

Almazaga Čatović, dip. ecc,
Turistička zajednica Tuzlanskog Kantona Tuzla
Bosna i Hercegovina

ZAŠTITA ŽIVOTNE SREDINE I KULTURNO-HISTORIJSKOG NASLJEĐA SA ASPEKTA ZAHTJEVA INOSTRANE I DOMAĆE TURISTIČKE TRAJNJE

Turizam u oblasti kulturno-historijskog naslijeđa, u užem smislu, obuhvata putovanja koja su, u biti, motivisana kulturom, poput studijskih putovanja, putovanja u cilju upoznavanja umjetnosti i kulture, prisustvovanja svečanostima, razgledanja mjesta i spomenika.

U širem smislu, može uključivati sve oblike putovanja budući da ona zadovoljavaju potrebe ljudi za raznolikošću uz tendenciju podizanja kulturnog nivoa pojedinca i sticanja novih saznanja, iskustava i poznanstava.¹⁾

U literaturi se mogu naći i druge definicije turizma u oblasti kulturnog naslijeđa, kao što su:

- putovanja, da bi se doživjela mjesta i aktivnosti koje na autentičan način predstavljaju priče i ljude iz prošlosti i sadašnjosti;²⁾
- turizam zasnovan na mozaiku mjesta, tradicija, umjetničkih formi proslava i iskustava koja oslikavaju destinaciju i njene ljude, raznolikost i karakter³⁾.

Kulturni turizam zavisi od razvoja iskustava koji angažuju putnika da posjeti mjesto. Putnik traži vezu s mjestom i kvalitetom: šta osjeća u tom mjestu i stečena iskustva određuju kakvu vrstu turizma ponuditi. Ispravno je ponuditi tradiciju lokalne zajednice. Biti u interakciji sa lokalnim stanovništvom. Priča koja odgovara turistima. Suvenirni moraju imati usku vezu s lokacijom na koju se dolazi. Moramo očuvati što više naslijeđa. Obučiti ljude za čuvanje kulturnog naslijeđa. Fotografski turizam. Kulturni turizam se razlikuje od masovnog turizma.

1) World turizam Organizacion, 1995.

2) National Trust for Historic Preservation (US), 1995.

3) National Association of State Arts Agencies (US) 1996.

Principi uspješnog i održivog turizma u oblasti kulturno-historijskog naslijeđa su:

- Saradnja

Osnov svih turističkih programa koji uključuju kulturno naslijeđe budući da pružaju jedinstvenu mogućnost partnera koji nikada nisu radili zajedno, jeste saradnja. Povezivanje "svijeta historije i kulture" s "turističkom djelatnošću" predstavlja kombinaciju od koje svi mogu imati koristi.

- Pronalaženje spone između zajednice i turizma

Značajna prednost turističkih programa vezanih za kulturno-historijsko naslijeđe jeste da se kroz njih razvijaju resursi koji doprinose boljitku same zajednice. Oni veličaju naslijeđe neke zajednice i na taj način razvijaju osjećaj ponosa kod lokalnog stanovništva. Veoma je važno uspostaviti ravnotežu između potreba stanovnika i posjetilaca, tako da svi imaju koristi od ove vrste turističke ponude. Nikako ne smijemo svojim dolaskom povrijediti lokalno stanovništvo.

- Oživljavanje mjesta i programa

Budući da je raspoloživo vrijeme sve kraće a konkurencija u sektoru turizma ima tendenciju rasta, iznalaženje kreativnih načina oživljavanja turističkih atrakcija i programa koji podrazumijevaju kulturno naslijeđe, postaje sve važnije. Nije više dovoljno samo sačuvati mjesto od historijskog značaja (iako je to veoma važno), ili odštampati brošuru s uputama posjetiocima o historijskim i kulturnim znamenotistima neke regije. Sama posjeta mora biti izuzetno zanimljiva, poučna i zabavna, te po mišljenju turista uspješna. Još ako imate vodiča koji će to stručno, nadahnuo i usmeno reklamirati, uspjeh nije upitan.

- Usmeravanje na autentičnost i kvalitet

Postoji stara izreka "Istina je čudnija od fikcije". Primjenjena na kulturno-historijsko naslijeđe, bolje bi možda zvučala kao "Istina je interesantnija od fikcije". Oživljavanje mjesta i programa na način objašnjen u okviru principa "Oživljavanje mjesta i programa", mora se realizovati u kombinaciji s principom usmeravanja na autentičnost i kvalitet. Ako ispričate istinitu autentičnu priču, turisti će sigurno steći potpuniju sliku o samoj zajednici, regionu i mjestima vezanim za kulturno-historijsko naslijeđe. Turisti s pravom očekuju da čuju istinu kada se odluče da posjete izabranu destinaciju. Insistiranje na kvalitetu u svim oblastima od rekonstrukcije, preko interpretacije do pratećeg materijala, garantuje da turisti nudite najbolji doživljaj: „, Doživljaj je ono što se pamti”.

- Čuvanje i zaštita resursa

Kulturni, historijski, prirodni i folklorni resursi zajednice predstavljaju nenadomjestive elemente turističkog upoznavanja kulturne baštine. Turisti se neće dugo zadržavati u području gdje im se nudi samo mogućnost čitanja znakova koji su podsjećanje na objekte koji više nisu tu. Ovi resursi su opipljivi podsjetnici prošlosti i važni su za prenošenje priče posjetiocu.

Specifičnosti turizma, kao djelatnosti, nalaze se u isprepletenosti i integraciji socioloških, prostornih, ekonomskih, ekoloških, psiholoških, organizacionih i drugih pojava i odnosa vezanih za zadovoljenje potreba ljudi za odmorom i rekreacijom, pri čemu se te potrebe zadovoljavaju van mjesta boravka, i uz ostvarivanje određene potrošnje.

Međutim, cilj kome treba težiti je balansirani razvoj turizma, zasnovan na integralnom i kompleksnom pristupu, koje podjednako akcenat stavlja na četiri komponente:

- očuvanje životne sredine,
- njegovanje socio-kulturnih tradicija lokalnog stanovništva,
- optimalno zadovoljavanje turističkih potreba, i
- ostvarenje ekonomskog profita.

Da bi zaživio koncept održivog-kvalitetnog turizma, usklađenog s ekološkim i socijalnim zahtjevima, neophodno je profilirati takav model razvoja koji će maksimalno potencirati pozitivne odnose između ova četiri faktora, a negativne efekte, svaki od njih, svesti na minimum. Ovi faktori treba da budu i ciljevi kojima se teži, ali i preduslovi za njihovu implementaciju, istovremeno. Za razliku od dosadašnje prakse, novi pristup razvoju turizma u prvi plan ističe važnost zaštite životne sredine, dok ekonomska dimenzija gubi primat, u relativnom smislu.

U cilju promocije turističkog razvoja, koji uvažava savremene zahtjeve i interese i afirmacije njegovih ključnih prerogativa (ekološka kompatibilnost, društvena odgovornost i ekonomska profitabilnost), prioritet treba da imaju specifični i praktični akcioni planovi za upravljanje tekućim aktivnostima.⁴⁾

Međunarodna turistička alijansa (AIT), vodeća asocijacija automobilskih organizacija u Evropi, izradila je vlastitu Povelju etičkih kodeksa za turizam i životnu sredinu, koja obuhvata raznovrsne sfere svakodnevnog i profesionalnog života. Ovim dokumentom se turizam definiše kao komponenta ukupnih ljudskih prava, čiji oblici i posljedice, na svim nivoima, moraju biti usklađeni sa ljudskim, kulturnim i prirodnim vrijednostima.⁵⁾

Zahtjevi inostrane i domaće turističke tražnje sve su više okrenuti zaštiti životne sredine i obnovi kulturno-historijskog naslijeđa. To naročito važi za turiste Evropske Unije. Naprimjer, turističke organizacije sve su više aktivne u promociji "Žiga ekološkog kvaliteta", kao nagrade ili znaka verifikacije, koji se dodjeljuje onim firmama koje u svom poslovanju najviše vode računa o životnoj sredini.³ Uočeno je da se turisti u mnogo većem stepenu orijentišu na smještaj u hotelima koji nose ekološki žig, nego onima koji nemaju to svojstvo.⁶⁾

4) Na primjer, ADAC, najveći automobilski klub Evrope, publikuje veliki broj informativnih vodiča: "Odmor za porodice", "Turizam i zaštita životne sredine", "Više znanja – više akcije".

5) Prema "Evolution of Tourism and Automobile", AIT, Geneve, 1993.

6) Slične inicijative su pokrenute i u drugim dijelovima Evrope. "Plava zastava" se viori na najuređenijim plažama u zemljama Evropske Unije, dok "Zelena zvijezda" sija iznad hotela na jezeru Konstanca, koji ostvaruju najbolje ekološke rezultate prema: "Eniveronmental Codes of Conduct for Toursm", Tehnical Report N°29, UNEP/IE, 1995.

Turistička privreda Tuzlanskog kantona, treba to da uvažava i da se orijentiše u tom pravcu, odnosno na promociju "kvalitetnog" turizma.

Regionalne turističke organizacije mogu obogatiti tradicionalne promotivne aktivnosti uvođenjem ekoloških sadržaja, da bi razvile osjećaj odgovornosti prema životnoj sredini i kod lokalnog stanovništva i kod turista. Naprimjer, štampanje brošura sa širokim opsegom praktičnih savjeta, kako bi svako, bilo da su u pitanju turistički radnici ili klijentela, mogao da učini nešto jednostavno ali korisno po životnu sredinu (seminari, ekološki kvizovi za zaposlene u ugostiteljstvu, sponzori ekoloških nagrada, promocija javnog saobraćaja, solarna energija, popusti u željezničkom saobraćaju i slično).

U aktivnostima na zaštiti životne sredine, turistička privreda Tuzlanskog kantona treba da se ugleda na Evropsku Uniju, isto kao i na planu promocije novog vida turizma. Turizam Tuzlanskog kantona, isto kao i turizam Evropske Unije, treba da ima značajnu ulogu u privrednom i društvenom životu, odnosno da predstavlja dragocjen faktor njene socijalne i ekonomske kohezije. U tom smislu, može se razraditi set instrumenata zaštite životne sredine, od kojih bi bili najvažniji:

- obogaćivanje aktivnosti u oblasti turizma, posebno boljim upravljanjem masovnim turizmom i ekonomskim podsticanjem alternativnih oblika turizma,
- poboljšanje kvaliteta turističkih usluga, a posebno informisanja, propagande, smještaja i opreme,
- uticanje na ponašanje turista, putem propagandnih kampanja, utvrđivanjem kodeksa ponašanja i izborom sredstava prevoza,
- inoviranje zakonodavstva u oblasti životne sredine,
- dosljedna primjena procjene uticaja na životnu sredinu pri realizaciji svih obimnijih turističkih projekata, i
- uvođenje strožijih ekoloških standarda za turističko privređivanje i praćenje njihove praktične primjene.

Zatim, djelatnici hotelijersko-ugostiteljskog sektor, takođe, treba da postanu svjesni značaja i uticaja životne sredine na svoje tekuće i buduće poslovne aktivnosti. Osim toga, velika pažnja posvećena usvajanju ekoloških kodeksa poslovanja i ponašanja, može da doprinese uštedi finansijskih sredstava i imaju veliki marketinški efekat. S druge strane, treba imati u vidu da su nacionalni parkovi i parkovi prirode, prostori s izuzetnim prirodnim antropogenim vrijednostima koje su, istovremeno, autohtone, ekskluzivne i imaju širi regionalni i nacionalni značaj.

U Tuzlanskom kantonu, uostalom kao i u cjelom svijetu, kultura i kulturna dobra, stvorena su i stvaraju se stoljećima. Mnoge kulturne vrijednosti su poznati ciljevi putovanja brojnih turista. Bosna i Hercegovina je imala dugu i burnu historiju, čije tragove nalazimo u svim krajevima. Međutim, u Tuzlanskom kantonu turistička prezentacija kulturnih dobara je još uvijek nedovoljna, a pojedinačni uspješni primjeri pokazuju interesovanje turističke javnosti.

Promocija kulturnih dobara u turizmu podrazumjeva revitalizaciju objekata, obnovu ratom porušenih objekata, oživljavanje, unošenje komponente osmišljenih aktivnosti u prostoru, organizovanje muzičko-scenskih djela, škola zanata, kulture, slikarstva itd. (uz organizovanje okruglih stolova, tematskih izložbi, tečajeva i dr.). U

svemu tome, kulturna dobra treba prezentovati u njihovom totalitetu i ne odvajati ih od života.

U cilju analize turističke prezentacije, bitne su osnovne karakteristike kulturnih dobara, koje ih svrstavaju u red značajnih turističkih vrijednosti i sve češće pokretača turističkih kretanja. Te karakteristike su:

- da imaju svojstva spomenika kulture-umjetnički i estetske vrijednosti, i svojstva znamenitosti,
- da imaju kulturni i/ili historijski značaj ili značaj za razvoj nauke,
- da imaju svojstvo atraktivnosti, rijetkosti ili druge kulturne karakteristike, i
- da budu uređeni, organizovani ili pripremljeni ne samo za kulturološku, već i turističku prezentaciju.

U zavisnosti od fizičkih, umjetničkih, kulturnih, historijskih svojstava, kao i u zavisnosti od mogućnosti turističke prezentacije, sva kulturna dobra mogu se podijeliti u više grupa:

a) *Arheološka nalazišta*

b) *Djela sa spomeničkim i umjetničkim svojstvima:*

- djela arhitekture (objekti i njihove cjeline),
- djela likovnih umjetnosti (slikarstvo, vajarstvo, primjenjene umjetnosti), i
- ostvarenja scenskih umjetnosti (operska, dramska, muzička, filmska).

c) *Prostorne kulturno-historijske cjeline:*

- stara jezgra gradova: (Tuzla, Gradačac, Puračić, Gračanica, Srebrenik, Gornja Tuzla),
- seoske arhitektonske cjeline (vizantijska, gotska i romanska arhitektura),
- vjerske cjeline, i
- srednjovjekovni gradovi i utvrđenja: (kula Gradašćevića, Stari grad Srebrenik, Soko kula Gračanica).

d) *Znamenita mjesta:*

- spomen groblja, i
- pojedinačni spomenici i spomeničke cjeline (memorijalna mjesta).

e) *Folklorno naslijeđe:*

- zgrade i prostori narodnog neimarstva (brvnare, bondručare, ćuprije, prizemljuše, zemunice, džamije, crkve i sl.),
- ostvarenja materijalne i duhovne kulture stvaralaca iz naroda (nošnja, muzika, igra, slikarstvo, vajarstvo), i
- ostvarenja tehničke kulture naroda (stari zanati: duborezi, kujundžije, ćilimari, kazandžije, lončari, abadžije, terzije).

f) *Manifestacione vrijednosti:*

- savremena scenska i filmska umjetnost,

- predstave, priredbe i festivali, kao oblik prikazivanja ostvarenja drugih umjetnosti,
- kulturne i zabavne manifestacije različite sadržine, odgovarajućeg kulturnog nivoa,
- poslovne manifestacije i vašari, npr. vašar u Puračiću i Gračanici, zatim sajmovi, (Gradačački sajam, Promo, BiH turs u Tuzli), i
- sportske manifestacije.

g) Ustanove kulture sa svojim aktivnostima:

- muzeji,
- kulturni centri,
- biblioteke, i
- galerije.

Turistička promocija je jedan od instrumenata marketinga turističkih preduzeća, a podrazumjeva obezbjeđivanje zainteresovanosti turista i dovoljnog nivoa tražnje prema proizvodima i uslugama preduzeća. To je u suštini proces masovnog komuniciranja između proizvođača i potrošača.⁷⁾ Promocija u turizmu, isto kao i obnova kulturno-historijskog nasljeđa, neophodna je i predstavlja bitan element u ukupnim aktivnostima na pretvaranju turističkih potencijala u turističke proizvode i informisanje turista o njima.

Rješenje bolje turističke promocije kulturnih dobara leži, prije svega, u boljem poznavanju samih dobara, ali i u njihovom boljem vrednovanju. Promocija kulturno-historijskog nasljeđa, u turizmu, podrazumjeva revitalizaciju objekata, oživljavanje, unošenje komponente osmišljenih aktivnosti u prostor, organizovanje muzičko-scenskih djela, škole zanata, kulture, slikarstva i drugo. U svemu tome treba povezivati ona kulturna ostvarenja koja se mogu povezati po svojim kulturnim, historijskim ili drugim obilježjima, a treba ih prezentovati u njihovom totalitetu, a ne odvajati ih od života.

Zato je neophodno da u ukupnom turističkom razvoju, odnosno prilagođavanju tržišnim promjenama, damo određeni viši značaj kulturnim dobrima i njihovom uključivanju u turističke proizvode.

Turistička kultura je nadgradnja općoj kulturi i podrazumijeva postojanje razvijenih navika za praktikovanjem kulture i za domaće stanovništvo, a ne samo za turiste.

Turistička privreda u funkciji ekonomskog oporavka Tuzlanskog kantona

Stvaranje uslova za dalji razvoj domaćeg turizma u funkciji je njegovog pozitivnog uticaja na ukupan privredni razvoj i društveni ambijent života i

7) Popesku, J., *Optimizacija instrumenata marketinga u preduzećima turističke privrede*, Beletra, Beograd, 1991.

privređivanja u Tuzlanskom kantonu. Razvijanje Tuzlanskog kantona, kao turističke destinacije, može da stvori prostor za sve segmente domaće turističke tražnje, odnosno da se prevashodno obezbijede ekonomski, a za izvjesne segmente i specijalni uslovi za uključivanje u turistička kretanja (npr. mladih i penzionera).

Pored pozitivnih ekonomskih uticaja na pozicije platnog bilansa, razvoj domaćeg turizma je uvijek stratezijski značajan za turističku ponudu zemlje i njene poslovne rezultate.⁸⁾

Za dalji razvoj turističke privrede Tuzlanskog kantona, prvenstveni je zadatak prilagođavanje naše turističke ponude inostranoj tražnji. Nužno je stvoriti uslove za intenzivan razvoj, pod kojim podrazumijevamo formiranje kvalitetnog integralnog turističkog proizvoda (odgovarajuću razvijenost svih komponenti "totalnog" proizvoda), a svakako i istovremeno kontinuirano širenje (ekstenzivan razvoj) kapaciteta smještaja i njima primjerene ponude. Neophodno je, nadalje, obezbjeđivati viši kvalitet svih komponenti turističkog proizvoda, tako da jedinica smještaja (ležaj) i stvarno bude kompleksna jedinica kapaciteta ponude.

Treba, naime, prevladati postojeći disparitet između obima i kvaliteta kapaciteta smještaja, sa jedne, i ostalih elemenata turističke infra i suprastrukture sa druge strane. Time bi se ostvarilo bogaćenje, odnosno intenzifikacija ponude, s pozitivnim dejstvom na veću kompetativnost na međunarodnom turističkom tržištu.

Kvalitetna ponuda se ne obezbjeđuje samo formiranjem, makar i luksuzne bazične ponude, već je nužno osigurati i sve druge materijalne i duhovne komponente, a koje sada predstavljaju "uska grla", nedostajuće komponente u integralnom turističkom proizvodu.

Transformacijom ponude, odnosno obezbjeđenjem svih karika u lancu turističkog proizvoda, ostvariće se, kao posljedica obimnije prosječne dnevne potrošnje po posjetiocu, viši kvalitet privređivanja u turizmu.

Postojeći bazični elementi ponude se trebaju dograditi sljedećim komponentama:

- unapređivanje kvaliteta tzv. turističko-komunalne infrastrukture (snabdijevanje vodom, kanalisanje voda, razvoj PTT usluga, saobraćajnice, parkovske i ostale otvorene površine i dr.),
- širenje mreže sitnih objekata ugostiteljstva (posebno onih u kojima će biti obezbijeđeni domaći specijaliteti), i
- obezbjeđenje bogatog asortimana i uvođenje savremenih oblika trgovine na malo (uz uvođenje odgovarajućeg radnog vremena, obezbjeđenje kvalitetnijih usluga i sl.).

U funkciji ekonomskog oporavka Tuzlanskog kantona, treba sagledati međuzavisnost razvoja turizma, saobraćaja i trgovine, koja najmanje može da se upoređuje s konkretnim destinacijama u inostranstvu (već dugovremeno se propušta šansa i mnogo obimnijeg plasmata proizvoda od kože, tekstila, konfekcije, hemijskih proizvoda, prehrambenih proizvoda, pića i sl.).

8) To potvrđuju i podaci za poznate turističke zemlje, kao što su Francuska, Italija, Švajcarska, Meksiko, Španija, Hrvatska i druge koje razvoj ukupnog turizma prevashodno zasnivaju na domaćem turizmu.

Iskustvo drugih zemalja pokazuje da turizam može biti snažan izvozni kanal privrede. Dakle, neophodno je podsticati izvoz roba i usluga raznih djelatnosti privrede Tuzlanskog kantona kroz turizam (na način da se domaća roba nudi uz odgovarajuće popuste, oslobađanje od poreza i sl.). Stvorene povoljnosti za kupovinama (kvalitet, robe uz niže cijene) treba da rezultiraju usponom turističke potrošnje, jer će predstavljati i dodatni motiv posjete. Osim toga, za razvoj domaćeg turizma je neophodno:

- osavremeniti uslove za pružanje zanatsko-servisnih usluga,
- stvarati svestrane mogućnosti za bavljenje kulturom, zabavom, sportskim aktivnostima, izletima i dr. (uvijek imajući u vidu da su turizam i dosada suprotstavljeni pojmovi),
- obezbijediti raznovrsne "instant-programe" učenja stranih jezika, plesa, folkloru, sportskih vještina, kulinarstva i dr.,
- stvoriti povoljne higijenske uslove u objektima, u turističkim mjestima, duž saobraćajnica (svuda i na svakom mjestu gdje se kvalitetan prostor može ukalkulisati u cijenu boravka, bitno opredjeljujući izbor mjesta provođenja odmora), i
- kvalitetno prostorno oblikovanje lokaliteta i sprečavanje bilo kakve devastacije, itd.

Svi ovi elementi znače prevazilaženje problema nedovoljne razvijenosti okruženja koji predstavlja limitirajući faktor uspješnijeg turističkog razvoja. Dakle, obezbijediti uslove dinamičnijeg širenja materijalne osnove turizma, ostvariti željeni ekstenzivni razvoj, takođe je izvanredno važna pretpostavka unapređenja turističkog razvoja. U postojećim uslovima neophodno je insistirati na maksimalnom snaženju kvalitativnih činilaca razvoja, što znači da se kroz realizaciju novih programa mora obezbijediti što viša isplativost ulaganja. Neracionalnih investicija, neefikasnog trošenja sredstava ne smije biti, a investicione odluke moraju biti do kraja promišljene, zasnovane na jasno sagledanoj tražnji, na racionalnom projektovanju i građenju, obezbjeđene odgovarajućim kadrovima, zadovoljavajuće utkane u već stvorenu ponudu i organizovanost i drugo. Samo takvi programi mogu računati na ekonomsku podršku i "okupiti" interes investitora, domaćih i/ili stranih i društva u cjelini.

Potrebno je graditi i nuditi više, jer to, konačno, traže i organizatori putovanja (turoperatori), jer, u suprotnom, oni se neminovno orijentišu prema ponuđačima u ekspanziji, otvarajući sebi prostor za ostvarenje sopstvenih razvojnih ciljeva. Otuda, zastoj u rastu kapaciteta smještaja (posebno osnovnog), rezultira, ne samo stagnacijom, već i retrogradnim kretanjima, kada je u pitanju dinamika turističkog ino-prometa. S naročitom pažnjom se treba orijentisati na obimniju izgradnju nekih vrsta osnovnog smještaja. Respektujući zahtjeve tražnje, naročito je interesantno usmjeriti gradnju objekta, kao što su apartmanski hoteli, turistička naselja, manji hotelski objekti i slično. Uz to treba omogućiti širenje različitih objekata smještajne i ostale ponude u okviru privatnog sektora (pansioni, objekti za prihvatanje porodičnog turizma i dr.).

Međutim, razumljivo je da razvoj turističke privrede ne znači samo rast kapaciteta smještaja, već i svih elemenata strukture. Posebno značajnu, čak presudnu ulogu imaju perspektivna rješenja saobraćajne infrastrukture. Važno je orijentisati se na razvoj, sada, nedovoljno razvijenih oblika turističkog prometa (sve bi to podiglo turistički "image" naše zemlje).

U funkciji ekonomskog oporavka Tuzlanskog kantona, a kako efikasnost privređivanja u turizmu bitno zavisi od organizovanosti subjekata privrede (unutar turističke konkretne privrede), nužno je insistirati na unapređivanju različitih kooperativnih odnosa, s ciljem obezbjeđenja što kvalitetnijih turističkih proizvoda u širem prostoru (obezbjeđenje uspješne prodaje, vođenje politike cijena, obavljanje propagande, te odvijanje brojnih ostalih, naročito kreativnih poslovnih aktivnosti), sa uključivanjem privatnih investitora.

Za to je naročito potrebno, s najvećom upornošću, rješavati problem obezbjeđenja odgovarajućih kadrova, jer se ne može samo novim investicijama obezbjeđivati razvoj i rast turističke privrede. S obzirom na sve manje "tradicionalno gostoprimstvo", nužno je da se, kroz angažovanje turističkih i ostalih društvenih organizacija, obezbjedi da i ukupno stanovništvo receptivnog područja bude privrženije uključeno u rješavanje tekućih problema razvoja turizma. To se, naročito može ostvariti u domenu obezbjeđenja kvalitetnije turističke ponude. Stanovnici moraju znati da mogu živjeti od turizma. Dakle, razvojem široke lepeze ponude, u njoj prilagođene organizacije, uz odgovarajuću kadrovsku ekipiranost, moguće je ostvariti uspon turizma, posebno obimnije turističke potrošnje kao ciljne funkcije. Time bi turizam doprinio ekonomskom oporavku Tuzlanskog kantona, kako privrede tako i stanovništva.

Za razvoj turističke privrede, odnosno doprinosa turizma ekonomskom oporavku Tuzlanskog kantona, neophodno je ostvariti uslove da bi privređivanje u turizmu bilo efikasno, odnosno da bi imalo pozitivan, povratni, uticaj na privredu u cjelini.

Prije svega, ovi uslovi podrazumijevaju održavanje stabilnosti u privrednim kretanjima i njihov rast (struktura KM i cijena), dobru snabdjevenost tržišta onim proizvodima i uslugama koji su bitni za turizam i ukupnu potrošnju domaćih i stranih turista, te maksimalnu orijentaciju države i društva na tržišno ponašanje i poslovanje. To znači, strategijsko prilagođavanje ukupne privrede Tuzlanskog kantona tržišnim promjenama, jer povoljni uslovi privređivanja obuhvataju i one koji se stvaraju adekvatnom ekonomskom politikom na dugi rok. Za turizam su posebno važne tri oblasti razvoja ekonomske politike: fiskalni sistem, sistem ekonomskih odnosa s inostranstvom i kreditna politika (u smislu obezbjeđenja investicija i uslova za tekuće poslovanje). Osnovni preduslovi po našem saznanju za razvoj turističke privrede su:

a) Konzistentna fiskalna politika:

- na stabilnoj i stimulativnoj podlozi, trebalo bi da uvažava izraziti radno intenzivni karakter djelatnosti i druge uslove i poslovne specifičnosti⁹⁾ turizma, i
- polazeći od značajnih funkcija turizma u regionalnom ravoju brdsko-planinskih i pograničnih (a privredno nerazvijenih područja), poreske okakšice za ulaganja u takav razvoj imale bi višestruke efekte.

9) U pogledu nabavke stalnih sredstava i opreme u zemlji i inostranstvu, i njihovog oporezivanja i sl. Zatim doprinose (za građevinsko zemljište), nadoknade (npr. za zakup poslovnog prostora, za korištenje teritorije nacionalnih parkova i drugo). I takse na nivou općina, javnih i komunalnih preduzeća zaslužuju ozbiljnije preispitivanje, a njihov rast, u principu bi trebalo usaglašavati s porastom cijena na malo.

b) Turizmu je neophodan status izvoznika i odgovarajući podsticaji:

- na planu izvoza i uvoza: smanjenje provizije u mjenjačnicama, liberalizacija uvoza ugostiteljske opreme, carinske i poreske olakšice za uvoz rent-a-car vozila, stimulisanje naplate za prodane proizvoda i usluge stranim turistima i sl.
- adekvatan način obezbjeđivanja sredstava za pripremu turističke sezone (za nedostajuća obrtna sredstva čija je dinamika priticanja uslovljena ritmom sezonskog poslovanja), i
- status izvoznika, istovremeno bi obezbedio jednu od bitnih podloga za podsticanje unapređivanja ukupnog kvaliteta usluga u turizmu (uz regulisanje priliva stranog kapitala, viznog režima, putarina i slično);

c) Finansijski kredit za podsticaj izvoza:

- korišćenjem selektivnih finansijskih kredita za podsticanje izvoza kroz integralne programe razvoja regiona, pojedinih investicionih aktivnosti, unapređenja kvaliteta i sl.

d) Dionički kapital:

- domaći i strani kapital koji se formira u procesu svojinske transformacije treba da bude značajan podsticaj razvoju turističke privrede.

e) Strani kapital:

- efikasno bi pospješio svojinsku transformaciju (strana ulaganja, koncesije, akvizicije i sl.).

f) Internacionalizacija poslovanja u turizmu i trgovini:

- strane direktne investicije u kombinaciji s domaćim kapitalom obezbjeđuju zajednička ulaganja,
- portfolio investicije vezane za mehanizme obezbjeđivanja razvojnih sredstava na finansijskom tržištu, i
- ugovorni aranžmani (franšizing, menadžment, koncesije) sa stranim kompanijama.

Sve ove oblasti razvojne ekonomske politike i strukturnih prilagođavanja razvojnom ambijentu (tržišnim uslovima) ocjenjuju se sa aspekta mogućeg doprinosa razvoja turizma i efikasnog privređivanja u cjelini. Pri tome, treba uzeti u obzir poslovanje velikog broja malih i srednjih preduzeća koja efikasno sprovode proces svojinske transformacije, te dalje razvijaju privatnu inicijativu, odnosno poduzetništvo.

Uz adekvatan razvoj saobraćaja u Tuzlanskom kantonu ukupna turistička ponuda bila bi u funkciji ekonomskog oporavka.

Imajući u vidu činjenicu da je razvoj uslužnog sektora uslov za postizanje većeg stepena efikasnosti ukupne privrede, sve zemlje ulažu značajne napore kako bi se ubrzao razvoj ovog sektora, a s ciljem pospješivanja razvoja u različitim domenima:

- osnovni elementi infrastrukture (saobraćaj, telekomunikacije, komunalne djelatnosti itd.),

- neophodni uslovi za vertikalne i horizontalne integracije u privredi i povezivanje različitih privrednih djelatnosti u efikasnu cjelinu,
- uslovi za smanjivanje troškova rada po jedinici proizvoda (zahvaljujući uslugama baziranim na visokoj tehnologiji), i
- usklađenog i dinamičnog cjelokupnog privrednog razvoja i uspješnog uklapanja u međunarodnu podjelu rada.

Današnji razvoj uslužnog sektora, i pored ukupnih pozitivnih efekata (direktnih i indirektnih), u mnogim zemljama u razvoju upućuje na neophodnost većeg zaokreta ka tercijarizaciji privrede i dominantnoj ulozi ovog sektora u privrednoj strukturi, zapošljavanju stanovništva itd., tako i o potrebi strukturnih promjena u samom sektoru usluga, gdje, za sada, dominiraju klasične usluge, dok je učešće tzv. novih usluga (informatika, telekomunikacija, telematika i dr.), relativno malo.

Dakle, svako dalje gubljenje tempa u razvoju uslužnog sektora (kao i u razvoju novih usluga u okviru njega) može predstavljati kočnicu ukupnog privrednog razvoja i prevazilaženja postojećeg jaza u odnosu na razvijene zemlje.

Općenito, tercijarizacija privredne strukture jedna je od najbitnijih karakteristika savremene svjetske privrede, a u okviru toga značajno mjesto zauzimaju turističke usluge čije se učešće u strukturi privrede i njenom razvoju, u međunarodnim razmjerama, neprestano povećava.