetnih investicionih mogućnosti sa odgovarajućim pojedinostima, npr. status – vlasništvo, upravljanje, troškovi... • Obezbijediti široku raspravu, odnosno predstavljanje izrađenog spiska relevantnim akterima, uključujući predstavnike privatnog sektora, radi dobijanja dodatnih ulaznih informacija i finalizacije • Spisak prioritetnih investicionih mogućnosti pripremljen sa svim neophodnim informacijama • Pripremljen detaljan plan promocije ulaganja (u saradnji sa drugim odgovarajućim Odjeljenjima • U skladu sa planom promocije, organizovati prezentacije i promocije za ulaganje u turizam u Brčko distrikt BiH		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	Izrađen plan ulaganja	-	-
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Definisani projekti za ulaganje i plan promocije koji može ubrzati investicije u turizmu Brčko distrikta BiH. Od ove se mjere očekuje da direktno pomogne turističkim preduzećima pristup mogućim izvorima finansiranja i kreiranja programa promocije kao promotivni alat za razvoj domaćeg i međunarodnog turizma.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		

Period implementacije mjere	2022 - 2027
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam
Ciljne grupe	Lokalni i strani investitori, dijaspora

Veza sa strateškim ciljem	4. UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST		
Prioritet	4.3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju		
Naziv mjere	4.3.2. <i>Pružiti dijaspori mogućnost ulaganja u turizam kroz osmišljavanje posebnih uvjeta i finansijskih programa</i>		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Dijaspora predstavlja važan segment ubrzavanja ulaganja u sektor turizma i stvaranja neophodnog kapitala. Cilj ove mjere je da se pripreme bolje namjenske aktivnosti promocije mogućnosti ulaganja usmjerene na dijasporu. Aktivnosti obuhvataju: • Utvrđivanje i mapiranje potencijalnih investitora iz dijaspore • Provođenje informativnih kampanja putem organizacija dijaspore i ambasada radi promocije ulaganja u turizam u Brčko distrikt BiH • Organizacija, u saradnji sa relevantnim agencijama i organizacijama, godišnje investicione konferencije dijaspore u Brčko distrikt BiH radi predstavljanja mogućnosti za ulaganja • Pružanje pomoći investitorima putem modela jednošalterskog sistema s ciljem olakšavanja procesa registracije i dobijanja neophodnih dozvola • Pripremanje posebnih finansijskih podsticaja za dijasporu s ciljem promocije ulaganja u turizam (programi vaučera ili poreske olakšice)		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***

mjere	- Izrađen program ulaganja	-	I
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Od ove mjere se očekuje da pomogne dijaspori da prepozna svoj interes za potencijalna ulaganja na osnovu utvrđenih projekata.		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Dijaspore, privremeno zaposleni državljani u inostranstvu		
Veza sa strateškim ciljem	4. UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST		
Prioritet	4.3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju		
Naziv mjere	4.3.3. Poboljšati mogućnost javno privatnog partnerstva za ulaganje		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Ovom se mjerom nastoji mobilizovati kapital i inovacije privatnog sektora u području upravljanja kako bi se uvele nove ili poboljšale postojeće prakse upravljanja javnom imovinom. Brčko distrikt BiH raspolaže sa velikim brojem dobara u javnom vlasništvu koja se mogu staviti na raspolaganje javno-privatnim partnerstvima u turizmu. Predložene aktivnosti obuhvataju: • Provjeru postojećeg pravnog i regulatornog okvira za omogućavanje javno-privatnih partnerstava • Procjenu institucionalnog kapaciteta vladinih agencija da koriste različite modele javno-privatnih partnerstava radi komercijalizacije turističkih dobara u javnom vlasništvu • Utvrđivanje potencijalnih dobara u javnom vlasništvu za moguće sporazume o javno-privatnim partnerstvima u sektoru turizma Brčko distrikta BiH • Izgradnja kapaciteta različitih organa vlasti u oblasti formulacije, javnog nadmetanja i zaključivanja potencijalnih sporazuma o javno-privatnim partnerstvima u sektoru turizma (koncesije, zakupi itd.) • Informisanje stranih i domaćih investitora o mogućnostima ulaganja		

	u dobra u javnom vlasništvu i olakšavanje realizacije ulaganja Obezbijediti da svako ulaganje u dobra, odnosno imovinu u javnom vlasništvu prati odgovarajuća procjena uticaja na životnu sredinu i procjena društvenog uticaja, kao i uslovi za očuvanje kulturnih i prirodnih dobara		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Program za ulaganja (PPP)	-	I
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Od ove mjere se očekuje da utvrdi potencijalnih dobra u javnom vlasništvu za moguće sporazume o javno-privatnim partnerstvima u sektoru turizma Brčko distrikta BiH		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Preduzeća, javni sektor		

Veza sa strateškim ciljem	4. UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST		
Prioritet	4.3. Povećati obim investicija i poboljšati pristup finansiranju		
Naziv mjere	4.3.4. Omogućiti lakše pokretanje biznisa i poslovanje preduzeća iz turističkog sektora (poseban fokus na poslovne ideje za manje razvijene proizvode/regije i zelenu ekonomiju)		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Mikro, mala i srednja preduzeća u sektoru turizma u velikom broju slučajeva nemaju znanja ili neophodnih vještina da na adekvatan način predstave svoje poslovne ideje i pripreme kvalitetne i isplative prijedloge koje će banke prihvatiti. Preduzeća i banke trebaju razumjeti jedni druge. Prema tome, predložene su sljedeće aktivnosti: • Pružanje podrške aktivnostima na unapređenju znanja i vještina turističkih preduzeća kako bi se kroz usluge poslovnog savjetovanja pripremili „kvalitetniji i uspješniji“ zahtjevi za dobijanje kredita • Podizanje svijesti kreditnih službenika banaka o potencijalu za rast i posebnim odlikama industrije turizma kako bi se povećala vjerovatnoća pravednih i ispravnih odluka o davanju kredita MSP iz sektora turizma (kroz posebne sastanke predstavnika ministarstava i banaka)		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	Jačanje svijesti o zaštiti životne sredine	-	-
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Od ove mjere se očekuje da omogući održivo korišćenje prirodnih resursa, zaštitu biološke i geološke raznolikosti		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Preduzeća, banke, Univerzitet		

Veza sa strateškim ciljem	4. UNAPREĐENJE PODSTICAJNOG OKRUŽENJA ZA ODRŽIVI RAST		
Prioritet	4.4. Unapređenje turističke infrastrukture		
Naziv mjere	4.4.1. Unaprijediti i razviti turističku infrastrukturu i suprastrukturu		
Opis mjere sa okvirnim područjima djelovanja**	Cilj ove mjere je da se postigne adekvatan nivo turističke infrastrukturu i suprastrukturu u slučajevima velikih ulaganja u turizam koja nedostaju i koja će omogućiti održivi razvoj turizma u Brčko distriktu BiH. • Uraditi analizu nedostajuće infrastrukture i suprastrukture i, u saradnji sa drugim nadležnim Odjeljenjima, uraditi plan za buduća ulaganja. • Unapređenje sistema finansiranja u projekte turističke infrastrukture i suprastrukture. • Poboljšanje planova i programa razvoja turizma kojima se uređuju infrastrukturni radovi u prirodnim okruženjima • Sprečavanje gradnje infrastrukture i drugih turističkih sadržaja koji ugrožavaju ili štete životnoj sredini i prirodnim vrijednostima.		
Strateški projekti			
Indikatori za praćenje rezultata mjere	Pokazatelji	Polazne vrijednosti**	Ciljne vrijednosti***
	- Izrađena lista (po prioritetima) potreba infrastrukture i suprastrukture	-	I
Razvojni efekat i doprinos mjere ostvarenju prioriteta	Unaprijeđena turistička infrastruktura i suprastruktura		
Indikativna finansijska konstrukcija sa izvorima finansiranja	Budžetska sredstva UNDP, IPA, USAID, GIZ		
Period implementacije mjere	2022 - 2027		
Institucija odgovorna za koordinaciju implementacije mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Nosioci mjere	Odjeljenje za privredni razvoj, sport i kulturu, Služba za turizam		
Ciljne grupe	Turisti, kompletna turistička privreda, investitori		

