

UNIVERZITET U SARAJEVU
Prirodno-matematički fakultet

Impakti turizma

Naučna monografija

Dr. Lejla Žunić
Sarajevo, 2023.

Autor:

Dr.sc. Lejla Žunić, vanredni profesor, Univerzitet u Sarajevu

Naziv naučne monografije:

IMPAKTI TURIZMA

Glavni urednik: Lejla Žunić

Recenzenti:

Dr.sc. Kristina Košić, redovni profesor, Univerzitet u Novom Sadu

Dr.sc. Tatjana Pivac, redovni profesor, Univerzitet u Novom Sadu

Dr.sc. Senada Nezirović, vanredni profesor, Univerzitet u Sarajevu

Lektor:

Biljana Stojanović

Ilustracije i grafika: Lejla Žunić

DTP: Lejla Žunić

Izdanje:

1. elektronsko

Izdavač:

Univerzitet u Sarajevu- Prirodno-matematički fakultet

ISBN 978-9926-453-62-6

**CIP zapis dostupan u COBISS sistemu Nacionalne i
univerzitetske biblioteke BiH pod
ID brojem 55357702**

Univerzitet u Sarajevu
Prirodno-matematički fakultet
Odsjek za geografiju

Prof.dr. Lejla Žunić

IMPAKTI TURIZMA

Naučna monografija

Sarajevo, 2023.

- SADRŽAJ-

| | |
|---|-----------|
| PREDGOVOR | 9 |
| I MASOVNI TURIZAM I ŽIVOTNA SREDINA | 11 |
| 1.1. Razvoj i indikatori masovnog turizma u svijetu..... | 11 |
| 1.1.1. <i>Razvoj turizma u Bosni i Hercegovini</i> | 20 |
| 1.2. Životna sredina- troslojni sistem u turizmologiji | 24 |
| 1.3. Klasifikacija impakata turizma na životnu sredinu | 27 |
| 1.3.1. <i>Pozitivni impakti turizma</i> | 30 |
| 1.3.2. <i>Negativni impakti turizma</i> | 35 |
| 1.3.3. <i>Kumulativni prikaz impakata turizma</i> | 39 |
| II POZITIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI TURIZMA | 41 |
| 2.1. Infrastrukturalna „urbanizacija“ i turizam | 41 |
| 2.1.1. <i>Saobraćajna infrastruktura i turizam</i> | 41 |
| 2.1.2. <i>Prateća komunalna infrastruktura i turizam</i> | 45 |
| 2.1.3. <i>Komplementarna infrastruktura</i> | 48 |
| 2.1.4. <i>Tematska- turistička infrastruktura</i> | 53 |
| 2.2. Porast obrazovanja, etike i duhovnosti..... | 61 |
| 2.2.1. <i>Obrazovanje i razvoj vještina</i> | 61 |
| 2.2.2. <i>Obrazovno iskustvo u interakciji s posjetiocima</i> | 63 |
| 2.2.3. <i>Socijalna kohezija lokalne zajednice i ponos</i> | 64 |
| 2.3. Porast institucionalne saradnje | 67 |
| 2.3.1. <i>Kapacitet izgradnje za institucije i pojedince</i> | 67 |
| 2.3.2. <i>Inicijative, podrška, saradnja i jačanje lokalne zajednice</i> | 67 |
| 2.4. Amelioracija kulturnog imidža..... | 71 |
| 2.4.1. <i>Kulturna saradnja, razmjene i promocija</i> | 71 |
| 2.4.2. <i>Revitalizacija i prezervacija lokalnog kulturnog identiteta</i> | 78 |
| 2.5. Unapređenje kvalitete i standarda života | 82 |
| 2.5.1. <i>Globalizacija i modernizacija životne sredine</i> | 82 |
| 2.5.2. <i>Patriotizam i redukcija migracija</i> | 86 |
| 2.5.3. <i>Životna sigurnost i satisfakcija</i> | 87 |

| | |
|---|------------|
| III POZITIVNI EKONOMSKI IMPAKTI TURIZMA | 91 |
| 3.1. Multiplikativni doprinosi turizma | 91 |
| 3.2. Rast BDP i prihoda od turizma | 94 |
| 3.3. Porast zaposlenosti i turističkog preduzetništva..... | 105 |
| 3.4. Porast inostrane razmjene i zarade od turizma..... | 113 |
| | |
| IV POZITIVNI GEOEKOLOŠKI IMPAKTI TURIZMA | 121 |
| 4.1. Porast IUCN (eko)turističkih sajtova | 121 |
| 4.2. Porast UNESCO sajtova održivog turizma | 139 |
| 4.3. Komponentne prirodne beneficije (eko)turizma | 155 |
| 4.3.1. <i>Briga o vodenim resursima</i> | 155 |
| 4.3.2. <i>Prevenција aerozagađenja</i> | 158 |
| 4.3.3. <i>Zaštita životnog staništa, biljnih i životinjskih vrsta</i> | 162 |
| | |
| V NEGATIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI TURIZMA..... | 169 |
| 5.1. Turistički atak na naselja, građevine i ambijentalnost | 169 |
| 5.2. Turistički atak na arheološke lokalitete..... | 173 |
| 5.3. Transportna kongestija i turizam..... | 175 |
| 5.4. Turističke usluge i propadanje tradicionalne autentičnosti | 178 |
| 5.5. Atak hotelijerstva na resurse, energetiku i ambijent | 179 |
| 5.6. Turistička transkulturacija i krize lokalne zajednice | 187 |
| 5.6.1. <i>Disrupcija tradicije i kulture</i> | 188 |
| 5.6.2. <i>Psihički uticaji turističke demonstracije i uvrede</i> | 191 |
| 5.6.3. <i>Destabilizacija društva uslijed porasta turizma i kriminala</i> | 195 |
| 5.6.4. <i>Tenzija i manjak samopouzdanja lokalaca u turizmu</i> | 198 |
| | |
| VI NEGATIVNI EKONOMSKI IMPAKTI TURIZMA | 201 |
| 6.1. Sezonski poslovi i nerentabilnost..... | 201 |
| 6.2. Turistička diverzifikacija i zavisnost od turizma | 203 |
| 6.3. Curenje novca kroz destinaciju | 206 |

| | |
|---|------------|
| VII NEGATIVNI GEOEKOLOŠKI IMPAKTI TURIZMA | 211 |
| 7.1. Polucija zraka, svjetlosti i zvuka | 211 |
| 7.2. Polucija i nestašica vode | 220 |
| 7.3. Ugroženost pejzaža, geoloških formi i zemljišta | 227 |
| 7.4. Ugroženost habitata..... | 232 |
| 7.5. Ugroženost živog svijeta | 239 |
| | |
| VIII TURISTIČKO PLANIRANJE I UPRAVLJANJE | 247 |
| 8.1. Principi održivog turističkog planiranja | 247 |
| 8.2. Monitoring i procjena impakata turizma | 255 |
| 8.3. Promocija turizma i mjere redukcije negativnih impakata..... | 263 |
| 8.3.1. <i>Održivo turističko planiranje</i> | 263 |
| 8.3.2. <i>Geoekološki (env.) menadžment</i> | 265 |
| 8.3.3. <i>Upravljanje posjetama</i> | 269 |
| 8.3.4. <i>Društveno zdravlje i sigurnost</i> | 272 |
| 8.3.5. <i>Ekonomska vitalnost</i> | 272 |
| 8.3.6. <i>Kulturološka zaštita</i> | 273 |
| 8.3.7. <i>Uključivanje zajednice</i> | 274 |
| 8.3.8. <i>Promocija pozitivnih impakata turizma</i> | 275 |
| | |
| LITERATURA I IZVORI..... | 283 |
| | |
| IZVODI IZ RECENZIIJA | 301 |

PREDGOVOR

Naučna monografija "Impakti turizma" nastala je kao produkt autorskih istraživanja baziranih na izdašnom fondu svjetske literature i dokumenata međunarodnih organizacija: UNWTO, IUCN, UNESCO, UNEP, WWF i dr., kao i plod terenskih višedecenijskih istraživanja (opservacije, ankete, intervju) i vlastitih iskustava na putovanjima po svijetu.

Predmet proučavanja su impakti/ efekti/ učinci turizma na životnu sredinu. Životna sredina je kompleksni troslojni sistem satkan od socio-kulturnog, ekonomskog i geoekološkog (prirodnog) ambijenta, koji, u geografskom kontekstu, predstavlja kauzalni integritet fizičko-geografskih i društveno-geografskih komponenti. Impakti turizma su široko polje djelovanja koje se na komponente životne sredine manifestuje dvojako: pozitivno ili negativno, pa su tako i analizirani za sve tri kategorije životnog ambijenta: socio-kulturni, ekonomski, geoekološki; socio-kulturni i ekonomski pripadaju sferi društveno-geografske sredine, dok geoekološki dmnt. pripadaju sferi prirodno-geografske sredine, uključujući šire aspekte konzervacije i prezervacije prirodnog i kulturnog nasljeđa.

Socio-kulturni impakti turizma obuhvataju sferu antropogenog produktivnog i kreativnog djelovanja, infrastrukture, i čovjeka kao spiritualnog i sociološkog bića, u kontekstu druženja, saradnje, vjerovanja i tradicije; ekonomski obuhvataju efekte turizma na elemente privrede kao što su BDP, zaposlenost, međunarodna razmjena i dr.; geoekološki impakti turizma usmjereni su na fizičke i biološke attribute ili prirodno-geografske komponente životne sredine, uvažavajući koncepte zaštite prirode, ali i zaštite kulturne baštine, jer se prirodne i kulturne zone često preklapaju, a prezervacija i konzervacija su u fokusu održivog turizma.

Pozitivni impakti turizma su detaljnije elaborirani, jer su generalno više proučavani u svijetu, ali i zbog toga što se sasvim

zaslužno nastoji opravdati uloga turizma u razvoju privrede, prirode i društva; primarni cilj je podstaći održivi turistički razvoj kod nas i u svijetu, radi ukupnog unapređenja životnog ambijenta. Zbog toga su date i smjernice za održivo turističko planiranje i upravljanje, s fokusom na procjenu ukupnih impakata i prevenciju negativnih, kao i promociju pozitivnih impakata turizma.

Naučna monografija "Impakti turizma" primarno pripada oblastima "geografija", "turizam", "geoekologija", „turističko planiranje“, ali zbog multidisciplinarnosti, transdisciplinarnosti i interdisciplinarnosti turizmoloških proučavanja, ima jaku sponu i sa drugim naučnim oblastima (sociologija, ekonomija, kulturologija, biologija i dr.); namijenjena je svima koji imaju interes za savremenu turizmološku problematiku.

Zahvalnice na uspješnoj saradnji iskazujem recenzenticama, uglednim univerzitetskim profesoricama: dr. Kristini i dr. Tatjani s izborom u oblasti turizma (Univerzitet u Novom Sadu), i dr. Senadi s izborom za oblasti „regionalna geografija“ i „turizam“ (Univerzitet u Sarajevu).

Autor

Sarajevo, 2023.

I MASOVNI TURIZAM I ŽIVOTNA SREDINA

1.1. Razvoj i indikatori masovnog turizma u svijetu

Nezvanični vid turističkih putovanja postoji još od prahistorije (nekoliko milenija prije nove ere), kada su pripadnici čuvenih drevnih civilizacija (Mesopotamije, Perzije, Egipta, Grčke, Babilona i dr.) praktikovali kretanja na veće udaljenosti i posjete drugim mjestima radi različitih motiva:

- a) radoznalost,
- b) trgovina,
- c) liječenje,
- d) vjerski događaji,
- e) viteški turniri,
- f) olimpijske igre, i dr.

Izražajnija turistička kretanja započela su posredstvom evropskih aristokrata u 17.st. poznata pod nazivom „Grand Tour“ (17-19.st.); to su putovanja mladih britanskih lordova po svijetu i Evropi, naročito Francuskoj, Italiji i Grčkoj, radi obrazovanja o kulturi i historiji, umjetnosti, arhitekturi i antici. Za period popularnih plemićkih putovanja vežu se ključni termini u turizmu: „tura“ (1640), „turista“ (1772) i „turizam“ (1811); tumačenje navedenih termina detaljnije je elaborirano u knjizi „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“ (Žunić, 2022).

Svjetska putovanja poprimaju značajnije razmjere uključivanjem širih slojeva društva oko polovine 19.st., a prevashodno osnivanjem prve putničke agencije „Thomas Cook & Son“ (1841) u Engleskoj; organizatori su prvog putovanja po Evropi (1856) i prvog putovanja oko svijeta (1871). Thomas Cook se smatra i utemeljivačem savremenog turizma.

Putovanja u svijetu su dodatno podstaknuta pred Drugi svjetski rat, sticanjem prava na plaćeni godišnji odmor u Francuskoj (1936), kao i sa paralelno intenziviranim razvojem prekomorskog sabraćaja, i porastom organizovanih turističkih kretanja.

Masovna putovanja u svijetu su zaživjela 70-ih godina prošlog stoljeća, uporedo sa intenziviranim procesima ukupnog urbanog, tehnogenog i društvenog razvoja. Upravo u drugoj polovini 20.st. je nastao termin „turistička industrija“, jer je turistička aktivnost dobila zamah kao generator zapošljavanja, izvor prihoda, deviznih prihoda i kao industrija slobodnog vremena. Turizam nudi enorman spektar različitih poslova, stvarajući prilike za najrazličitije profile, od najskromnije (najniže stručne spreme) do elitne klase (visoka stručna sprema i prestižna akademska zvanja). Turizam pokreće razvoj turističke i druge infrastrukture; podstiče zapošljavanje i kreira nova radna mjesta; pobuđuje interes svjetskih kompanija; podstiče razvoj uslužnih djelatnosti; stimulise enormnu turističku potrošnju u svijetu; turizam povećava takse, investicije, popularnost destinacije, i ukupnu zaradu. Turizam je globalni fenomen i masovna pojava sa nevjerovatnim efektima na društvo, privredu i ukupnu životnu sredinu.

Uporedo sa cvjetanjem turizma, prepoznati su njegovi brojni impakti na životnu sredinu: pozitivni i negativni. Zbog toga UNWTO uvodi pojam „održivog turizma“ (1988): turizam koji u potpunosti uzima u obzir svoje sadašnje i buduće ekonomske, društvene i ekološke uticaje, adresirajući potrebe posjetilaca, industrije, životne sredine i domaćinskih zajednica. U kontekstu održivog turizma, zaživio je razvoj ekoturizma- turizam u zaštićenim područjima- krajem prošlog i početkom 21.st. Međutim, moderni trend „povratka prirodi“ (nešto slično bilo je popularno u Francuskoj i Engleskoj u 18.st.) sve više poprima masovni karakter, pa se u turizmu razvila nova problematika poznata pod parolom „masovni turizam u zaštićenim područjima“.

„Vrtoglave vrijednosti turističko-statističkih indikatora na globalnoj sceni (broj turista, noćenja, prihoda; stope rasta turizma; učešće turizma u ukupnoj privredi, BDP i BDP/pc; itd.), kao i činjenica da turizam broji preko 400 različitih zanimanja i poslova, u potpunosti opravdavaju turizam kao izuzetno kompleksnu industriju. G. Kreag ističe da je decenijski rast turističke industrije glavni kontributor u povećanoj ekonomskoj aktivnosti širom SAD i svijeta; kreirao je poslove u velikim i malim društvima, i glavna je industrija u mnogim mjestima. Prema Dupeyras i MacCalum, turizam je prepoznat kao jedan od ključnih sektora u svim zemljama i glavni izvor prihoda, poslova i stvaranja bogatstva; igra i širu ulogu u promociji imidža i internacionalne percepcije zemlje, a ima i komplementarni uticaj na domaće politike“ (Žunić, 2022).



Grafikon 1. Učešće putovanja i turizma u globalnom BDP-u
(World Travel and Tourism Council, 2022)

Prema gornjem grafikonu, učešće sektora putovanja i turizma u globalnom BDP-u iznosilo je 10,3% u 2019. godini; opalo je zbog restrikcije kretanja uzrokovane s COVID-19 na 5,3% u 2020., ali se oporavilo na 6,1% u 2021. godini.



Grafikon 2. Učešće putovanja i turizma u globalnom zaposlenju
(World Travel and Tourism Council, 2022)

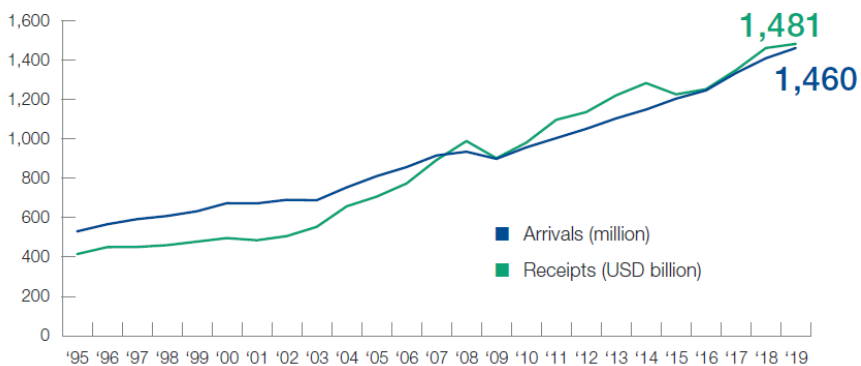
Prema gornjem grafikonu, učešće sektora putovanja i turizma u globalnom zaposlenju iznosilo je 333 miliona, što čini 1 od 10 poslova u 2019. godini; opalo je zbog restrikcije kretanja uzrokovane s COVID-19 na 271 miliona u 2020., ali se oporavilo na 289 miliona, što čini 1 od 11 poslova u 2021. godini.

Prema podacima Svjetske banke (1999-2019), ukupni svjetski prihodi od turizma u posljednje dvije decenije skočili su sa 535,3 milijardi na nevjerojatnih 1,4 triliona USD, dok su prihodi samo od transporta putnika porasli sa 96,6 milijardi na 249,9 milijardi američkih dolara. Ukupni broj međunarodnih dolazaka porastao je sa 1,3 milijarde na 2,4 milijarde.

Prema UNWTO, decenija uzastopnog kontinuiranog rasta svjetskog turizma (2009-2019) i porast internacionalne turističke potrošnje odrazili su se na porast svjetskog BDP-a za 44%. Turističke analize i opservacije pokazale su da je 2019. još jedna godina snažnog rasta svjetskog turizma s visokim stopama, jer su svi regioni iskusili porast dolazaka, a prednjači Bliski Istok (+8%), a zatim Azija i Pacifik i Evropa (+4%). Turistička potrošnja je kontinuirano rasla, pa je Francuska proglasila najjači porast turističke potrošnje među top 10 turističkih tržišta (+11%), dok je SAD vodila rast u apsolutnom iznosu (+8 biliona USD). Prema Statisti, najveća turistička tržišta imaju: Kina, SAD, Njemačka, UK, Francuska, Australija, Kanada, Španija, Italija, Južna Koreja.

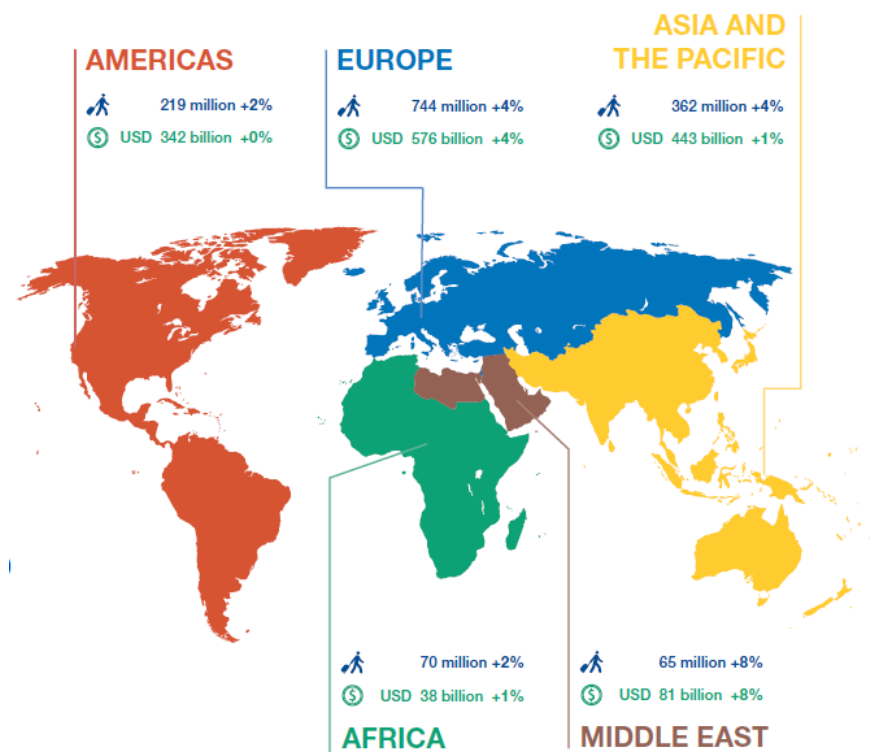
„Izvozni prihodi od internacionalnog turizma rastu brže od izvoza robe gotovo svake godine nakon 2010. Turizam je svjetska 3. najveća izvozna kategorija nakon goriva i hemikalija, a ispred automatskih proizvoda i hrane“ (Žunić, 2022). Turizam dnevno ostvaruje 5 milijardi dolara izvoza; izvozni prihodi od međunarodnog turizma sastoje se od prihoda od „putovanja“ (primici u odredištima) i od „prevoza putnika“, obje kreditne stavke u platnoj bilansi zemalja (UNWTO).

„Turizam je ključni sektor u mnogim naprednim i razvojnim privredama. Tokom proteklih decenija, turizam je iskusio kontinuiranu ekspanziju i diverzifikaciju, te tako postao jedan od najvećih i najbrže rastućih privrednih sektora u svijetu. Porast turizma je bio podstaknut relativno snažnom globalnom ekonomijom, porastom srednje klase i rapidnom urbanizacijom u razvojnim privredama, pristupačnim putnim i viznim uređajima, kao i tehnološkim napretkom i novim poslovnim modelima“ (Žunić, 2022).



Grafikon 3. Internacionalni turistički dolasci (milioni) i prihodi od turizma (USD bilioni) 1995-2019. godine
(*International Tourism Highlights, UNWTO, 2020*)

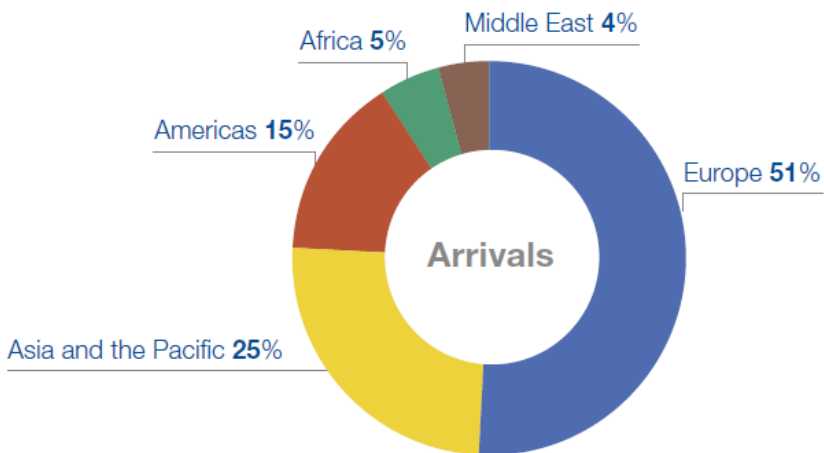
Turizam (međunarodni i domaći) predstavlja glavni dio ukupnog BDP (*direktni turistički BDP kao procentualni udio ukupnog BDP*) za mnoge privrede širom svijeta: npr. najveći turistički BDP ima Macao (Kina) 48%; Jordan, Španija, Hrvatska i Mauricijus 10%; Francuska 7%, itd.



Karta 1. Internacionalni turistički dolasci (milioni) i prihodi od turizma (USD bilioni), 2019.

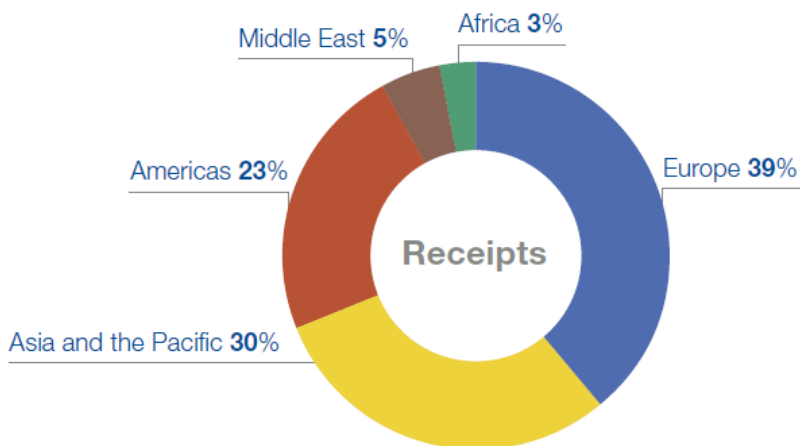
(International Tourism Highlights, UNWTO, 2020)

Prema karti turističkih dolazaka i prihoda od turizma (2019), Evropa je najposjećenija destinacija s preko 700 miliona turista i s najvećim prihodima od turizma u vrijednosti preko 500 milijardi američkih dolara. Bliski Istok je najslabije posjećena destinacija, ali zato prednjači s turističkim razvojem po najvišoj stopi u svijetu (+8%). Najmanje prihode od turizma ima Afrika, jer ima najniži ekonomski i životni standard.



Grafikon 4. Internacionalni turistički dolasci po regionima 2019.
(International Tourism Highlights, UNWTO, 2020)

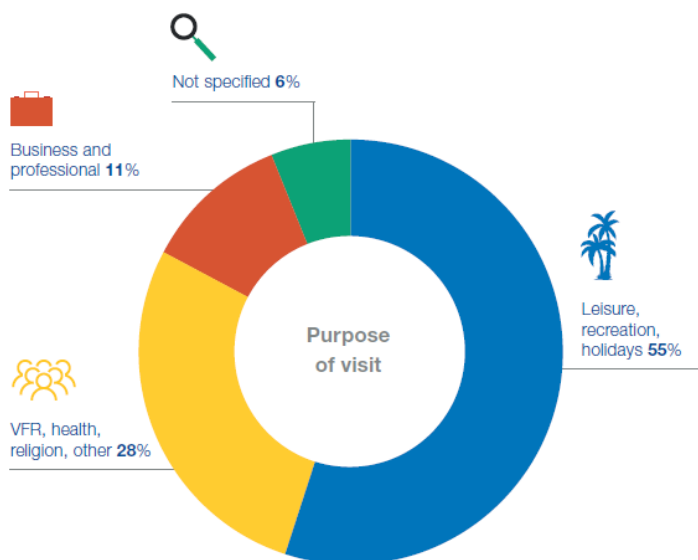
Evropa čini polovicu svjetskih međunarodnih dolazaka, slijede Azija i Pacifik, s 1 od 4 dolaska. Top 10 svjetskih destinacija ostvaruje 40% globalnih dolazaka (Francuska, Španija, SAD, Kina, Italija, Turska, Meksiko, Tajland, Njemačka, UK).



Grafikon 5. Internacionalni prihodi od turizma po regijama 2019.
(International Tourism Highlights, UNWTO, 2020)

Evropa predstavlja gotovo 40% prihoda od međunarodnog turizma, slijede Azija i Pacifik s gotovo jednom trećinom. Prvih 10 destinacija koje najviše zarađuju u turizmu, čine gotovo 50% ukupnih svjetskih prihoda od turizma (SAD, Španija, Francuska, Tajland, UK, Italija, Japan, Australija, Njemačka, Makao).

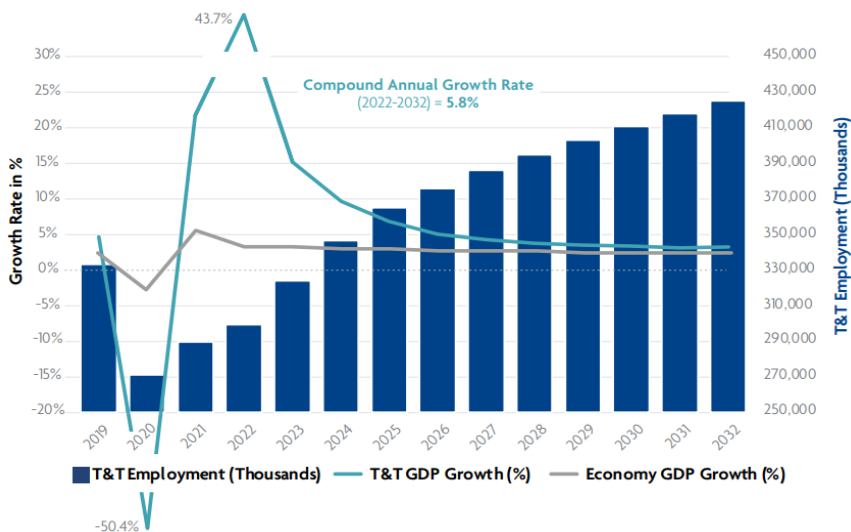
Putovanje u slobodno vrijeme glavna je svrha posjeta u svim regijama svijeta osim na Bliskom istoku, gdje prevladavaju posjeti prijateljima i rodbini (VFR), ili u zdravstvene ili vjerske svrhe.



Grafikon 6. Dolazni turizam prema svrhi posjeta, 2019.
(*International Tourism Highlights, UNWTO, 2020*)

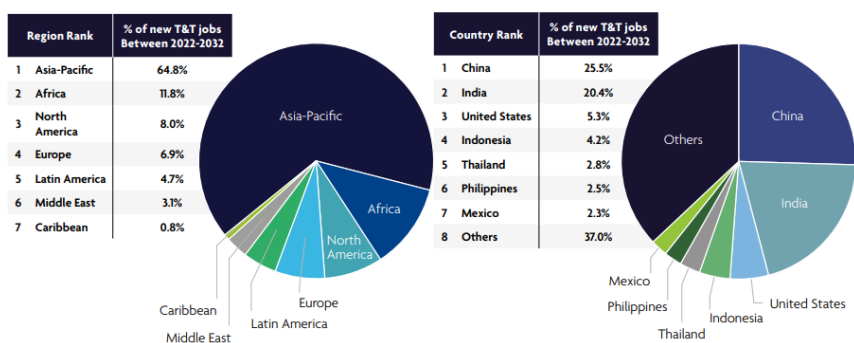
Udio putovanja u slobodno vrijeme porastao je s 50% (2000) na 55% (2019).

Prema projekcijama za period 2022-2032. godine, doprinos putovanja i turizma globalnoj privredi će rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 5,8%, što je više nego dvostruko od procijenjene prosječne godišnje stope rasta od 2,7% za globalnu privredu.



Grafikon 7. Prognoze rasta putovanja i turizma u svijetu za period 2022-2032. godine; učešće u BDP i globalnoj zaposlenosti (World Travel and Tourism Council, 2022)

Predviđa se da će u tom istom razdoblju sektor putovanja i turizma stvoriti 126 miliona dodatnih radnih mjesta, a mnoga od njih će biti skoncentrirana općenito u azijsko-pacifičkoj regiji (64,8%), Kini (25,5%) i Indiji (20,4%).



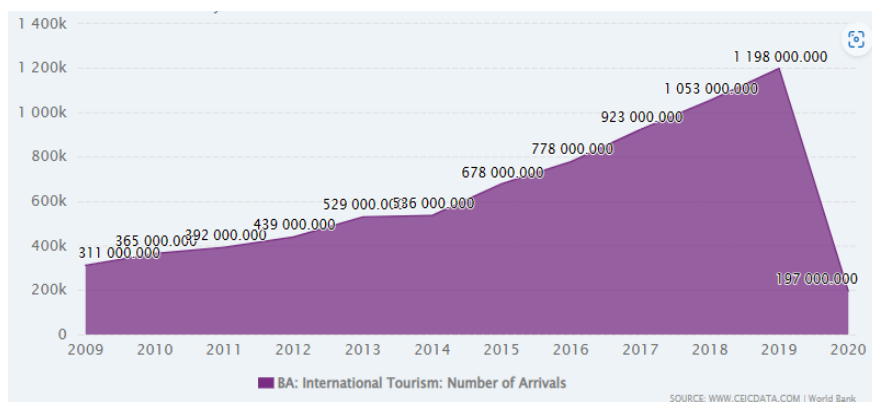
Grafikon 8. Prognoze koncentracije novih poslova u sektoru putovanja i turizma u periodu 2022-2032. godine (World Travel and Tourism Council, 2022)

Prema gornjem grafikonu, procenat novih poslova u sektoru putovanja i turizma u periodu 2022-2032. godine, biće najveći u azijsko-pacifičkom regionu oko 65%, a zatim u Africi 12%, Sjevernoj Americi 8%, itd.; najmanji doprinos turizma u zapošljavanju biće na Bliskom Istoku 3% i Karibima manje od 1%. Vodeće zemlje po pitanju stvaranja novih radnih mjesta u turizmu su Kina oko 26% i Indija 20%, SAD 5%, i dr.

1.1.1. Razvoj turizma u Bosni i Hercegovini

Na primjeru Bosne i Hercegovine, turizam također ima pozitivne tendencije rasta i razvoja, što potvrđuju turističko-statistički indikatori relevantnih institucija.

Prema podacima ITSC (Žunić, 2022), učešće turizma u ukupnom BDP-u iznosi 10,2%, dok u strukturi zaposlenih 12%. BiH ima pozitivan trend turističkih dolazaka u periodu 2014-2018. godine. U strukturi noćenja u 2018. najzastupljeniji su strani turisti (71,2%), a najveću dužinu boravka (preko 3 noći) ostvaruju posjetioци iz Malte, Irske, Kuvajta, Katra, Ujedinjenih Arapskih Emirata, i dr.; hotelski smještaj prednjači (91,1%).



Grafikon 9. Porast dolazaka u BiH za period 2009-2020. godine
(Globalna baza podataka CEIC/ Svjetska banka)

Prema gornjem grafikonu, registrovano je 197 hiljada posjeta u Bosni i Hercegovini u 2020. godini, što je smanjenje u odnosu na oko 1.2 miliona posjeta u 2019. godini. Treba napomenuti da se podaci o dolaznim turistima odnose na broj dolazaka, a ne na broj ljudi koji putuju. Stoga se osoba koja nekoliko puta putuje u zemlju tokom određenog razdoblja računa svaki put kao novi dolazak.

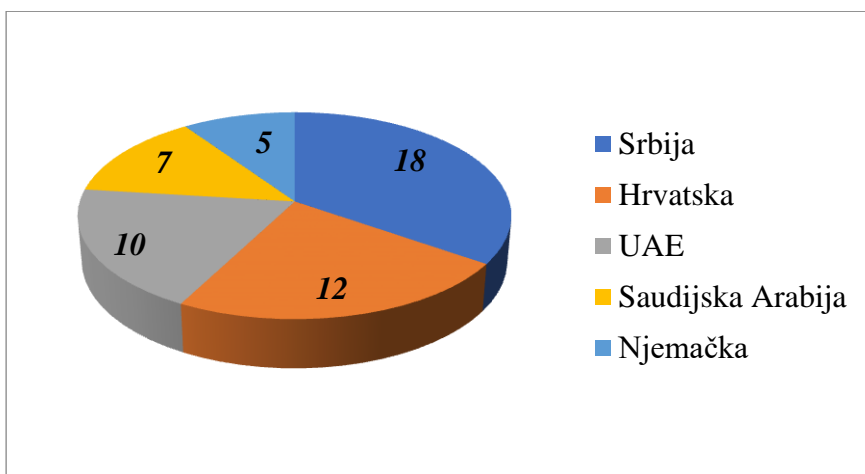
Tab.1. Dolazni (rec.) i odlazni (emit.) BiH turizam prema WTTC

| <i>Dolazni turizam BiH</i> | 2019 (%) | | 2021 (%) |
|-----------------------------------|-----------------|-----------|-----------------|
| Hrvatska | 12 | Srbija | 18 |
| Kina | 9 | Hrvatska | 12 |
| Srbija | 9 | UAE | 10 |
| Turska | 6 | KSA | 7 |
| Slovenija | 6 | Njemačka | 5 |
| <i>Odlazni turizam BiH</i> | 2019 (%) | | 2021 (%) |
| Hrvatska | 27 | Hrvatska | 24 |
| Italija | 25 | Italija | 22 |
| Crna Gora | 14 | Crna Gora | 19 |
| Srbija | 9 | Turska | 11 |
| Turska | 8 | Bugarska | 7 |

(Autor¹)

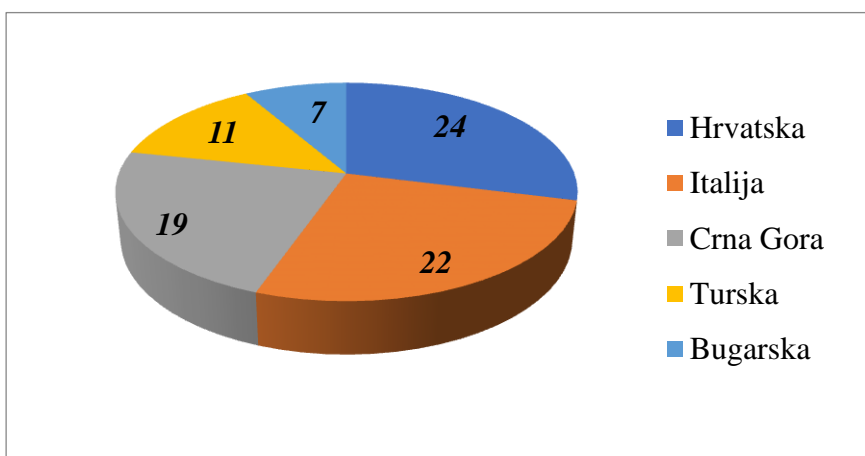
U strukturi dolaznog (receptivnog) turizma na državnom nivou BiH, najveće učešće 40% od ukupnih posjeta, prije pandemije, imali su turisti iz: Hrvatske, zatim Kine i Srbije, pa Turske i Slovenije; ovo se promijenilo u 2021. godini, kada su u ukupnoj strukturi posjeta dominantno zastupljeni: Srbija, Hrvatska, UAE, Kraljevina Saudijska Arabija, i Njemačka; turisti iz navedenih zemalja čine 52% ukupnih posjeta BiH (2021).

¹ tabelarna obrada i prevod



Grafikon 10. Struktura turističkih dolazaka u BiH, 2021. (%)

(Autor)



Grafikon 11. Struktura turističkih odlazaka iz BiH, 2021. (%)

(Autor)

U strukturi odlaznog (emitivnog) turizma, domaće stanovništvo BiH je prije pandemije najčešće putovalo u sljedeće zemlje (83%): Hrvatska, Italija, Crna Gora, Srbija, i Turska; na putovanja u ostale zemlje otpada samo 17%. U 2021. godini, bosanci i hercegovci i dalje najčešće putuju u Hrvatsku, Italiju i Crnu Goru, ali zatim u Tursku i Bugarsku (Srbija više nije u prvih 5 zemalja koje biraju

rezidenti BiH); navedene zemlje čine 82% od ukupnih turističkih odlazaka iz BiH, dok na ostatak svijeta otpada samo 18%.



Grafikon 12. Porast prihoda od turizma BiH tokom 2009-2020.
(Globalna baza podataka CEIC/ Svjetska banka)

Prema gornjem grafikonu, ostvareni prihodi od turizma u Bosni i Hercegovini iznosili su 438 miliona američkih dolara u 2020. godini, što je smanjenje u odnosu na oko 1,2 milijarde USD u 2019. (zbog COVID-19). Treba napomenuti da su prihodi od međunarodnog turizma troškovi međunarodnih dolaznih posjetilaca, uključujući plaćanja državnim prevoznicima za međunarodni prevoz. Ovi prihodi uključuju sve druge uplate za robu ili usluge primljene u destinacijskoj zemlji. Također mogu uključivati potvrde od jednodnevnih posjetilaca, osim kada su dovoljno važni da opravdaju zasebno razvrstavanje. Za neke zemlje ne uključuju račune za predmete prevoza putnika.

Izvozni prihodi od međunarodnog turizma u BiH iznose 6,3% u 2020., što predstavlja pad u odnosu na oko 15% u 2019. godini. Internacionalna turistička potrošnja iznosila je 112 miliona USD u 2020-oj, što je manje u odnosu na 285 miliona američkih dolara u prethodnoj 2019. godini.

1.2. Životna sredina- troslojni sistem u turizmologiji

„Prema Oxford. pojmovniku, životna sredina predstavlja okruženje u kome živi svijet (ljudi, biljke i životnje) živi i opstaje, ili prirodni svijet kao sistem ili kao određeno geografsko područje, koje je naročito utjecano ljudskim aktivnostima. M. Spahić pojašnjava da je geografska sredina uzajamno dejstvo antropogenih i prirodnih procesa, u čijem se okruženju odvija život, te da je termin „geografska sredina“ prikladniji nego „životna sredina“, jer geografska sredina kompleksno odražava stanje interakcije čovjeka i njegovog prirodnog okruženja. Prema HR leksikonu, životna sredina je „biološki“ sve što okružuje neki organizam ili „čovjekova životna sredina“ kao priroda sa svim promjenama i objektima koji su posljedica života i djelovanja ljudi. J. Mittelstrass razlikuje pojmove kreativne prirode i stvorene prirode, dok Njutn proliferira postojanje organskog, fizičkog i društvenog „kosmosa“. Prema Defrančeski, životna sredina je sklop fizičkih, hemijskih i biotičkih faktora u kojima živi neki organizam ili ekosistem. Prema Glavaču, globalni ekosistem (ekosfera) je površina Zemlje, protkana živim bićima, u kojoj su atmosfera, litosfera, hidrosfera, pedosfera i biosfera njeni sastavni dijelovi međusobno povezani i zajednički djeluju. Globalni ekosistem je osnovna organizacijska jedinica prirode, u kojoj su živa bića i njihov neživi okoliš prostorno i vremenski integrisani protokom energije i kružnim tokovima tvari, a posjeduje za nju svojstvene informac. sadržaje, sposobnost samoorganizacije, samoobnove i samoodržanja; to je jedinstvo životne zajednice (biocenoze) i njenog neživog okoliša (ekotopa) s osebujnim i kroz to prepoznatljivim strukturnim i funkcionalnim obilježjima“ (Žunić, 2022).

Geografska ili životna sredina je kompleksni sistem na Zemlji, kojeg sačinjavaju uzajamno povezane prirodne i antropogene geokomponente (žive, nežive, živo-nežive); geokomponente su sastavnice geosfera (atmosfera; hidrosfera i kriosfera; litosfera i pedosfera; biosfera; antroposfera), koje skupa čine geosisteme i

geokomplekse na Zemlji. Ovaj složeni sistem se u geografiji označava kao „geografski omotač“. Životna sredina obuhvata prirodno-geografsku i društveno-geografsku sredinu. Životna sredina predstavlja sveukupnost prirodnih i antropogenih komponenti geografskog prostora koje su kauzalno povezane i čine kompleksni sistem na Zemlji, koji funkcioniše u skladu sa prirodnim zakonitostima, koje su/ ili mogu biti u određenoj mjeri utjecane i modifikovane ljudskim aktivnostima. Geografska ili životna sredina, kao čitav zemaljski prostor, ima različita obilježja od mjesta do mjesta, zavisno od mnoštva geografskih faktora, etimologije, geneze, fizionomije, funkcije i namjene, kao i u zavisnosti od stepena utilizacije i eklopatisanosti određenog područja.

Turizam značajno morfološki i funkcionalno preobražava životnu sredinu, upravo zbog implementacije turističke infrastrukture, turističkih sadržaja i turističkih aktivnosti u određenom geografskom području. Impakti turizma pogađaju pojedinačne komponente: zrak, vodu, živa bića, ljude, društvenu i privrednu organizaciju, itd. Razvoj turizma ubrzava globalizaciju i dovodi kulturnih promjena u svijetu, a isto tako bitno utiče na standard i kvalitet života lokalne zajednice turističkih receptivnih područja. Turizam se manifestuje i realizuje u geografskom prostoru, jer iskorištava geografske resurse kao turističke potencijale i atrakcije, dok se istovremeno kompresijom turističkih aktivnosti i dejstava razvijaju izuzetno složeni procesi sa pozitivnim i/ ili negativnim učincima na razne komponente životne sredine. Prema tome, turizam je kompleksan „prostorni“ i „turistički“ fenomen, i ujedno dio životne sredine. Životna sredina pod dejstvom turizma poprima neke nove i drugačije obrasce, kako u morfološkom, tako i u funkcionalnom smislu.

Prema Włodarczyk-u, geografski i turistički prostor povezani su kognitivnim sferama: geosferama (prirodne sfere Zemlje) i antroposferama (noosfera, sociosfera, tehnosfera).

Tab.2. Kognitivne sfere geografskog i turističkog prostora prema Włodarczyku

| SFERE | | GEOGRAFSKI PROSTOR | TURISTIČKI PROSTOR |
|------------|------------|--|--|
| Geosfere | | Koncentrični slojevi Zemlje, različitog hemijskog sastava i stanja: litosfera, hidrosfera, atmosfera; dio toga je biosfera-prostor naseljen živim organizmima, uključujući i ljude | Priradni turistički resursi i atrakcije koji su temelj za razvoj mnogih turističkih aktivnosti |
| Antrosfere | Tehnosfera | Sfera ljudske interferencije sa prirodom, kao i uvođenje tehničkih komponenti u prirodni environment (infrastruktura, tehnologija). Dio toga je infosfera, cijelovitost registrovanih, procesuiranih i skladištenih informacija. | Formira se tokom turističkog razvoja i pristupačnost posredstvom transporta. Elementi turističke infosfere su distribuirani i rezervacijski sistemi, koji mogu imati ne-sociološke relacije sa elementima razvoja i pristupa transportom |
| | Sociosfera | Sfera interpersonalnih relacija, ljudski psiho-društveni environment. Ove relacije mogu biti različito okarakterisane (ekonomske, političke, kulturne, itd.) | Opisuje relacijski pristup turističkom prostoru i pejzažu. Slično geografskom prostoru općenito, ove relacije mogu biti različite, ali se uglavnom tiču relacija ljudi sa drugim komponentama turističkog prostora |
| | Noosfera | Sfera misli, ljudske mentalne aktivnosti, obično bez formalnih ograničenja | Uključuje perceptualno-mentalni i metaforičke pristupe turističkom sistemu (virtualni prostor, duhovni prostor, itd.) |

(Autor²)

Povezanost i uzajamno dejstvo komponenti geografske, životne i turističke sredine: prirodnih i antropogenih, konzervisanih, kao i horološko-taksonomskih, jasno ukazuju na njihov nerazdvojni integritet- sistem geografske, životne i turističke sredine:

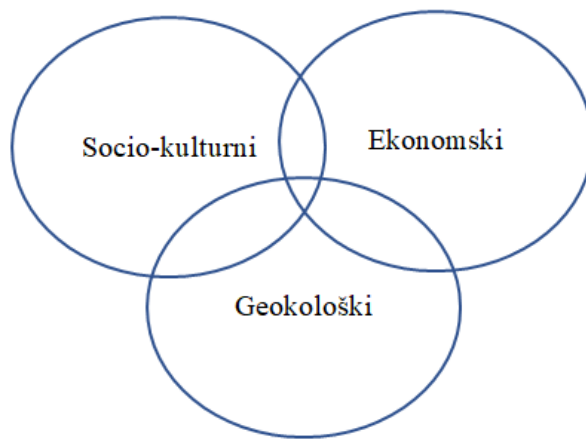
Tab.3. Integritet geografske, životne i turističke sredine

| KOMPONENTE | GEOGRAFSKA- ŽIVOTNA SREDINA | TURISTIČKA SREDINA |
|-----------------------|--|---|
| PRIRODNE | Reljef; klima; vode; tlo; flora i fauna; čovjek | Fundament. Prirodne komponente- turistički potencijali. Humani faktor- nosilac turističkog razvoja. <i>Privodna turistička sredina</i> |
| ANTROPOGENE | Ljudi, stanovništvo, turisti; kultura; naselja; privreda; saobraćaj i komunalije; administrativa | Antropogene komponente- turistički potencijali. Ljudi- učesnici turizma. Turizam- pokretač razvoja i povezivanja. <i>Društveno-geografska (socio-kulturna i ekonomska) turistička sredina</i> |
| KONZERVISANE | Zaštite prirodne i kulturne baštine | Zaštićena područja i sajтови- turističke destinacije. <i>Ekološka turistička sredina</i> |
| HOROLOŠKO-TAKSONOMSKE | Geografsko mjesto, destinacija, regija | Turističko mjesto, destinacija, regija |

(Autor)

² tabelarna obrada i prevod; rezim.

P. Pathak, Little, Gallopin, Kreag, Hall & Page, i brojni drugi autori, uključujući Fondaciju za demokratski i održivi razvoj u Londonu, itd., navode tri stuba održive životne sredine: *sociološki* (kultura, obrazovanje, zdravlje, životni stil, društvena harmonija), *ekonomski* (proizvodnja, tehnologija, zaposlenost, životni standard), *ekološki/ prirodni* (prirodni resursi, emisije, kvalitet životne sredine). Proučavanja impakata turizma usmjerena su upravo na ta tri stuba ili uslovno rečeno tri sloja životne sredine, jer referišu ukupni ambijent životne sredine turističkih područja.



Shema 1. Troslojni sistem životne sredine: socio-kulturni, ekonomski i geokološki ambijent kreiran pod uticajem turizma
(Autor)

1.3. Klasifikacija impakata turizma na životnu sredinu

Masovni turizam uzrokuje enormne promjene u socio-kulturnom, ekonomskom i geokološkom ambijentu životne sredine. „Turizam je resursno zavisna industrija, jer se oslanja na prirodno okruženje, zajednice i ponudu proizvoda kojima će se kreirati iskustvo posjetilaca. Turizam ima tendenciju da koncentriše visoki volumen ljudi u osjetljivim ekosistemima, smješta populacijski „boom“ u društva bez infrastrukture ili razvija planove s tom namjenom, i

premješta kulture u potraživane destinacije. Uporedo s tim, turistička industrija je neosporivo povezana s aktivnostima koje podrazumijevaju „luksuznu“ potrošnju fosilnih goriva. Tokom ranih 70-ih godina bazni principi održivog turizma uvode pokušaje da ublaže ili eliminišu neke od negativnih impakata turizma, ali su ključni naponi održivog turizma da se ispune ekonomske, ekološke i socio-kulturne obaveze uporedo s generisanjem prihoda, kontribucijom zaposlenosti, upravljanjem kulturnim integritetom i zaštitom temeljnih ekoloških procesa i biološkog diverziteta. Turizam utiče na fizionomiju, funkcionalnost i namjenu, kao i na održivost prostora. Reflektuje se pozitivno i/ ili negativno na prirodne i antropogene komponente životne sredine, odnosno u konačnici dovodi do specifičnog preobražaja environmenta. Turizam značajno mijenja ekonomski i životni standard, te stil života rezidenata (lokalne zajednice), ali utiče i na svakog pojedinca uključenog u turističke tokove: domaćina, lokalca i putnika- gosta. Hall i Page ističu problem korištenja i zaštite prostora od masovnog i selektivnog turizma, jer je pod sve većim pritiskom masovnih kretanja u turističkim destinacijama. Pošto je turizam svjetski proces, otvara mnoga prostorna pitanja važna za razvoj ove djelatnosti (pitanja globalizacije, kulturna i politička dešavanja i njihov uticaj na razvoj turističkih regija, uticaj elementarnih katastrofa i klimatskih promjena na turizam). Pošto turizam nije samo ekonomska djelatnost, već i važan društveni proces koji bitno utiče i na ponašanje ljudi, kako prema prirodi, tako i prema drugim ljudima, domaćinima i posjetiocima, fokusira se i na problematiku ponašanja ljudi u turističkim regijama i destinacijama. Šečibović i Žunić navode da geografska proučavanja obuhvataju odnos prema prirodnim i antropogenim turističkim resursima u područjima gdje se razvija turizam. G. Kreag izdvaja sedam kategorija pozitivnih i negativnih impakata turizma: ekonomski, ekološki, sociološki i kulturološki, kongestija, usluge, taxe, stavovi zajednice. K. Košić navodi da je uticaj turizma kompleksnog karaktera i da turizam preinačuje ekološki, socio-kulturni i ekonomski okvir nekog prostora. Proučavanja ekološkog

preobražaja uglavnom naglašavaju promjene koje turizam realizuje na prirodu i ekosisteme nekog predjela. Socio-kulturne promjene uključuju analize kako turizam mjenja lokalne ljude, njihovu kulturu i životni stil, dok ekonomska istraživanja pokazuju kako turizam preinačava ekonomsko-privredni potencijal destinacije“ (Žunić, 2022).

Impakti turizma su zapravo uticaji, efekti ili učinci turizma na životnu sredinu. Tumačenje termina „impakti“ u Oxfordovom pojmovniku obuhvata sljedeće navode:

- djelovanje jednog objekta koji dolazi u prisilni kontakt s drugim;
- izražen učinak ili uticaj;
- doći u nasilni kontakt s drugim predmetom;
- snažno djelovati na nekoga ili nešto;
- snažan učinak koji nešto ima na nekoga/nešto.

Turističko-geografski aspekt podrazumijeva da se životna sredina kao geografska sredina sa svojim prirodnim i društvenim komponentama, nalazi pod snažnim dejstvom turizma, uslijed čega doživljava dramatične promjene, kako pozitivne, tako potencijalno i negativne. Promjene koje priroda i društvo doživljavaju sa globalnim razvojem masovnog turizma mogu se kategorisati na dobre (pozitivne) i loše (negativne), u smislu kompleksnih uticaja turizma na namjenu, izgled i funkcije, kao i održivost određenog geografskog područja i turističkog odredišta za ljude i živi svijet. Pošto se životna sredina u turizmološkim proučavanjima posmatra kao troslojni sistem: socio-kulturni, ekonomski, geoekološki, upravo po tim kategorijama se vrši identifikacija pozitivnih i negativnih impakata turizma; pozitivni impakti se oslovljavaju i kao beneficije ili doprinosi turizma, dok negativni kao ataci, ugroženost ili polucija pojedinačnih komponenti životne sredine.

Pozitivni i negativni impakti turizma se klasifikuju u tri kategorije:

- 1) socio-kulturni,
- 2) ekonomski,
- 3) (geo)ekološki/ environmentalni.

Socio-kulturni i ekonomski impakti turizma, sa geografskog aspekta, koreliraju sa društveno-geografskim komponentama životne sredine, odnosno tiču se društveno-geografskih objekata, procesa i pojava na Zemlji, koji su izloženi uticajima turističke djelatnosti; turizam utiče na njih pozitivno ili negativno, tj. dovodi do kompleksnih promjena i preobražaja u društvu i društveno-geografskoj sredini, koji mogu, ali i ne moraju nužno biti, korisni ili isplativi za ljude, turiste, lokalnu zajednicu i sl.

Geoekološki (environmentalni) impakti turizma u turizmološkoj literaturi koreliraju prvenstveno sa prirodno-geografskim komponentama životne sredine, odnosno tiču se bioloških i fizičko-geografskih objekata, procesa i pojava na Zemlji, koji su izloženi uticajima turističke djelatnosti; turizam utiče na njih pozitivno ili negativno, tj. dovodi do kompleksnih promjena i preobražaja u prirodno-geografskoj sredini, a učinci turizma mogu, ali i ne moraju nužno biti, korisni ili isplativi za prirodu i živi svijet. Međutim, pošto su i ljudi dio prirode, a životna sredina generalno obuhvata prirodno-geografsku i društveno-geografsku sredinu, geoekološki impakti turizma na životnu sredinu sasvim relevantno uključuju aspekte njene zaštite dvojako: prirodne i kulturne baštine. Osim toga, doprinosi turizma za živi svijet flore i faune kroz zaštitu prirode, ujedno su i zdravstvena (biološka, prirodna) korist za ljude, a isto tako potencijalni štetni učinci turizma pogađaju istovremeno ljude i živi svijet, mada u različitom intenzitetu, i sl.

1.3.1. Pozitivni impakti turizma

❖ *Socio-kulturni impakti turizma* uključuju promjene u sistemima vrijednosti, ponašanju pojedinca, moralnom ponašanju, tradicionalnim ceremonijama, kulturnim praksama i organizacijama

u zajednici. Pozitivna strana je što turizam može doprinijeti kulturnoj razmjeni i revitalizaciji starih kultura, tradicija, jezika i umjetnosti. Hall i Page, Stynes i O'Halloran, Timothy, Leung et al., Kreag, Košić, Zhuang et al. i dr. autori slično identifikuju socio-kulturne beneficije turizma (povećanje životnog standarda, obrazovanja, unapređenje infrastrukture, porast saradnje, jačanje kulture i tradicije, i dr.); u IUCN-ovim dokumentima kategorično se prikazuju materijalni i nematerijalni socio-kulturni impakti turizma na lokalnu zajednicu (npr. turizam podstiče izgradnju škola i biblioteka- materijalna korist, a sticanje znanja, obrazovanja i vještina u takvim objektima- duhovna korist); neki izvori naglašavaju kao ključne pozitivne socio-kulturne impakte: unapređenje infrastrukture (ceste, aerodromi, itd.) radi podsticaja turizma, od čega benefitiraju lokalci, i obezbjeđivanje poslova u ruralnim područjima može smanjiti ruralno-urbane migracije i zaustaviti razvoj slamova u urbanim područjima.

Pozitivni socio-kulturni impakti turizma su:

a) Infrastrukturna „urbanizacija“ i turizam

- Saobraćajna infrastruktura i turizam
- Prateća komunalna infrastruktura (voda; energija; otpad) i turizam
- Komplementarna infrastruktura (kulturno-obrazovna, zdravstvena, bankarska, trgovinska i dr.)
- Tematska- turistička infrastruktura (turističko-rekreativna, smještaj, informisanje);

b) Porast obrazovanja, etike i duhovnosti

- Obrazovanje i razvoj vještina
- Obrazovno iskustvo u interakciji sa posjetiocima
- Socijalna kohezija lokalne zajednice i ponos

c) Porast institucionalne saradnje

- Kapacitet izgradnje za institucije i pojedince
- Inicijative, podrška, saradnja i jačanje lokalne zajednice

d) *Porast kulturnog imidža (amelioracija)*

- Kulturna saradnja, razmjene i promocija
- Revitalizacija i prezervacija lokalnog kulturnog identiteta

e) *Porast kvalitete i standarda života*

- Globalizacija i modernizacija životne sredine
- Patriotizam i redukcija migracija
- Životna sigurnost i satisfakcija.

❖ *Ekonomske (privredne) funkcije turizma* obuhvataju njegova djelovanja koja su usmjerena na izrazito privredne ciljeve i koja rezultiraju određenim privrednim učincima. Osnovni ekonomski učinci, koji se ostvaruju razvojem turizma jesu: aktiviranje turističkih potencijala, omogućavanje turističkog privređivanja, zapošljavanje prometnih kapaciteta, povećavanje zaposlenosti, aktiviranje nerazvijenih područja, poboljšavanje devizne bilanse i dr. Ekonomске funkcije turizma su aktivnosti, koje su usmjerene na postizanje konkretnih privrednih učinaka. Te aktivnosti mogu se poduzeti na nivou ugostiteljsko-turističkih preduzeća i organizacija, koje su direktno ili indirektno uključene u kreiranje turističke ponude, ali mogu biti poduzete i na području turističke destinacije (mjesta, regije ili države) na kojoj se odvijaju pojedine faze turističke potrošnje. Vrlo je važno da ugostiteljsko-turističke usluge, osim što prate kriterije tržišne ekonomije, odgovaraju i zakonima potražnje. Osnovne ekonomске funkcije turizma su: multiplikativna funkcija; razvojna funkcija; funkcija zapošljavanja; funkcija uravnoteženja platne bilanse; funkcija podsticanja međunarodne razmjene dobara (Galičić, Laškarin, 2016). U savremenoj literaturi se ističe da turizam doprinosi razvoju brojnih socio-ekonomskih efekata. Socio-ekonomski efekti su širok pojam, jer obuhvataju i sociološke i ekonomске učinke turizma, što se može posmatrati kao dvije zasebne kategorije, iako se u nekim segmentima prepliću, npr. *kvalitet i standard života* podrazumijevaju i stil života, udobnost, komfor, savremenost, modernu opremljenost, ali i veće prihode i veću zaposlenost, jer oni doprinose lagodnijem životu. Hall i Page, Nguyen et al. (2019),

Stynes i O'Halloran, Kreag, (2001), Leung et al.- IUCN (2014), i drugi autori, uglavnom slično definišu pozitivne socio-ekonomske impakte turizma. Najznačajniji tipični ekonomski doprinosi ili ekonomske beneficije turizma su:

- Porast prihoda, zaposlenosti i poslova
- Podstiče i unapređuje lokalnu privredu
- Povećava i stvara mogućnosti za direktno i indirektno zapošljavanje
- Kreira nove poslovne mogućnosti (preduzetništvo)
- Omogućava poslove u uslužnoj djelatnosti
- Podstiče rast lokalnih poslova direktno i indirektno
- Unapređuje investiranje, razvoj, i infrastrukturnu potrošnju-generiše investicije u društvenu i ekonomsku infrastrukturu (škole, klinike, ceste, i dr.)
- Turizam donosi vrijednu valutu, koja je neophodna za uvoz stvari iz inostranstva za pomoć zemlji
- Podstiče inostranu razmjenu i zaradu
- Povećava prihode od poreza npr. zbog porasta broja poslova
- Porast kupovne mogućnosti
- Balansiranje plaćanja i inflacije
- Povećanje troškova
- Porast u radnoj podršci
- Doprinosi prihodima zajednice
- Porast životnog standarda

Prema tome, pozitivni ekonomski impakti turizma mogu se kategorično prikazati kao:

- a) *Multiplikativni doprinosi turizma*
- b) *Rast BDP i prihoda od turizma*
- c) *Porast zaposlenosti i preduzetništva*
- d) *Porast inostrane razmjene i zarade od turizma*

❖ *Pozitivni geokološki impakti turizma* u literaturi često ističu kako dolazak turizma u neko područje podstiče vladu da započne čišćenje zagađenih područja. Stynes i O'Halloran pod geokološkim impaktima turizma podrazumijevaju njegove učinke na komponente životne sredine: zrak, vodu, zemljište, floru i faunu, kao i na infrastrukturu. Slično tome, Hall i Page kao najvažnije geokološke beneficije turizma izdvajaju: unapređenje infrastrukture i zaštitu baštine. Geokološke beneficije turizma se najbolje poznaju kroz formalnu konzervaciju životne sredine i održivi turizam, prevashodno u kontekstu zaštite prirode i osnivanjem IUCN-ovih zaštićenih područja kao matičnih sajtova ekoturizma, ali i kroz prezervaciju kulturnog blaga i implementacijom održivih sajtova kao dijela UNESCO-ve svjetske baštine. Planiranje turizma treba uskladiti sa kapacitetima životne sredine radi postizanja općeg blagostanja. Održivi turizam iziskuje učešće vlasti i svih relevantnih interesnih grupa, sadržajno iskustvo, i zadovoljstvo turista, kod kojih treba razvijati ekološku svijest i održive prakse. „Prema WTO, održivi turizam bi trebalo da:

- 1) Učini optimalnim korištenje resursa životne sredine, koji čine ključni element razvoja turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodnog nasljeđa i biodiverziteta;
- 2) Poštuje socio-kulturnu autentičnost zajednica domaćina, štiti njihovo izgrađeno i savremeno kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti i doprinosi razumijevanju i toleranciji između kultura;
- 3) Obezbeđuje održivo dugoročno poslovanje stvarajući društveno-ekonomske koristi, koje se pravedno raspodjeljuju na sve interesne grupe, uključujući stabilno zaposlenje, mogućnosti za sticanje prihoda i socijalno staranje za zajednice domaćina, kao i doprinoseći smanjenju siromaštva“ (Košić, 2012).

Sve turističke aktivnosti, nevezano za formu turizma, treba da imaju za cilj održivost. Planiranje i razvoj turističke infrastrukture,

poslovanje i marketing, treba bazirati na principima ekološke, socio- kulturne i ekonomske održivosti.

Pozitivni geokološki impakti turizma su:

- a) *Porast IUCN-ovih (eko)turističkih sajtova*
- b) *Porast UNESCO-vih sajtova održivog turizma*
- c) *Komponente prirodne beneficije (eko)turizma*

1.3.2. Negativni impakti turizma

❖ *Negativni socio-kulturni impakti turizma* na životnu sredinu uzrokovani su neplanskim i preintenzivnim razvojem turističke infrastrukture- bez mjere: ugostiteljstvo i hotelijerstvo, smještajni objekti u državnom i privatnom sektoru, restorani, trgovina, razne prodavnice (suvenira i dr.), turističke i putničke agencije, informatori, turistički prevoz, žičare, poslovne, hotelske, tematsko-zabavne i dr. građevine, skijaške staze, itd. Nepoželjni učinci turizma mogu pogoditi lokalno stanovništvo, naselja, građevine i arheološke lokalitete, saobraćaj, privredu i hotelijerstvo, i dr., odnosno, društveno-geografske komponente životne sredine. Neki izvori naglašavaju kao ključne negativne socio-kulturne impakte: turisti se ponekad odnose nerespektabilno prema lokalnim kulturama i običajima, što može uvrijediti lokalce; neka turistička područja mogu završiti s visokom stopom alkohola i droga, što može povećati kriminalnu stopu. Kreag navodi negativne socio-kulturne impakte turizma:

- Pretjerano pijenje, alkoholizam, kockanje
- Povećano maloljetničko pijenje alkohola
- Kriminal, droga, prostitucija
- Pojačano krijumčarenje
- Jezični i kulturni učinci
- Neželjene promjene načina života

- Raseljavanje stanovništva radi razvoja turizma
- Negativne promjene u vrijednostima i običajima
- Poremećaj obitelji
- Isključivanje mještana iz prirodnih resursa
- Nove klike mijenjaju društvenu strukturu
- Prirodni, politički i narušeni odnosi s javnošću

Hall i Page izdvajaju kao negativne socio-kulturne impakte turizma: komercijalizaciju aktivnosti, promjene u demografskim strukturama, i isključenost lokalaca iz turističkih dešavanja.

Negativni socio-kulturni impakti turizma su:

- a) *Turistički atak na naselja, građevine i ambijentalnost*
- b) *Turistički atak na arheološke lokalitete*
- c) *Transportna kongestija i turizam*
- d) *Turističke usluge i gubitak kulturnog identiteta*
- e) *Atak hotelijerstva na resurse, energetiku i ambijent*
- f) *Turistička transkulturacija i krize lokalne zajednice*

❖ ***Negativni ekonomski impakti turizma***, prema Nygen et al., su: nejednaka raspodjela prihoda, povećanje životnih troškova, sezonski poslovi, spolna diskriminacija na poslu (žene plaćene manje za iste poslove), regionalne imigracije uvozne radne snage na štetu lokalne nezaposlenosti, dominacija multinacionalnih kompanija, ekonomsko curenje novca, itd.; Kreag navodi slične probleme; Hall i Page izdvajaju lokalnu inflaciju, irealne cijene, curenje novca i neadekvatne procjene turističke potrošnje; Leung et al. (IUCN) izdvajaju negativne ekonomske impakte turizma u zaštićenim područjima na relaciji sa zaposlenošću, razvojem lokalnih poslova i redukcijom diverziteta privrede, što je opet generalno primjenjivo u bilo kojoj destinaciji (ne mora se nužno odnositi na ekoturizam).

Prema tome, negativni ekonomski impakti turizma su:

- a) *Sezonski poslovi i nerentabilnost*
- b) *Turistička diverzifikacija i zavisnost od turizma*
- c) *Curenje novca kroz destinaciju.*

❖ **Negativni geokološki impakti turizma** u literaturi se uglavnom poistovjećuju sa štetnim uticajima turističke aktivnosti na prirodne (fizičko-geografske) attribute životne sredine (voda, zrak, stanište, živi svijet flore i faune, geologija i tlo, pejzaž). Prema Kreag, negativni geokološki impakti turizma su:

- polucija (zrak, voda, buka, čvrsti otpad, i vizuelni efekti)
- gubitak prirodnog krajolika i poljoprivrednog zemljišta za turistički razvoj
- gubitak otvorenog prostora
- uništavanje flore i faune (uključujući zbirku biljaka, životinja, stijene, korale, ili artefakte od ili za turiste)
- degradacija krajolika, historijskih mjesta, i spomenika
- nestašice vode
- uvođenje egzotičnih vrsta
- poremećaj ciklusa razmnožavanja divljih životinja i ponašanja.

Neki izvori posebno naglašavaju tri najvažnija negativna geokološka impakta turizma:

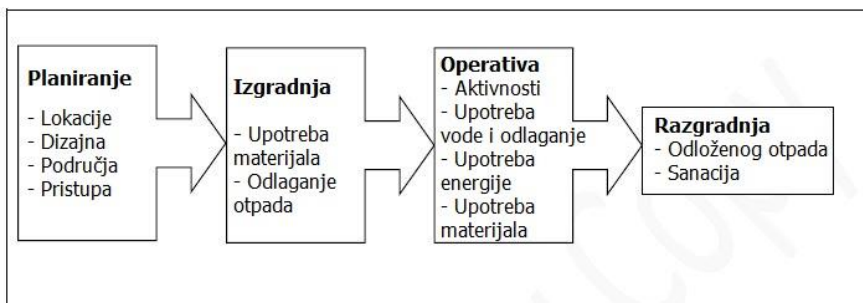
- atak turističke industrije na lokalne resurse- upotreba vode i energije je mnogo veća nego kod lokalaca;
- prenapučenost područja može rezultirati zatrpavanjem otpadom i polucijom lokalne sredine;
- lokalno zemljište obično kupuju velike turističke kompanije koje plaćaju vladi, dok lokalci gube svoje najslikovitije pejzaže;

Hall i Page izdvajaju probleme masovnog turizma u zaštićenim područjima, degradaciju prirode i arhitekture, i generalno narušavanje životne sredine.

Različite vrste turističkih aktivnosti utiču negativno na prirodno-geografske komponente životne sredine:

- izgradnja cesta, parkinga i turističkih terminala,
- lokacija aerodroma,
- turističko korištenje luka,
- izgradnja smještaja i ugostiteljskih objekata,
- izgradnja turističko-zabavne infrastrukture (tematski parkovi, baloniranje, i dr.),
- planinarske staze i kampovi,
- golf-tereni,
- bazeni za plivanje i vodeni parkovi,
- ostalo.

Navedene aktivnosti neizbježno utiču na životnu sredinu, jer uključuju upotrebu minerala i energije, pomicanje staništa, upotrebu vode, poluciju zemljišta i estetske impakte na pejzaž. Operativa turizma (izvedba turističkih radnji) ima uticaj i na stanište vrsta, živi svijet, vodu, upotrebu energije i zraka.



Shema 2. Potencijalni uzroci geokoloških uticaja tokom životnog ciklusa turističkih operativa

(Autor)

Potencijalni negativni okolišni uticaji od turističkih aktivnosti pogađaju sljedeće komponente životne sredine:

- a) Zrak
- b) Svijetlost
- c) Zvuk
- d) Voda
- e) Geološke forme
- f) Zemljište
- g) Pejzaž
- h) Habitat (stanište)
- i) Živi svijet- flora i fauna; ljudi

Izdvojeni su negativni geokološki impakti turizma kako slijedi:

- a) *Polucija zraka, svjetlosti i zvuka*
- b) *Polucija i nestašica vode*
- c) *Ugroženost pejzaža, geoloških formi i zemljišta*
- d) *Ugroženost habitata*
- e) *Ugroženost živog svijeta*

1.3.3. Kumulativni prikaz impakata turizma

Uzevši u obzir prethodne elaboracije pozitivnih i negativnih impakata turizma, ukupni impakti turizma na životnu sredinu mogu se kumulativno prikazati (tabela ispod).

U tabeli ispod su prikazani glavni navodi kao kumulusi tematskih oblasti vezano za pozitivne i negativne impakte turizma-kategorično, s tim da treba imati u vidu da se unutar svakog od njih mogu izdiferencirati dodatne stavke i pojedinačni mjerljivi parametri uticaja turizma na životnu sredinu; npr. unutar infrastrukturne „urbanizacije“ procjenjuje se uticaj turizma na saobraćajnu, komunalnu, turističku i drugu infrastrukturu, itd.

Tab.4. Kumulativna tabela ukupnih impakata/ efekata/ učinaka turizma na životnu sredinu

| <i>Tip impakta</i> | <i>Pozitivni</i> | <i>Negativni</i> |
|-----------------------|--|---|
| Socio-kulturni | <ul style="list-style-type: none"> - Infrastrukturna „urbanizacija“ i turizam - Porast obrazovanja, etike i duhovnosti - Porast institucionalne saradnje - Amelioracija kulturnog imidža - Unapređenje kvalitete i standarda života | <ul style="list-style-type: none"> - Turistički atak na naselja, građevine i ambijentalnost - Turistički atak na arheološke lokalitete - Transportna kongestija i turizam - Turističke usluge i gubitak kulturnog identiteta - Atak hotelijerstva na resurse, energetiku i ambijent - Turistička transkulturacija i krize lokalne zajednice |
| Ekonomski | <ul style="list-style-type: none"> - Multiplikativni doprinosi turizma - Rast BDP-a i prihoda od turizma - Porast zaposlenosti i preduzetništva - Porast inostrane razinjene i zarade od turizma | <ul style="list-style-type: none"> - Sezonski poslovi i nerentabilnost - Turistička diverzifikacija i zavisnost od turizma - Curenje novca kroz destinaciju |
| Geoeološki | <ul style="list-style-type: none"> - Porast IUCN-ovih (eko)turističkih sajtova - Porast UNESCO sajtova održivog turizma - Komponentne prirodne beneficije (eko)turizma | <ul style="list-style-type: none"> - Polucija zraka, svjetlosti i zvuka - Polucija i nestašica vode - Ugroženost pejzaža, geoloških formi i zemljišta - Ugroženost habitata - Ugroženost živog svijeta |

(Autor)

Pozitivni i negativni impakti turizma su pobliže predloženi i detaljnije elaborirani kroz tematska poglavlja monografije.

II POZITIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI TURIZMA

2.1. Infrastrukturna „urbanizacija“ i turizam

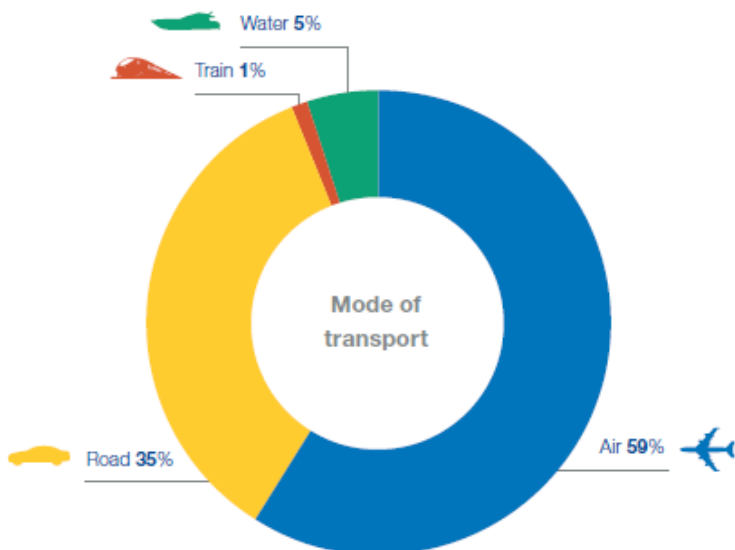
Turizam podstiče razvoj ukupne infrastrukture u određenom području:

- a) Saobraćajna (oblici transporta, volumen i komunikacije; lokalno i globalno povezivanje);
- b) Prateća komunalna (voda, energija, otpad);
- c) Komplementarna (kulturno-obrazovna, zdravstvena, bankarska, trgovinska i dr.);
- d) Tematska- turistička (turističko-rekreativna, smještaj, informisanje)

2.1.1. Saobraćajna infrastruktura i turizam

Najvažniji oblik infrastrukture za turistički sektor predstavlja saobraćajna, jer služi povezivanju turističko-geografskih područja i turističkih objekata (atrakcija, smještaja i dr.), a proizvodi i neke druge specifične oblike turističkih implikacija (npr. turistički doživljaj). Pechlaner i Hammann, Tamrat, EEA, Lumdson i Page, i dr. autori navode tijesnu veza između turizma i saobraćaja, jer je svjetski turizam povećao potražnju u sektoru transporta - putnički transport (zračni, drumski, željeznički, vodeni); bez saobraćaja nema dostupnosti destinacije, niti mogućnosti iskorištavanja turističkih resursa.

Prema podacima UNWTO (2019) putnički transport iznosi 255 milijardi USD i čini 7% globalnog izvoza, odnosno 28% svjetskog uslužnog izvoza. Udio rekreativnih putovanja u periodu 2000-2019. je porastao sa 50% na 55%; udio zračnih putovanja je porastao sa 46% na 59%; cestovni transport je opao sa 49 na 35%.



Grafikon 13. Internacionalni turizam prema modusu transporta u 2019. godini prema UNWTO (Žunić, 2022)

Prema gornjem dijagramu, „zračni prevoz“ je najdominantniji vid transporta u svjetskom turizmu, jer učestvuje sa 59% u ukupnoj strukturi turističkih putovanja.

Međutim, na primjeru Bosne i Hercegovine, prednjači međunarodni cestovni saobraćaj, pa zračni, i na kraju željeznički, uz napomenu da je zračni transport u turizmu (bez domaćih letova) u porastu (2014: 956.9 hiljada; 2019: 1,9 miliona prevezenih putnika) što ukazuje na pozitivne tendencije turističkog razvoja BiH; 60% letova otpada na „Sarajevo International Airport“. Ljetna turistička sezona podstiče porast konekcija za autobuski saobraćaj (Evropa i Azija), „charter“ letove za daleke destinacije (Antalija, Hurgada, Tunis, Kuvajt, UAE i dr.), voz na južnoj ruti- prema Jadranu (Sarajevo-Mostar-Ploče), itd.

„Prema Pechlaneru i Hammannu, povezanost turizma i saobraćaja manifestuje se kroz nekoliko aspekata:

- a) Saobraćajni transfer putnika: *od/do* i *unutar* destinacije;
- b) Kvalitet transporta;
- c) Diverzitet transporta (oblici);
- d) Poveznica sa turističkim lokalitetima i potencijalni doživljaj;
- e) Povezivanje i razvoj područja duž turističkih koridora;
- f) Volumen transporta i turističkog prometa;
- g) Lokalno i globalno povezivanje

Iz turističke perspektive, postoji razlika između saobraćaja *iz/ do destinacije*, kao i *kroz/ u destinaciji*. Postoje mogućnosti da saobraćaj utiče na turističke odlaske i dolaske, npr.:

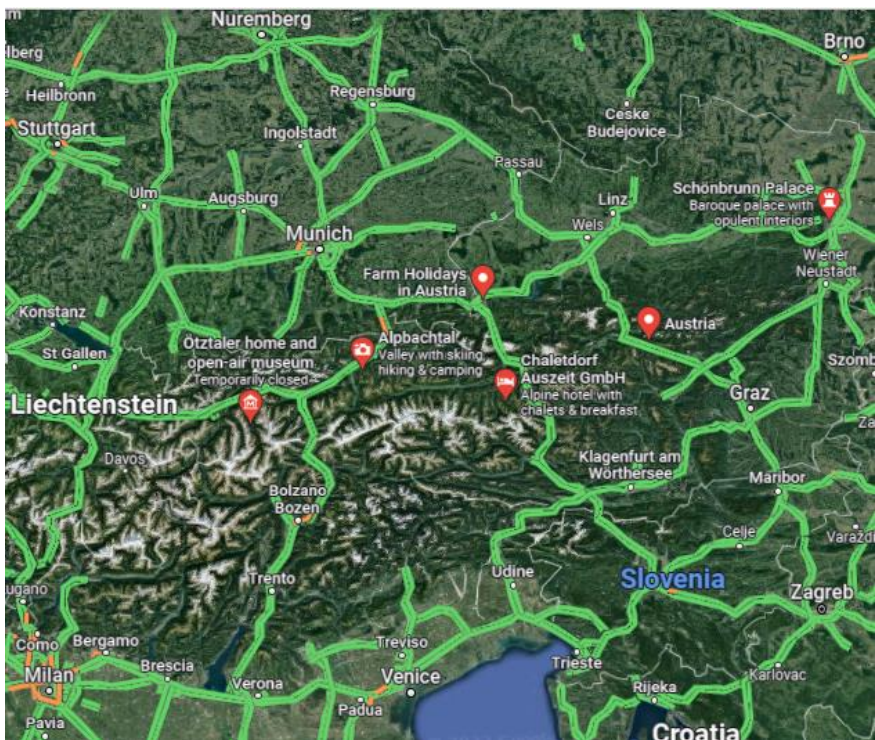
- a) nudeći specijalne uslužne pakete/ aranžmane (npr. uz kartu za koncert bonus je besplatno korištenje javnog prevoza);
- b) implementacija cjenovnog kontrolnog mehanizma (npr. ponuda jeftinih avio-prevoznika);
- c) ponuda određenih usluga (npr. iznajmljivanje automobila).

Kod prevoza u destinaciji (npr. udaljenost od hotela do ski-lifta), također može uticati saobraćaj, npr.:

- a) restrukturacijom destinacije tako da su udaljenosti između lokaliteta turističkih atrakcija ograničene na minimum;
- b) promjenom navika dolaska (npr. dan dolaska u hotel je nedelja umjesto subota);
- c) čineći javni transport atraktivnijim;
- d) omogućavajući alternative za upotrebu auta (npr. instaliranjem pješačkih i biciklističkih staza)“ (Žunić, 2022)

Turizam podstiče razvoj infrastrukture i u zabačenim područjima u divljini (u prirodi) i u zabačenim selima, npr. austrijska alpska sela, koja su polovinom 20.st. bila na „margini razvoja“, depopulaciona i izolirana područja (naročito zimi), sa stagnacijom i recesijom poljoprivredne proizvodnje, itd, su nakon realizacije državne

strategije za razvoj depopulacijskih područja, doživjela revitalizaciju razvijanjem ruralnog turizma i komplementarnih djelatnosti, kao i izgradnjom saobraćajne i komunalne infrastrukture; danas su dobro povezana s glavnim centrima i sl.; za Alpsku turističku regiju turizam predstavlja stratešku privrednu granu, jer generiše oko 50 milijardi EUR godišnjeg prometa i omogućava 10-12% poslova, a posjeduje brojne turističke konkurentne prednosti (dobre komunikacije; prirodni i kulturni potencijali; svjetski poznate ruralne i ski-destinacije; organizovan turizam; jak marketing; i dr.).



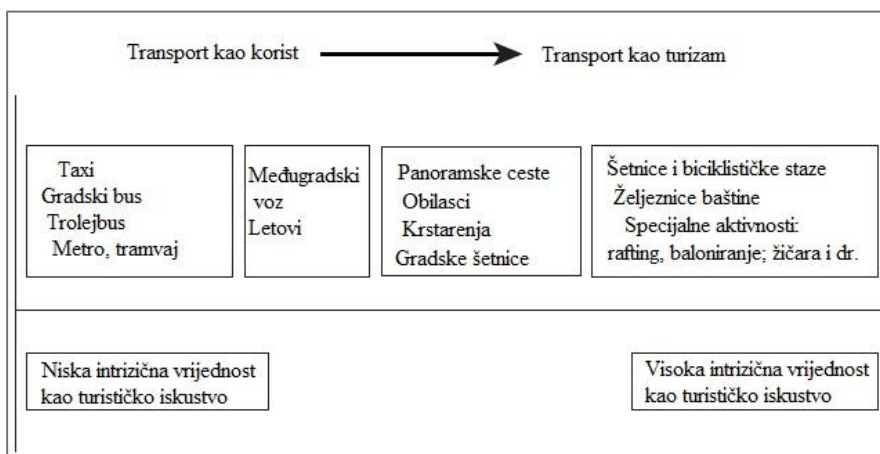
Karta 2. Saobraćajna povezanost turističkih alpskih sela Austrije
(Google Earth Maps)

Na primjeru Sarajeva, rast turizma podstakao je revitalizaciju žičare (*prvi put izgrađena 1959.; obnovljena 2018.*), koja povezuje Bistrik (583 m n.v.) sa Vidikovcem na Trebeviću (1160 m n.v.), a

sada predstavlja jednu od glavnih izuzetno rentabilnih i prosperitetnih atrakcija, jer se prihodi od žičare reinvestiraju u nove turističke projekte i dalji turistički razvoj.

Page i Ge pojašnjavaju dvojako dejstvo transpora:

- a) „korisni transport“, i
- b) „turistička vrijednost“.



Shema 3. Kontinuum turizma i transporta prema Page i Ge
(Autor³)

Specifična veza transporta pokazuje da je transport „standardna korist“- efikasni transfer od jedne do druge tačke i ušteda vremena, ali i „turistička vrijednost“, kada proizvodi zadovoljstvo, adrenalin i doživljaj.

Standardna korist proizvodi nisko intrizično iskustvo, mada je veće ako destinacija nudi više različitih oblika transporta; npr. Beč ima izuzetnu saobraćajnu infra i suprastrukturu podržanu raznim modusima transporta (tramvaj, metro, voz, autobus, i dr.).

³ grafička obrada i prevod; modif.

Visoko intrizično iskustvo- *turistički doživljaj*, dolazi sa specijalnim vrstama turističkog transporta, koje ujedno omogućavaju spektakularan vidikovac ili zabavu; npr. Trebevička žičara pruža jedinstven pogled na najljepšu sarajevsku panoramu (slika ispod). Zanimljiva je bila i sarajevska simulacija prvog tramvaja u Evropi isprobanog upravo u glavnom gradu BiH (2014); tramvaj je imao turističku namjenu za vrijeme ljetne sezone na relaciji Baščaršija-Željeznička stanica (slika dostupna u knjizi: Žunić, „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“, PMF UNSA, 2022, str.125, sl.13.).



Sl.1. Sarajevska panorama sa trebevičke žičare

(Autor)

2.1.2. Prateća komunalna infrastruktura (voda; energija; otpad) i turizam

Razvoj turizma inicira razvoj *komunalne infrastrukture* (vodosnabdjevanje, energetika, zbrinjavanje otpada). Na primjeru turističkog razvoja Sarajeva, problem javnog toaleta za lokalce i turiste je rješavan usput kroz razvoj modernih tržnih centara i ugostiteljskih objekata, kao i uspostavljanjem zaštićenih područja.

Frone naglašava da turizam ima urbanizirajući efekat čak i u selima, jer generalno podstiče razvoj vodne i sanitarne infrastrukture u područjima sa turističkim razvojem, zato što turistička aktivnost povećava potražnju lokalne vode i iskoristivost sanitarne infrastrukture; osim toga, masovni turizam podstiče vlasti da osiguraju bolju brigu o vodenim resursima i njihovoj zaštiti (pr. implementacija ekoloških standarda- Water Act 1959- radi zaštite austrijskih jezera koja su bila ugrožena turizmom). Na primjer: proglašenjem prvog nacionalnog parka u FBiH, BiH- NP Una- područje je dobilo osnovnu infrastrukturu koja omogućava normalan boravak i korištenje prostora za lokalne zajednice i posjetioce parka sa minimalnim uticajem boravka na okolinu, što je regulisano kroz prateće zakonske akte, i dr.

Turizam podstiče i razvoj *energetske infrastrukture*. „Prema USAID, turističko-infrastrukturni energetski sistem sadrži:

- a) uređaje koji zahtjevaju električnu ili toplotnu energiju;
- b) distributivne (decentralizacijske) i toplotne generatore;
- c) ljude koji koriste energiju i koji upravljaju sa energetsom opremom“ (Žunić, 2022).

Turistički objekti koriste energiju za osvjetljenje, komunikacije, zagrijavanje i hlađenje, vodene pumpe i odvod, kancelarijske poslove, kao i za pripremu hrane, vruća voda za kupanje i čišćenje, usluga vešeraja, i struja za uređaje za zabavu gostiju (bilo kao električna ili toplotna energija).

„Upotreba energije u globalnom turizmu iznosi 14,8 petadžula na kvadrat, od čega 94% otpada na transport, 3,5% na smještaj i ostalo na druge aktivnosti. U Hrvatskoj komercijalne usluge, prevashodno turizam, čine oko 12% ukupne upotrebe energije, koja se koristi za izgradnju i dr. (pripremanje hrane, pranje). Balearska ostrva (koja su zavisna od turizma- turizam čini 45% ukupnog BDP-a), imaju najveću upotrebu energije za vrijeme ljetne turističke sezone i

Uskrša, što znači da sa porastom turističkih dolazaka, raste upotreba električne energije. Svjetska hip-hop zvijezda i biznismen- Akon- podupire turistički razvoj Afrike kroz projekat elektrifikacije „Akon Lighting Project“ i izgradnju futurističke destinacije „Akon City“ u Senegalu“ (Žunić, 2022).

Turizam podstiče *zbrinjavanje otpada i akcije čišćenja* zagađenih područja sa turističkim razvojem, uključujući i zbrinjavanje otpada u zaštićenim područjima- centrima ekoturizma; kontrolisani pristup, adekvatni mehanizmi upravljanja, eko-straža i eko-edukacija posjetilaca doprinose očuvanju zelenila. Prema IUCN, dnevni prosjek iznosi 1 kg otpada po gostu, a u BiH nešto iznad: 1,1 kg otpada po gostu na dan. Prioritetni ciljevi u smještajnim jedinicama u vezi sa održivim upravljanjem otpada su: redukcija, re-upotreba, sortaža, reciklaža. Npr. „sarajevski lux hoteli vode računa o sigurnom odlaganju hazardnog hemijskog otpada 100%; preferiraju ekološke proizvode kao što su sapuni disepenzeri i šamponi u refillirajućim ambalažama 83,3%; koriste razgradivi toalet papir 50%, ali još nemaju sistem sortaže po sobama, niti jasno definiranu politiku recikliranja hotelskog otpada“ (Žunić et al., 2019).

2.1.3. Komplementarna infrastruktura (kulturno-obrazovna, zdravstvena, bankarska, trgovinska i dr.)

❖ *Kulturno-obrazovna infrastruktura* obuhvata kulturne i obrazovne institucije, humane resurse, i kulturne, obrazovne i duhovne ciljeve čovječanstva, odnosno lokalaca i posjetilaca, itd. Asmanjati et al. daje primjer pozitivnog uticaja ruralnog turizma na fizički i humanistički razvoj, u smislu izgradnje objekata u seoskim područjima, uključujući obrazovne ustanove, ali i obrazovanje u duhovnom smislu, regulaciju, kurikulum i metode učenja. Na primjeru BiH, turistički razvoj tokom posljednje 2 decenije je unaprijedio kulturnu i obrazovnu infrastrukturu, osnovani su novi fakulteti i specijalistički studiji turizma, kako u državnom, tako i u

privatnom sektoru. Primjer: identifikacija visokoškolskih ustanova za turizam u BiH- tabela ispod.

Tab.5. Visokoškolske ustanove za turizam u Bosni i Hercegovini

| <i>Univerzitet</i> | <i>Fakultet</i> | <i>Studij/ smjer</i> |
|---|---|--|
| Univerzitet u Sarajevu | Prirodno-matematički fakultet, Odsjek: geografija | Turizam i zaštita životne sredine |
| Univerzitet u Sarajevu i Sveučilište u Rijeci | Ekonomski fakultet u Sarajevu i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji | Menadžment-turizam (<i>zajednički master program</i>) |
| Univerzitet u Istočnom Sarajevu | Ekonomski fakultet | Turizam i hotelijerstvo |
| Univerzitet za poslovne studije Banja Luka | Fakultet za turizam i hotelijerstvo | - Turizam; Hotelijerstvo Restoraterstvo; Gastronomija |
| Sveučilište u Mostaru | Prirodoslovno-matematički fakultet | - Turizam i zaštita okoliša |
| Univerzitet „Džemal Bijedić“ u Mostaru | Ekonomski fakultet | - Turizam - Menadžment u kulturnom turizmu |
| Sveučilište Hercegovina | Fakultet društvenih znanosti dr. Milenka Brkića | Turizam |
| Univerzitet u Bihaću | Ekonomski fakultet | Menadžment i marketing u turizmu |
| Univerzitet Sinergija Biljejlina i Univerzitet u Beogradu | Ekonomski fakultet i Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment Bg. | Turizam i hotelijerstvo (<i>zajednički studij</i>) |
| SAP University Alliances | Visoka škola za turizam i menadžment u Konjicu | - Geoturizam; Komunikologija i turizam; Menadžment u turizmu |
| Visoka škola za turizam i hotelijerstvo Trebinje | Visoka škola za turizam i hotelijerstvo Trebinje | - Turizam i hotelijerstvo - Poslovna ekonom. turist. privrede |
| Univerzitet u Tuzli | Ekonomski fakultet Prirodno-matematički fakultet, Odsjek: geografija | - Menadžment u turizmu - Turizmologija |

(Autor)

Prvi studiji turizma su nastali na području Sarajeva, ujedno najposjećenije destinacije, npr. „studij turizma i zaštite životne sredine“ (PMF UNSA, Odsjek za geografiju, impl. 2005), i dr.

Muzeji su važan dio turističke ponude. Osim što su sastavnica urbanih destinacija u svijetu, muzeji se kreiraju i u zaštićenim područjima, upravo radi turističkih potreba- kvalitetniji boravak. Primjer: nacionalni park Yellowstone ima brojne muzeje (na otvorenom i zatvorene): „Museum of the National Park Ranger“, „Norris Geyser basin“ (geotermalni lokalitet), „Fishing Bridge“, „Museum of the Yellowstone“, itd.; muzejska kolekcija sadrži preko 720.000 uzoraka, koji pored arhivske i dokumentacione građe, sadrži dokumentiranu kulturnu i prirodnu historiju parka (prirodni, kulturni i arheološki objekti, minerali (opsidijan i dr.), lobanje prvih vukova reintroduciranih u park, itd.).

Turizam BiH je podstakao rast tematskih muzeja (naročito od 2000-te), prvenstveno na teritoriji Sarajeva, ali i u drugim područjima zemlje.

Tab.6. Identifikacija muzeja u Bosni i Hercegovini formiranih krajem 20. i početkom 21.st. (1995-2020)

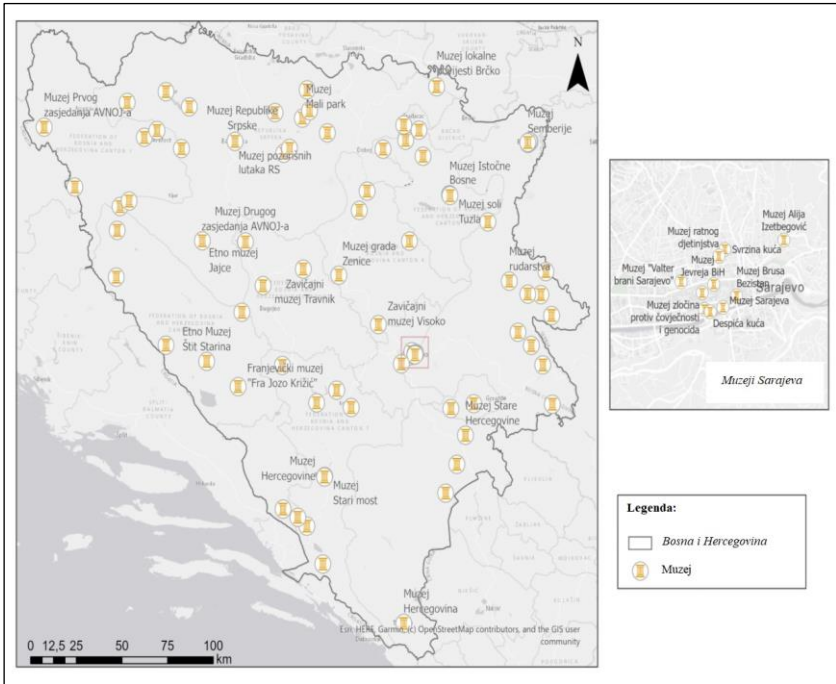
| <i>Region</i> | <i>Naziv muzeja</i> | <i>Godina</i> |
|--|---|---------------|
| <i>Federacija Bosne i Hercegovine (FBiH)</i> | 1. Spomenički kompleks Tunel D-B/Tunel spasa, Sarajevo | 1995 (1993) |
| | 2. Franjevački muzej i galerija Gorica-Livno | 1995 |
| | 3. Gradska galerija Bihać | 1998 |
| | 4. Muzej šejh hadži Mesud Hadžimejić, Vukeljići | 1999 |
| | 5. Muzejska zbirka, Ključ | 2000 |
| | 6. Bošnjački institut- Fondacija Adila Zulfikarpašića, Sarajevo | 2001 |
| | 7. Zavičajna zbirka "Baština", Novi Travnik | 2004 |
| | 8. Galerija Enver Krupić Bihać | 2006 |
| | 9. Muzej Alija Izetbegović, Sarajevo | 2007 |
| | 10. Art-kuća sevdaha, Sarajevo | 2008 |
| | 11. Muzej Tešanj | 2009 |
| | 12. Etno muzej Jajce | 2010 |
| | 13. Muzej Gazi Husrev-beg, Sarajevo | 2012 |
| | 14. Galerija 11/07/95, Sarajevo | 2012 |
| | 15. Muzej Gazi Husrev-begove biblioteke, Sarajevo | 2014 |
| | 16. Muzej Sarajevske pivare, Sarajevo | 2015 |
| | 17. Muzej Kakanj | 2015 |
| | 18. Zavičajni muzej, Goražde | 2016 |
| | 19. Muzej zločina protiv čovječnosti i genocida 1992-1995, Sarajevo | 2016 |
| | 20. Muzej ratnog djetinjstva, Sarajevo | 2017 |
| | 21. Muzej optičkih iluzija | 2020 |
| | 22. Olimpijski muzej | 2020 (1984) |
| <i>Republika Srpska (RS)</i> | 23. Spomen - područje, Donja Gradina | 2003 |
| | 24. Muzej rudarstva, Milići | 2009 |
| | 25. JU Arheološki muzej "Rimski municipium" Skelani – Srebrenica | 2010 |
| | 26. Muzej pozorišnih lutaka Republike Srpske, Banja Luka | 2013 |
| <i>Brčko distrikt (BD)</i> | 27. Fondacija/Legat Ekmečić, Brčko | 2017 |
| | 28. Muzej Brčko distrikta | 2017 |

(Autor)

Tab.7. Zastupljenost novih muzeja u BiH po regionima

| <i>FBiH</i> | <i>RS</i> | <i>BD</i> | <i>Ukupno- BiH</i> | <i>Sarajevo</i> |
|-------------|-----------|-----------|--------------------|-----------------|
| 22 | 4 | 2 | 28 | 12 |
| 78.6% | 14.3% | 7.1% | 100% | 42.9% |

(Autor)



Karta 3. Muzeji u Bosni i Hercegovini

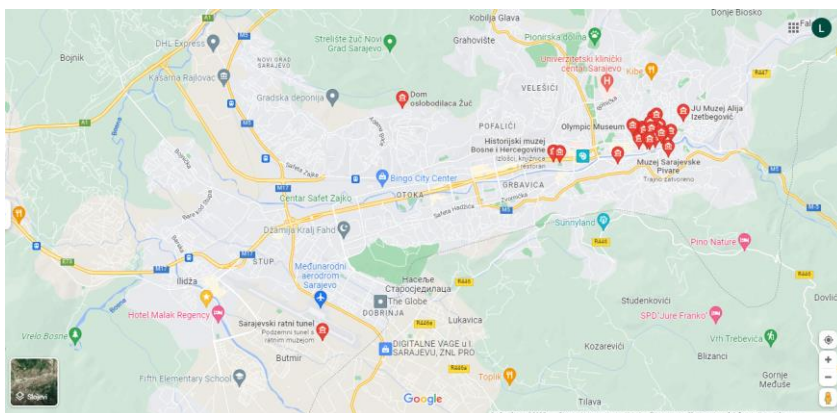
(Autor)

Crveni kvadratni poligon na karti pokazuje najgušću koncentraciju muzeja na području Sarajeva.



Sl.2. Austro-Ugar. kulturna baština BiH: Zemaljski muzej (1888)

(Autor)



Karta 4. Prostorni razmještaj muzeja u Sarajevu
(Google Earth Maps)

Prema karti, najveća gustoća muzeja je u starom dijelu grada- orijentalna kulturna jezgra destinacije- najvrednija turistička zona.

❖ Turizam podstiče razvoj *zdravstvene infrastrukture*; turizam donosi zdravstvene ustanove i u udaljena zaštićena područja ili specijalno dizajnirane uređaje za npr. ronilačke turističke lokalitete (hiperbarične komore na važnim ronilačkim odredištima- za kisik). Primjer: turistički razvoj Sarajeva je podstakao rast privatnih zdravstvenih poliklinika, koje pružaju usluge na engleskom jeziku (Al Tawil, Sanasa, Sara-Vita i dr.).

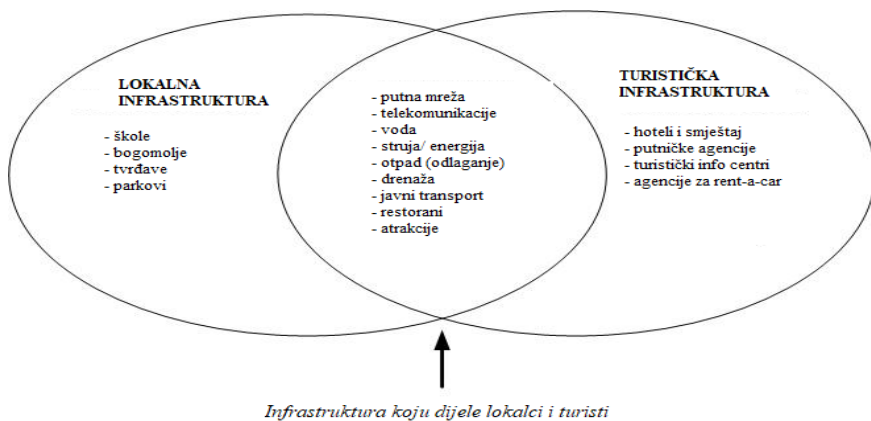
Sarajevo je najvažnije središte bankarstva u BiH, a najposjećenija je turistička destinacija; „66% turista je ocijenilo uslugu bankarstva dobrom“ (Žunić, 2016); najveće banke UniCredit, Raiffesen Bank, Intesa Sanpaolo i Sberbank kontrolišu preko 60% tržišta, ali je s turističkog aspekta naročito zanimljiva BBI, zbog povoljne lokacije u centru grada i očigledne turističke kongestije naročito ljeti; locirana je unutar istoimenog trgovačkog centra, koji je ujedno jedan od najposjećenijih u gradu.

❖ *Trgovina i šoping* predstavljaju konstitutivni dio turističkog proizvoda Kantona Sarajevo 15%; preko 70% turista je ocijenilo

uslugu šopinga dobrom; u Sarajevu se mogu izdvojiti tri tipa lokacije trgovačkih centara: u centru, na raskrscima glavnih saobraćajnica, i u blizini cestovnih terminala na periferiji grada; najposjećeniji su u tzv. CBD zoni (SCC, Alta i BBI), a vodeći motivi posjete su: šoping i gastronomija; na području općine Stari Grad nema modernih trgovačkih centara radi prezervacije autentičnosti orijentalnog ambijenta.

2.1.4. Tematska- turistička infrastruktura (turističko-rekreativna, smještaj, informisanje)

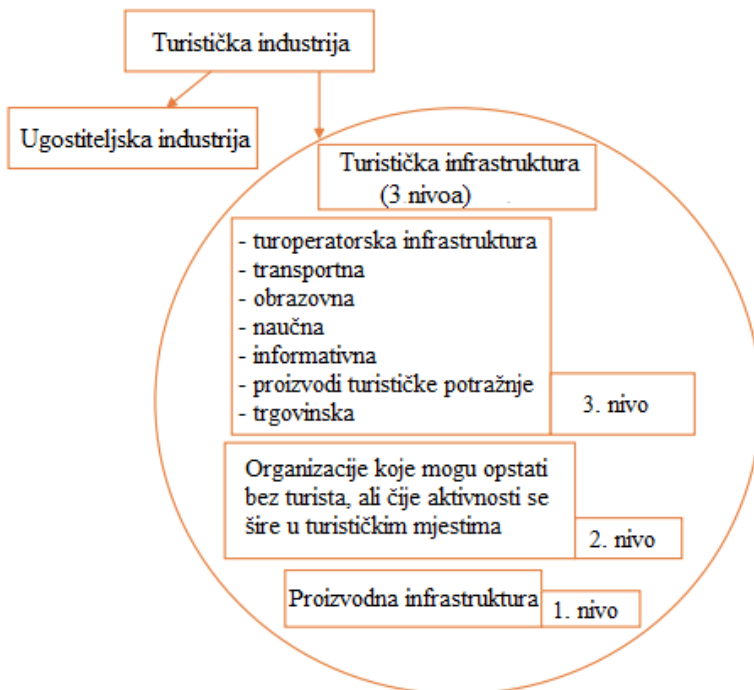
Prema Mohamed i Omar, *turistička infrastruktura* je fizički element koji je kreiran da usluži posjetioce; turistička infrastruktura kompresuje „soft“ investirajuće komponente (trening, razvoj poslova, akreditacione sheme, industrijsko rukovodstvo) i „hard“ turističke uređaje (transportni, uređaji za informisanje, interpretacija pejzaža, kulture i prirode, environmentalna zaštita i pristup za pješake, jahače i bicikliste, uključujući i staze do planina, jezera i rijeka); baznu turističku infrastrukturu čine: smještaj, turistički sadržaji i transportni servisi.



Shema 4. Zajednička infrastruktura turista i lokalaca prema Mohamed i Omar (Žunić, 2022)

Centralni dio sheme pokazuje elemente društvene infrastrukture koje ponajviše dijele lokalci i turisti, mada lokalci i turisti dijele npr. i hotele zbog bašti i restorana javne namjene i sl.

Bogdasheva shema ispod pokazuje kompleksnost turističke industrije i turističke infrastrukture, koja predstavlja sistem na tri nivoa:

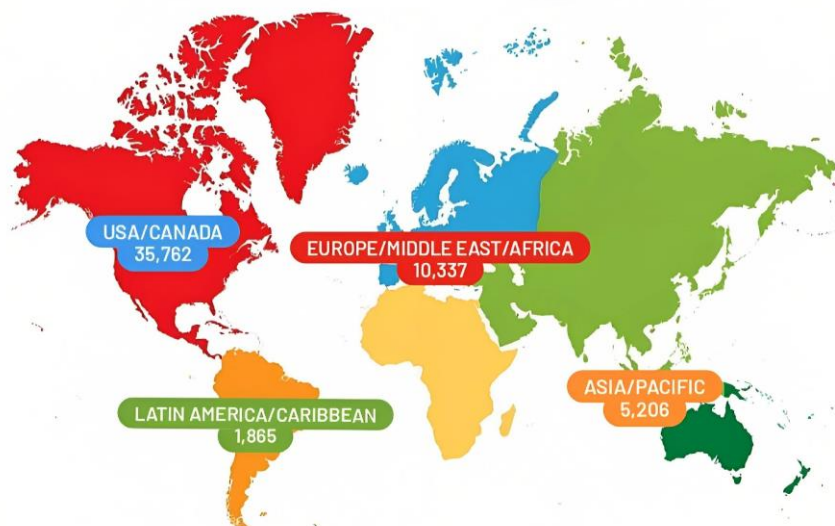


Shema 5. Turistička infrastruktura kao dio turističke industrije prema Bogdashevu (Žunić, 2022)

Shema prikazuje elemente *turističke infrastrukture* (turoperatori, transport, informacije i dr.), *proizvodne infrastrukture* (uključuje građevine, komunalije i sl.), i *organizacije koje mogu funkcionisati bez turista*, ali se rapidno šire s rastom turizma su (rentajuće firme, taxi, kafane, restorani, klubovi, muzeji, teatri i kina i dr.).

❖ *Smještaj*

U svijetu ima preko 53000 hotela, 756 hotelskih lanaca i 6000 hotela u nezavisnom vlasništvu, a najviše- preko 66% ih je skoncentrisano na područje Sjeverne Amerike (SAD i Kanada).



Karta 5. Hoteli u svijetu prema ABC Global Services

(Autor)

Vodeći svjetski hotelski lanci: američki *Marriot*, *Hilton*, *Hyatt*, *Wyndham* i britanski *Intercontinental*, imaju veliki broj brendova, objekata i soba širom svijeta (njihovo vlasništvo), čitavu industriju zaposlenih, visoke prihode po dostupnoj sobi (RevPar) i enormnu milijardersku zaradu u 2022. godini (američki dolari). Slično je i sa američkim *Choise hotels*, čiji godišnji neto-prihod iznosi 0,332 milijarde USD (332 miliona), itd. Impozantan razvoj prepoznat je i kod kineskog *JinJiang*, koji ima 40 brendova u 60 zemalja, itd.

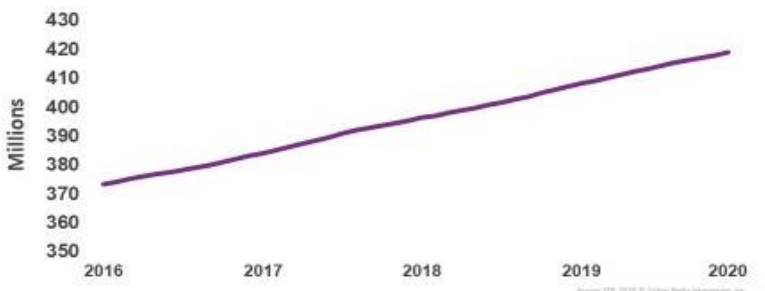
Tab.8. Glavni indikatori vodećih hotelskih lanaca u svijetu

| | RevPar (USD) | Brend | Zemlje | Radnici | Objekti | Sobe | Neto-prihod (USD mlrd.) |
|---------------------|-----------------|-------|--------|---------|---------|-----------|----------------------------|
| 1. Marriot | 96 | 30 | 138 | 377.000 | 8.300 | 1.500.000 | 2,358 |
| 2. Hilton | 102 | 19 | 123 | 365.000 | 7.165 | 1.100.000 | 1,255 |
| 3. Hyatt | 187 | 26 | 70 | 189.000 | 1.600 | 266.048 | 0,455 |
| 4. Intercontinental | 134 | 22 | 46 | 325.000 | 7.500 | 650.000 | 0,375 |
| 5. Wyndham | 46 | 24 | 95 | 296.193 | 9.100 | 843.000 | 0,355 |

(Autor⁴)

Evropski hoteli su također zabilježili visoke vrijednosti stope prihoda po sobi u periodu 2009-2019. godine; najviše stope imaju Austrija, Italija, Španija i dr.; Austrija prednjači (+7,6%), zahvaljujući snažnoj aktivnosti Beča s brojnim kulturnim i poslovnim manifestacijama.

Pozitivan trend rasta prisutan je i u kategoriji luksuznih hotela u svijetu; procjenjuje se da će vrijednost lux hotela porasti sa oko 120 milijardi USD (2021) na 240 milijardi USD (2028).



Grafikon 14. Rast globalne lux hotelske industrije 2016-2020.

(Žunić, 2022)

Na primjeru Sarajeva, „luksuzni hoteli čine 12% hotelskog smještaja; imaju povoljnu i dobro isplaniranu lokaciju u blizini zaštićenih područja (SP Vrela Bosne); 67% je smješteno na JZ u

⁴ Prema dostupnim statistikama i izvještajima (kombinacija izvora; cit.ref.)

blizini termomineralnih vodenih resursa, na samo 10-15 km od centra” (Žunić et al., 2019); ocjena smještaja u sarajevskoj destinaciji je prema turistima dobra (46%) do odlična (47%), i odlična prema turističkim menadžerima (60%) (Žunić, 2016).

U Evropi i svijetu je također popularan trend rasta zelenih hotela (započelo 1990-ih), koji imaju eko-frendli koncept, i uglavnom predstavljaju moderni brend čuvenih hotelskih lanaca.

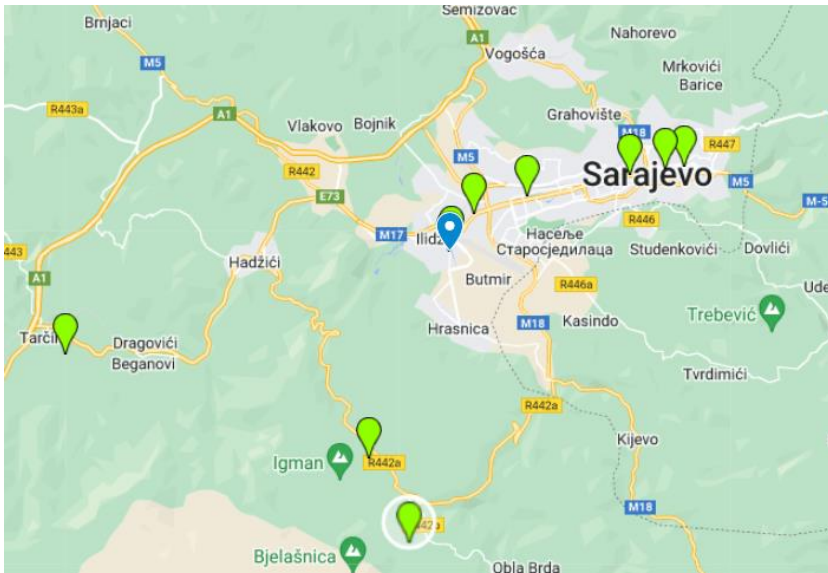


Karta 6. Certificirani “green hoteli” u Evropi 2020.

(Žunić, 2022)

Karta pokazuje najveću koncentraciju „zelenih hotela“ u zapadnim i sjevernim područjima Evrope, i na jugu Balkanskog poluostrva, kao i u regionu Male Azije (prvenstveno Turska); npr. „*Tarčin Forest Resort & Spa*“ je sarajevsko zeleno turističko naselje u Tarčinskoj dolini okruženo planinama (McGallery, Accor grupacija), mada nema 100% zeleni koncept; investitori su

Kuvajćani, a najzastupljenija je klijentela s Bliskog Istoka (borave po 3 mjeseca i duže).



Karta 7. Hoteli u Kantonu Sarajevo
(Google My Maps)

Istraživanja eko atributa u sarajevskim lux hotelima (Žunić et al., 2019) pokazala su da nemaju zvanično utemeljenu i prepoznatu eko-politiku/ GHP (*Green Hotel Policy*), iako posjeduju određene eko-atribute, poglavito zastupljene u kategoriji štednje energije, a zatim štednja i zaštita vodenih i dr. resursa.

❖ *Turoperatori*

Razvoj turizma u svijetu je podstakao razvoj brojnih turoperatora i turističkih agencija koje djeluju širom svijeta.

Prema Statisti, vrijednost tržišta u sektoru putničkih agencija (2021) iznosi 290 biliona USD, 196 hiljada poslovnih operatera i 1.6 miliona zaposlenika, dok je veličina tržišta u sektoru online travel agencija (2020) iznosila čak 432 biliona USD (Žunić, 2022).

Tab.9. Glavni indikatori turoperatora i putničkih agencija u Evropi prema Eurostatu za 2012. godinu

| | Broj firmi | Broj zaposlenih | Promet |
|----------------|-------------|-----------------|------------------|
| | (hiljade) | | (milioni EURA) |
| EU-28 | 93.9 | 495.0 | 160 000.0 |
| Belgium | 1.6 | 9.0 | 5 601.4 |
| Bulgaria | 1.6 | 5.9 | 419.1 |
| Czech Republic | 6.1 | 12.2 | 1 845.8 |
| Denmark | 0.6 | 6.2 | 3 095.0 |
| Germany | 9.8 | 89.7 | 26 446.2 |
| Estonia | 0.3 | 1.5 | 187.8 |
| Ireland | 0.5 | 4.6 | 1 426.8 |
| Greece | 2.6 | 11.1 | 1 452.4 |
| Spain | 11.4 | 53.9 | 18 057.2 |
| France | 7.3 | 40.9 | 13 713.4 |
| Croatia | 1.7 | 5.5 | 513.9 |
| Italy | 15.3 | 46.5 | 11 431.2 |
| Cyprus | 0.5 | 2.0 | 88.9 |
| Latvia | 0.7 | 2.0 | 268.0 |
| Lithuania | 1.0 | 2.7 | 244.2 |
| Luxembourg | 0.1 | : | : |
| Hungary | 1.9 | 5.8 | 799.7 |
| Malta | 0.6 | 1.7 | 186.2 |
| Netherlands | 3.9 | 23.3 | 8 305.1 |
| Austria | 1.5 | 11.7 | 4 861.3 |
| Poland | 6.4 | 20.3 | 2 270.8 |
| Portugal | 2.3 | 9.6 | 1 888.3 |
| Romania | 2.6 | 10.1 | 791.8 |
| Slovenia | 0.7 | 1.9 | 404.5 |
| Slovakia | 1.1 | 2.7 | 471.5 |
| Finland | 1.5 | 4.8 | 1 655.0 |
| Sweden | 3.6 | 12.6 | 6 993.8 |
| United Kingdom | 6.7 | 96.3 | 44 892.2 |
| Norway | 1.8 | 5.7 | 5 252.9 |
| Switzerland | 1.0 | 14.7 | 6 561.6 |

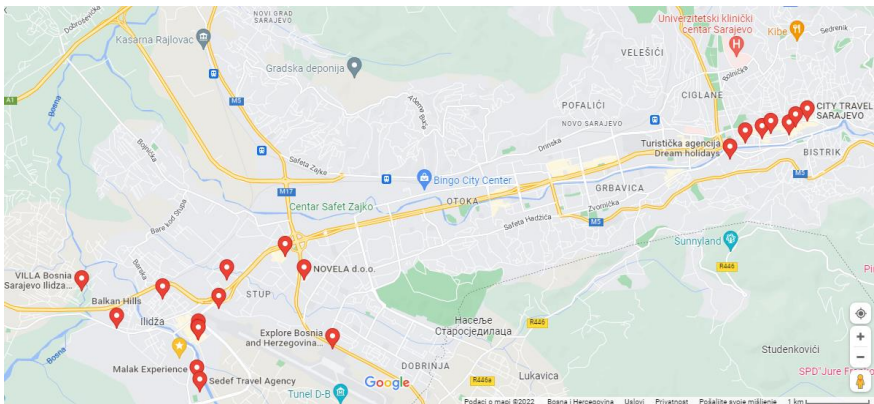
(Autor)

Prema gornjoj tabeli:

- a) po broju turoperatora prednjače Italija, Španija, Francuska i dr. (npr. Italija ima preko 15 hiljada), koje su najpopularnije (najposjećenije) turističke zemlje Evrope;

b) po broju zaposlenih i po ostvarenom prometu prednjače Velika Britanija (UK), Njemačka i Španija, što znači da ove zemlje najozbiljnije shvataju značaj rada u sektoru turističkih agencija i drže do svog turističkog imidža, najprincipijelnije su i najetičnije, jer imaju dovoljan broj zaposlenih i ne forsiraju humane- radne resurse; UK i Njemačka imaju i najviši socio-ekonomski i životni standard u Evropi), pa su razumljive visoke vrijednosti ostvarenog prometa (npr. UK ima preko 96 hiljada zaposlenih u sektoru turističkih agencija, čiji promet iznosi čak oko 45 milijardi EURA).

Najveće putničke kompanije u svijetu su prvenstveno američke: *Expedia Group*, *Booking Holdings*, *American Express Global Business Travel* i dr. sa prodajnom vrijednosti više milijardi američkih dolara (npr. „Expedia“ preko 100 biliona USD); od evropskih prednjači holandska CWT (25 milijardi \$ od prodaje); najveće turističke agencije u BiH, s prihodima u vrijednosti 1,4-2,7 miliona USD, su uglavnom sarajevske: *Promo Tours*, *Eastwest*, *Relax Tours*, *BH Passport* i dr.



Karta 8. Turističke agencije u Sarajevu
(Google Earth Maps)

Prema karti, najgušća koncentracija putničkih agencija je u glavnim turističkim zonama: Centar, Stari Grad, Ilidža, što jasno demonstrira uticaj turizma na njihov razvoj; Ilidža je naročito interesantna, jer je njen turistički razvoj zaživio u posljednje dvije decenije, pa tako i kontinuirani rast broja agencija na tom području.

❖ *Turističko informisanje*

Turističko informisanje je jedna od najvažnijih aktivnosti turoperatora i agencija, kao i drugih institucija u sektoru turizma; npr. u 2020. godini vodeći turistički informator je „Ministarstvo turizma Grčke“, što je rezultiralo povećanim brojem turističkih posjeta, što mu je i bio primarni cilj. Na primjeru Sarajeva, turističko informisanje je dobro 56%, mada je slabo vrednovano prema mišljenja trećine turista, ponajviše zbog slabije turističke navigacije i nedovoljne uslužnosti lokalaca uglavno zbog nepoznavanja engleskog jezika.

2.2. Porast obrazovanja, etike i duhovnosti

Razvoj obrazovanja, etike i duhovnosti su prateća pojava turizma. Turizam doprinosi razvoju specijalističkog obrazovanja, vještina i treninga, zatim obrazovnom iskustvu u interakciji sa posjetiocima, socijalnoj koheziji, i unapređenju osjećaja za državni i lokalni ponos.

2.2.1. Obrazovanje i razvoj vještina

Razvoj turizma nalaže potrebu za dodatnim i specijalističkim obrazovanjem turističkog kadra. Iako u turizmu preovladavaju profili ekonomske orijentacije, u svijetu i Evropi je u porastu obrazovanje geografskih kadrova u turizmu. Na primjeru Bosne i Hercegovine, ubrzan turistički razvoj s početka 21.st., inicirao je značajne obrazovne reforme, koje su rezultirale osnivanjem novih studijskih programa i fakulteta iz oblasti turizma (*kako je ranije*

prikazano u tabeli). Turistički predmeti se ne proučavaju samo na studiju turizma, već su dio kurikuluma i na drugim usmjerenjima, npr. nastavnički studij geografije i studij regionalnog i prostornog planiranja (PMF UNSA/ Odsjek za geografiju) također objedinjuju predmete iz matične oblasti turizma (turističko planiranje, turistička geografija, etnologija i dr.). Osim edukacije u turizmu na visokoškolskim institucijama, Vlada je omogućila i „kurseve za turističke vodiče“, i dr.

Razvoj turizma podstiče i obrazovanje u širem kontekstu: učenje stranih jezika, kultura ophođenja sa strancima, upoznavanje kultura, razne vještine. „Prema IUCN, turistički menadžeri omogućavaju zaposlenicima prenosive vještine: kurseve jezika, pismenosti i brojne treninge, koji podižu nivo obrazovanosti lokalne zajednice; turistički poslovi mogu biti prilika za sticanje drugih vještina npr. poljoprivredne, tehnologije za proizvodnju energije, higijena hrane, mehaničke i dr.“ (Žunić, 2022). Primjer: kulturno-umjetnička društva u Sarajevu (Sehara, Zlatne ruke i dr.), podstiču učenje tradicionalnih vještina (pletenje, vez, tkanje na stanu; sukanje pite, itd.)

Komunikacijske vještine i poznavanje stranih jezika (engleskog i dr.) su jedan od najvažnijih alata u sektoru turizma, i jedan od faktora uspješnosti destinacije. Struktura turista-posjetilaca podstiče potrebu za učenjem dodatnih jezika; primjer: „86% turističkih radnika u Sarajevu iskazalo je potrebu za učenjem *arapskog* i *turskog jezika*, zbog intenzivnih posjeta iz zemalja Bliskog Istoka i Turske“ (Žunić, 2018).

Turizam je glavni motiv u programima međunarodne razmjene u sektoru školstva i sl. (ERASMUS, MEVLANA, CEEPUS i dr.). Ekoturizam doprinosi turističko-naučnim posjetama s ciljem istraživanja biodiverziteta, zatim saradnji brojnih naučnih, školskih i ekoloških organizacija iz regije i svijeta (WWF, Park Dinarids i dr.), jer su zaštićena područja rudnici prirodnih i kulturnih resursa i brojnih misterija- neistraženih fenomena. Osim toga, obrazovanje

indirektno podržava konzervaciju kroz ekološke teme i edukaciju posjetilaca i rezidenata, podsticanje eko-frendli ponašanja i razvoj filantropske podrške.

„Prema UNESCO, kulturni turizam, posebice kroz muzeje, može podržati obrazovanje o kulturi. Prema Pereri, muzeji su kulturni proizvodi koji privlače turiste, a generalna uloga im je da obrazuju posjetioce o historiji, kulturnom i prirodnom nasljeđu grada, regije ili zemlje ili o određenoj tematici, dok istovremeno prezerviraju ove elemente za buduće generacije“ (Žunić, 2022).

2.2.2. Obrazovno iskustvo u interakciji s posjetiocima

U turizmu se razlikuju: „kultura turista“ (gosta, posjetioca), „lokalna kultura“ (domaćina) i „kultura turizma“ (struka i imidž destinacije).

„Galičić i Laškarin navode da se kulturno-obrazovna funkcija turizma manifestuje kroz nekoliko aspekata:

- Upoznavanje ljudi, kulture i običaja
- Upoznavanje mjesta i atrakcija
- Duhovno oplemenjivanje
- Porast opće kulturno-obrazovne crte kod turista i lokalnih stanovnika (receptivnog stanovništva)
- Turistička kultura
- Interkulturalna komunikacija“ (Žunić, 2022).

Turizam podstiče *akulturaciju* (prilagođavanje kulture dmnt. kulturi, preuzimanje elemenata druge kulture, spajanje kultura i mješanje kultura) i *inkulturaciju* (turističko informisanje o destinaciji). Primjer: političke, kulturne i turističke veze s Turskom i Bliskim Istokom donijele su kafu, crni čaj, hurme i nargilu u BiH; turoperatoru u BiH najviše prodaju aranžmane za Tursku, Egipat i

Tunis, pa se rezidenti- potencijalna emitivna klijentela- pobliže upoznavaju s tim destinacijama (preko turističke propagande i agencija kao posrednika, i sl.).

2.2.3. Socijalna kohezija lokalne zajednice i ponos

Prema Mancini, socijalna kohezija predstavlja povezanost i solidarnost između grupa u društvu kroz *osjećaj pripadnosti zajednici* i *vezu između članova same zajednice*. Galičić i Laškarin navode da socijalna funkcija turizma podrazumijeva društveni aspekt, upoznavanje i druženje, smanjenje socijalnih, kulturnih i dr. razlika među ljudima (Žunić, 2022). Socijalna kohezija u turizmu podrazumijeva jaku povezanost članova lokalne zajednice i turista, u smislu uzajamne solidarnosti, razumijevanja i tolerancije. Masovni turizam je omogućio upoznavanje raznih krajeva naše planete i drukčijih kultura, širenje vidika i razvoj spoznaje realnije slike svijeta; UNWTO deklariše turizam kao „pasoš mira“, jer ljudi na odmoru ležerno upoznaju jedni druge i poštuju se, ali se i političke veze održavaju kroz diplomatske susrete, pa ujedno turistička kretanja i boravak. Turizam podstiče drugačija iskustva, solidarnost, razumijevanje, suosjećanje, zahvalnost i dr.

Na primjeru posjete beduinskom selu, za posjetioce iz razvijene urbane sredine, ovo iskustvo ima visoku intrizičnu vrijednost jer proizvodi duboke impresije:

- a) upoznavanje drukčijeg ambijenta, podstiče razumijevanje ljudskog opstanka u surovoj vreloj pustinji;
- b) gostoprimstvo domaćina podstiče empatiju i humanost sa željom da im se pripomogne (makar bakšišom);
- c) osjećamo zahvalnost jer živimo lagodnije od toga;
- d) kod lokalaca podiže ponos, jer se turisti iz raznih dijelova svijeta dolaze upoznati s njihovim stilom života;
- e) podstiče lokalce da zajedničkim snagama upregnu ostaviti dobar dojam, što jača njihovu koheziju.



***Sl.3. Beduinsko selo u Arapskoj pustinji, Hurgada, Egipat
(Autor)***

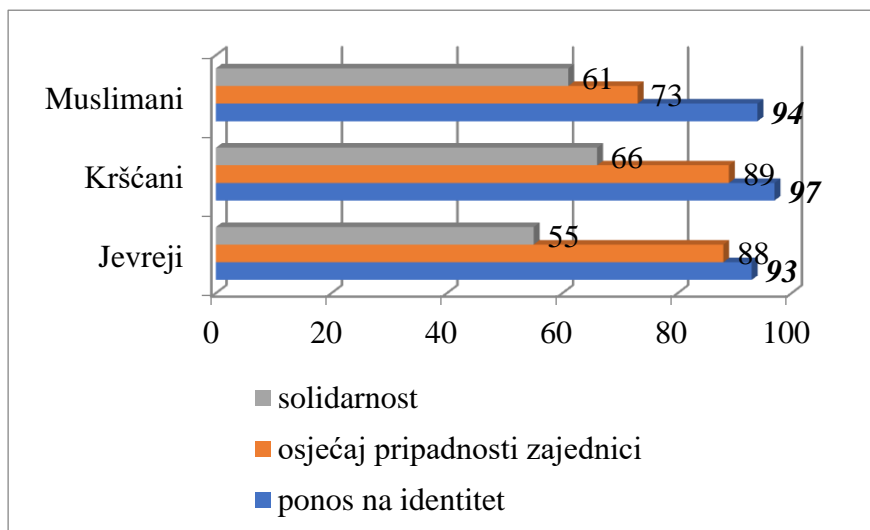
Turizam podstiče učenje kroz interkulturalni dijalog, jer se susreću ljudi potpuno drukčijih kultura na jednom odredištu; poznavanje engleskog jezika doprinosi tome, što je npr. jedna od konkurentnih prednosti egipatske nacije, turistički osvještene zemlje. Primjer: „čitav“ svijet svake godine sjati se na plato Giza u Kairu:



***Sl.4. Piramide na Gizi posjeti preko 14 miliona ljudi godišnje, što ih čini jednim od najpopularnijih turističkih sajtova u svijetu
(Autor)***

Turizam podstiče koncept „ksenofilije“- simpatije prema strancima, za razliku od „ksenofobije“ (strah od stranaca).

Turizam podstiče razvoj etičnosti, najviših moralnih principa i standarda u svijetu, njegovanje i čuvanje vlastite kulture i njene autentičnosti, kao i poštivanje drugih kultura i različitosti (GCET predstavlja univerzalni kodeks etičkog ponašanja u turizmu i turističkim destinacijama koji poistovjećuje političke, ekonomske, environmentalne, društvene i kulturne principe koje moraju poštivati turistički promovatori i organizatori u skladu sa poslovnom etikom; to je zapravo opće prihvaćena turistička kultura čija je glavna deviza „učiniti da se gost osjeća kao kod kuće“). Etički turizam podstiče odgovornost kod održivog upravljanja destinacijom, zaštitu okoliša, jednakost spolova, zdrave uslove rada, stvaranje prilika za lokalce (npr. da mogu proizvoditi i prodavati domaću hranu hotelima i turistima), kao i uključivanje bogate klijentele u duži boravak, uranjanje u lokalnu kulturu, potražnju zelenih hotela i sl.; etički turizam doprinosi porastu uređenja kvalitetne životne sredine.



Grafikon 15. Socijalna kohezija Izraela prema Pew Res. Centre
(Autor)

Kako je u fokusu socijalne kohezije ponos državne nacije i lokalni ponos, pozitivan primjer je Izrael, u kome je čuveni Jerusalem, sveti grad za sve 3 monoteističke religije: islam, kršćanstvo, judaizam; sva tri naroda imaju visoki osjećaj pripadnosti zajednici i solidarnosti, kao i izražen ponos na svoj identitet. Prema prikazanom grafikonu Izarelske kohezije, sva tri parametra socijalne veze su izrazito visoka kod sva tri naroda: muslimana, kršćana i jevreja, a općenito je najizraženiji ponos na identitet (u smislu porijekla i kulture); kršćani prednjače po svim stavkama, najvjerojatnije zbog činjenice da u ukupnim posjetama Izraela najviše ima turista kršćanske vjeroispovijesti (preko 60%).

2.3. Porast institucionalne saradnje

2.3.1. Kapacitet izgradnje za institucije i pojedince

Kapacitet izgradnje za institucije i pojedince povećava socijalna kohezija i saradnja svih subjekata uključenih u turistički razvoj. Turizam je moguće razvijati kada određeno područje ima bogate turističke potencijale, humane resurse (radnu snagu i volju lokalaca), ekonomski kapital, podršku državne vlasti i dr.; ukoliko nema nešto od navedenog- obično su za destinacije u razvoju problem nedovoljne finansije- potrebni su određeni napori da se kreiraju sredstva i mehanizmi za održivi turistički razvoj.

2.3.2. Inicijative, podrška, saradnja i jačanje lokalne zajednice

Podrška vlasti i institucija kod jačanja lokalne zajednice u turističkim procesima je jako bitna. Lokalne vlasti u cilju razvoja turizma i konzervacije prirodnih i kulturnih resursa saraduju sa državnim vlastima i relevantnim institucijama, kao i sa međunarodnim organizacijama. Turizam pokreće lavinu inicijativa i događaja, kao i saradnju raznih subjekata na svim nivoima turističkog planiranja (lokalni, regionalni, državni, međunarodni).

Na međunarodnom nivou, bitna je saradnja s vodećim međunarodnim organizacijama (UNWTO, UNESCO, IUCN, ICOMOS i dr.), koje potpomažu turistički razvoj kroz svoje vodiče, seminare, konferencije, zajmove, donacije i dr. Međunarodne organizacije nameću standarde koje turističke destinacije nastoje implementirati radi razvoja prepoznatljivog i održivog turizma. Primjer: UNESCO je razvio seriju vodiča za upravljanje destinacijom, koje će koristiti ljudima i institucijama koje se bave upravljanjem svjetkom baštinom turističke destinacije i stekholderima. Objedinjuju najbolja praktična znanja iz zajednice svjetske baštine, tako da menadžeri i profesionalci u sektoru turizma i konzervacije, kao i zajednice širom svijeta mogu napraviti pozitivne promjene, tako da pro-aktivno upravljaju turizmom. Smjernice podrazumijevaju:

- Mjerenje kapaciteta
- Razvoj efektivne strategije turističkog razvoja
- Izgradnja partnerstva sa odredištem svjetske baštine
- Razviti proizvode iz vlastitih unikatnih historijskih priča
- Plasirati svoje odredište svjetske baštine radi najbolje učinkovitosti
- Ispričati Svjetskoj baštini priču izvanredne univerzalne vrijednosti radi najboljeg efekta
- Razviti sistem fundiranja i projekte za fundiranje
- Upravljanje posjetama radi efektivnosti

UNWTO usmjerava destinacije da povedu računa o TCC-turističkom kapacitetu nosivosti destinacije (prag tolerancije i procjena stanja pojedinačnih komponenti u sferi: prirodno-ekološkoj, socio-demografskoj i političko-ekonomskoj). Također je inicijator ruralnog razvoja kroz razvoj ruralnog turizma- „*Best Tourism Villages*“ ima za cilj podstaći etični turizam u selima, obrazovanje i koheziju, ruralnu transformaciju, modernizaciju i turistifikaciju, konzervaciju, efikasniju upotrebu.

U saradnji međunarodnih organizacija: IUCN, ICOMOS i ICCROM i većeg broja zemalja i njihovih lokalnih vlasti, pokrenute su brojne inicijative i aktivnosti: sastanak Latino-američkih menadžera svjetskog nasljeđa- arheološki lok. umjetnosti na stijenama „Rock Art Sites“; „Svjetsko nasljeđe i održivi razvoj-projekti i izazovi“; „Jačanje svjetskog nasljeđa- konzervacija u Uzbekistanu; „Analize efektivnosti nominacije svjetskog nasljeđa-trening program za anglofonsku Afriku“; „Šta bi svjetsko nasljeđe donijelo autohtonim i ne-autohtonim ljudima?“; „Revitalizacija zajednice i domaćinstava na sajtovima svjetskog nasljeđa u Borobuduru kroz kulturnu industriju i turizam baštine“ (UNESCO u saradnji s vlastima Indonezije radi na projektu revitalizacije lokalnih domaćinstava u kreativnoj industriji i turizmu baštine-prirodni i kulturni resursi- Borobodur s 20 sela i preko 150 članova lokalne zajednice).



***Sl.5. Proizvodnja keramike u lokalnoj sredini- Borobudur
(World Heritage Capacity Building, Newsletter 5, IUCN)***

EU potpomaže razvoj zemalja u razvoju kroz izdvajanje značajnih sredstava (obično su milionske donacije); tako su u BiH prepoznati brojni projekti u oblasti turizma finansirani iz fondova EU, npr. *EU4BusinessRecovery (2018-2020)*- projekat BiH sufinansiran od Evropske Unije Vlade Savezne Republike Njemačke; cilj je podstaći razvoj eko-frendli turizma, kroz izvozno orijentisanu privredu i sektor turizma, otvaranje novih radnih mjesta u BiH kroz inovacije, i povećanje konkurentnosti preduzeća i poljoprivrednika za tržište EU.

U turističkom planiranju sudjeluju lokalne i državne vlasti, nadležne institucije za turizam, kulturu, religiju, zaštitu prirode i dr., turistička udruženja, turoperatori, razni investitori, lokalno stanovništvo, što povećava socijalnu koheziju. Uvažavajući principe „demokracije“ i „transparentnosti“ u turističkom planiranju, turistički projekti se predstavljaju lokalnim vlastima, jer lokalci po pravilu imaju pravo dati ili ne dati saglasnost, zavisno od toga koliko beneficija će turizam donijeti lokalcima. Kroz javne tribine, diskusije, razmjene iskustava i preporuke, projektna dokumentacija se podnosi centralnim vlastima i obavezno uz učešće javnosti, jer je lokalnom stanovništvu prioritet da prepozna svoju mogućnost uključivanja u procese turističkog razvoja, npr. kroz učešće u projektima zahvaljujući lokalnim ekspertima ili eksploatišući znanja i vještine lokalaca (lokalni ljudi najbolje poznaju svoj prostor), kao i kroz razne poslovne prilike i poduzetničke aktivnosti, itd. „Prema IUCN, turizam podstiče saradnju lokalnog stanovništva, vlasti i struktura kroz zajednički akcioni plan i upravljanje resursima; lokalna zajednica pokreće inicijative da se uključi u geokološke poduhvate upotrebe zemljišta, npr. umjesto rudarstva i intenzivne poljoprivrede, može se promovirati konzervacija prirodnih resursa za buduće generacije; ekoturizam može fundirati lokalne projekte i inicijative koje podržavaju lokalni razvoj“ (Žunić, 2022). Razvoj turizma se pomaže kroz sredstva iz raznih fondova, koja se koriste npr. za unapređenje saobraćajne i komunalne infrastrukture, od čega

benefitiraju i lokalci; osim toga, državne i lokalne vlasti mogu izdvajati namjenske subvencije kao podršku lokalcima za pokretanje poslova u turističkom sektoru (iznajmljivanje, trgovina, zanati i dr.); turistički dolasci svakako donose profit, pa se novac raspodjeljuje kroz zajednicu i raste životni standard.

Lokalne vlasti i institucije koje se bave prostornim, pa tako i turističkim planiranjem, nastoje što bolje ispromovirati područje i privući strane investitore- primjer: studija „*Kanton Sarajevo- vodič za investiciona ulaganja*“ (Zavod za planiranje razvoja KS). Na ovaj način se potpomaže turistički razvoj kroz zajedničke projekte na polju izgradnje turističke infrastrukture (smještaj, transport, zabavni parkovi, turistička naselja i dr.).

2.4. Amelioracija kulturnog imidža

2.4.1. Kulturna saradnja, razmjene i promocija

Kulturni turizam je važan dio turističkog sektora i značajan pokretač privrede. „Kulturni turizam generiše 40% svjetskih turističkih prihoda. Evropa je ključna kulturna turistička destinacija zahvaljujući neuporedivom kulturnom nasljeđu koje uključuje muzeje, pozorišta, arheološke sajtove, historijske gradove, industrijske sajtove, kao i muziku i gastronomiju. Prema podacima Evropske komisije, kulturni turizam čini 40% evropskog turizma. Prema podacima Eurostata za 2015. godinu, dvije trećine stanovništva EU (63%) u dobi 16+ uzelo je učešće u barem jednoj kulturnoj aktivnosti, jedna trećina (34%) praktikuje umjetničku aktivnost, a stariji ljudi (65-74) radije posjećuju kulturne sajtove nego predstave ili kina“ (Žunić, 2022).

Kulturni turizam podstiče rad i saradnju raznih subjekata. Učesnici u kulturnom turizmu su: obrazovne institucije, zavodi za zaštitu baštine, kulturna udruženja, agencije, muzeji, nacionalno-etnička društva, religijske institucije, međunarodne organizacije (UNWTO,

ICOMOS, UNESCO, IQM, EU QUALITY i dr.), turoperatori, turističke agencije, turisti i lokalci. Primjer: u međunarodnoj kulturnoj manifestaciji „Sarajevski festival turizma“ (Skenderija) učestvuju: pokrovitelji (Ministarstvo privrede KS, TZKS i Grad Sarajevo), partneri pri organizaciji programskih sadržaja (PMF UNSA/ Geografija i Udruženje kuhara u BiH), i oko 70 domaćih i stranih izlagača (turističkih zajednica i agencija, ugostitelja, prevoznika, preduzeća zaštićene baštine i dr.).

Tab.10. Zajednički interesi razvoja održivog kulturnog turizma i baštinskih ustanova prema Klariću

| | | | |
|--------------------------------|---|--|-----------------------|
| održivi kulturni turizam | <i>zajednički ciljevi:</i> | | baštinske institucije |
| | <i>okrenutost posjetitelju</i> | | |
| | ZAŠTITA PRIRODNOG I KULTURNOG OKOLIŠA | ZAŠTITA BAŠTINE | |
| | PROUČAVANJE I ISTRAŽIVANJE KULTURA | PROUČAVANJE I ISTRAŽIVANJE BAŠTINE | |
| | PRIKUPLJANJE ISKUSTAVA, DOŽIVLJAJA I SPOZNAJA | PRIKUPLJANJE I INVENTARIZACIJA BAŠTINE | |
| KULTURNOTURISTIČKA DESTINACIJA | | | |

(Žunić, 2022)

Za dizajniranje kulturno-turističkog proizvoda prema potrebama posjetilaca najvažnija je kvalitetna interpretacija, koja podrazumijeva poznavanje i razumijevanje kulturne baštine, interaktivni pristup posjetiocima, pouzdane informacije, bogatu i objektivnu kontekstualnost, autentičnost, uključenost svih učesnika turizma, kao i evaluaciju efekata učinkovitosti kulturne prezentacije radi planiranja njenog održivog razvoja.

Muzeji su važan dio turističke ponude i najznačajnija tijela u promociji kulture bilo kojeg područja ili zemlje. „Prema Tien, muzeji rade sa turističkom industrijom na brojne načine: podsticajna saradnja sa drugim kulturnim institucijama, rekreativna

područja i distrikti, i podrška lokalnim festivalima. Prema Pereri, muzeji su kulturni proizvodi koji imaju jaku vezu sa turizmom, jer su turisti dio publike i za neke muzeje najveći udio ukupnih posjetilaca“ (Žunić, 2022).

Tab.11. Najposjećeniji muzeji u svijetu s preko 5 miliona posjetilaca godišnje prema Evropskoj mreži muzeja

| Rank | Museum | City | Country | Number of visitors |
|------|------------------------------------|---------------------|----------------|--------------------|
| 1 | Louvre Museum | Paris | France | 9,334,000 |
| 2 | National Museum of Natural History | Washington, D.C. | United States | 8,000,000 |
| 3 | National Museum of China | Beijing | China | 7,450,000 |
| 4 | National Air and Space Museum | Washington, D.C. | United States | 6,970,000 |
| 5 | British Museum | London | United Kingdom | 6,701,000 |
| 6 | The Metropolitan Museum of Art | New York City | United States | 6,280,000 |
| 7 | National Gallery | London | United Kingdom | 6,031,000 |
| 8 | Vatican Museums | Vatican City (Rome) | Vatican City | 5,459,000 |
| 9 | Natural History Museum | London | United Kingdom | 5,250,000 |
| 10 | American Museum of Natural History | New York City | United States | 5,000,000 |

(Žunić, 2022)

Muzeji u SAD-u podržavaju više od pola miliona poslova i doprinose oko 50 milijardi dolara privredi godišnje, imaju najveći uticaj na turističku industriju i jak ekonomski učinak na svaku saveznu državu, naročito u Kaliforniji, Nju Jorku i Teksasu.

Ekoturizam takođe doprinosi kulturnim istraživanjima, promociji, saradnji i razmjenama. „Turizam u zaštićenim područjima osigurava razvoj lokalne zajednice jačanjem vrijednosti lokalne umjetnosti i kulture, i podržava razvoj vještina i društvene infrastrukture (škole, biblioteke, muzeji u ZP), kao i promociju kulture i kulturne aktivnosti kao bitne nematerijalne beneficije; turistička „urbanizacija“ područja podstiče kulturni život i pristup školovanju, poslu i dr., pa smanjuje migracije na relaciji selo-grad;

turizam unapređuje interkulturalno razumijevanje i pomaže da se očuva lokalni kulturni identitet za buduće generacije; ekoturizam može pomoći konzervaciju i podići svijest o zaštićenim područjima, promovirati kulturni ponos i samopouzdanje lokalne zajednice, investicije u održivi razvoj građevinskih projekata i obrazovanja i doprinos ukupnih pozitivnih efekata na okruženje“ (IUCN). Primjer: Borobour Indonezija, izrada lokalne grnčarije.

Kulturni turizam podstiče zapošljavanje u globalnim, nacionalnim i lokalnim privredama s obzirom na interakciju sektora kulturnog turizma s mnogim drugim privrednim sektorima u uslugama i industriji, kao što su ugostiteljstvo, hrana i sektori za slobodno vrijeme, kao i u sektoru građevinarstva, naročito vezano uz obnovu i održavanje kulturnih znamenitosti (UNESCO).

Primjeri kulturnih razmjena:

- „*Grand tour*“ (17-19.st)- aristokratka kulturna kretanja i kulturna razmjena između evropskih zemalja (Britanija, Francuska, Italija i Grčka)- doprinosila su kulturnom profilisanju, kulturnoj promociji i kulturnom dijalogu.
- „*Put svile*“ u Centralnoj Aziji- najveća ruta u povijesti čovječanstva, koja nije samo trgovinska, već i kulturološka razmjena, a kao rezultat su brojni historijski i kulturni sajтови duž mreže čuvenih puteva, kao izvanredne mogućnosti za razvoj turizma i revitalizaciju lokalnih poslova (UNESCO).
- „*Kulturne rute Evrope*“ kao važan dio evropskih programa istraživanja, kulturne promocije i razvoja kulturnog turizma; cilj je obogaćivanje turističkih ponuda i korištenje putovanja, kroz prostor i vrijeme, da se pokaže na koji način baština različitih zemalja i kultura Evrope pridonosi zajedničkoj kulturnoj baštini.

U Evropi ima 48 kulturnih ruta različitih tema, koje ilustruju evropska sjećanja, historiju i baštinu, i doprinose interpretaciji

diverziteta savremene Evrope; BiH je članica ovog programa od 2016. i učesnica tri kulturne rute: „Evropska ruta Jevrejskog nasljeđa“, „Evropska ruta stećaka“ i „Željezno doba Dunav rute“.

Tab.12. Kulturne rute u zemljama JI Evrope prema COE

| <i>SSE zemlje</i> | <i>Naziv kulturne rute</i> | <i>Broj</i> |
|----------------------------|--|-------------|
| <i>Rumunija</i> | European Route of Jewish Heritage, TRANSROMANICA, Iter Vitis Route, European Cemeteries Route, ATRIUM, Réseau Art Nouveau Network, Roman Emperors and Danube Wine Route | 7 |
| <i>Hrvatska</i> | Phoenicians' Route, European Route of Jewish Heritage, St. Martin of Tours Route, Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route, European Cemeteries Route, European Route of Historic Thermal Towns, ATRIUM, Roman Emperors and Danube Wine Route, Destination Napoleon, Impressionisms Routes, European Route of Industrial Heritage, Iron Curtain Trail, Iron Age Danube Route | 14 |
| <i>Grčka</i> | Phoenicians' Route, European Mozart Ways, Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route, European Cemeteries Route, European Route of Historic Thermal Towns, Destination Napoleon, Impressionisms Routes, European Route of Industrial Heritage, Iron Curtain Trail, European Route of Historic Gardens, Cyril and Methodius Route, Aeneas Route | 13 |
| <i>Srbija</i> | European Route of Jewish Heritage, TRANSROMANICA, European Cemeteries Route, Réseau Art Nouveau Network, Roman Emperors and Danube Wine Route, European Route of Industrial Heritage, Iron Curtain Trail | 7 |
| <i>Bugarska</i> | ATRIUM, Roman Emperors and Danube Wine Route, European Route of Industrial Heritage, Cyril and Methodius Route | 4 |
| <i>Bosna i Hercegovina</i> | European Route of Jewish Heritage, European Cemeteries Route, Iron Age Danube Route | 3 |
| <i>Kipar</i> | Phoenicians' Route, Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route | 3 |
| <i>Albanija</i> | Routes of the Olive Tree, Phoenicians' Route, ATRIUM, Aeneas Route | 4 |
| <i>Makedonija</i> | Routes of the Olive Tree, Iter Vitis Route | 2 |
| <i>Moldavija</i> | Iter Vitis Route | 1 |

(Žunić, 2022)

Ministarstvo civilnih poslova Bosne i Hercegovine u saradnji sa nadležnim ministarstvima i RCC, kao i uz podršku fondova Evropske unije, stavilo je fokus djelovanja na razvoj programa i projekata u oblasti turizma i kulturne razmjene; cilj je osigurati veće sudjelovanje u evropskim programima, projektima i mrežama (Jadransko jonska strategija, Dunavska strategija, Kulturne rute Vijeća Evrope, EU programi Kreativna Evropa, Horizont 2020, Evropa za građane itd). Planira se priprema projektne dokumentacije za obnovu i restauraciju objekata kulturnog nasljeđa na relaciji sa potencijalnim donatorima.



***Karta 9. Prostorni razmještaj sjedišta kulturnih ruta Vijeća
Evrope prema Terzić i Bjeljac
(Žunić, 2022)***

Rad međunarodnih organizacija (UNESCO, IUCN, UNWTO, ICOMOS i dr.) u saradnji brojnih zemalja članica, koje uvažavaju međunarodne standarde i nastoje „certificirati“ svoj turistički proizvod, doprinosi turističkim kretanjima i kulturnim razmjenama. Primjer 1.: „Svjetski dan turizma“ (WTO, od 1980.)- svečani događaj, teme iz oblasti turizma i učesnici iz brojnih zemalja. Primjer 2.: „Akcionim planom IORA za 2017-2021.“ utvrđeni su turizam i kulturna razmjena kao strateški prioritet u regiji Indijskog okeana sa učešćem 21 od 36 priobalskih zemalja (Australija, Bangladeš, Indija, Indonezija, Sejšeli, Somalija, Iran, Kenija,

Madagaskar, Malezija, Mauricijus, Mozambik, Oman, Singapur i dr.), a svaka ima unikatno historijsko iskustvo i kulturna obilježja.

Turističke posjete i zarada od turizma su glavni podsticaj za kulturne razmjene i na relaciji školstva, muzeja, preduzeća zaštićenih područja i dr. Organizacija raznih događaja (kulturnih, religijskih, sportskih, privrednih i dr.) s ciljem privlačenja posjetilaca iz raznih područja svijeta doprinosi kulturnoj interakciji, kulturnoj promociji i kulturnom iskustvu. Primjer: „*Svjetsko prvenstvo u fudbalu*“ održava se tradicionalno od 1930. godine u različitim zemljama svijeta i predstavlja ogromno turistički spektakl- Rusiji (domaćinu) je donijelo prihode od preko 5 milijardi USD i ukupnu posjećenost oko 3 miliona ljudi (2018).

U Bosni i Hercegovini, organizovano je preko stotinu međunarodnih kulturnih manifestacija u 2019. godini, a najpopularnija je *Sarajevo film festival (SFF)* i dr.



Sl.6. SFF „crveni tepih“ ispred Narodnog pozorišta, Sarajevo
(Autor)

2.4.2. Revitalizacija i prezervacija lokalnog kulturnog identiteta

Kulturno nasljeđe predstavlja kulturnu vrijednost jednog naroda, svjedoči o njegovoj historiji i identitetu, utiče na razvoj društva, a način na koji se jedno društvo odnosi prema svom kulturnom nasljeđu utiče na način na koji će ga se potomci sjećati. Što je nasljeđe očuvanije, to je otvorenije prema spoljnim uticajima i omogućava lakše razumijevanje drugačijeg identiteta od matičnog (Pivac et al., 2022).

Kako je sve više kulturnih turista nastojalo istražiti kulturne destinacije, veći je naglasak stavljen na važnost interkulturalnog dijaloga za promociju razumijevanja i tolerancije. Isto tako, suočene s globalizacijom, zemlje su tražile načine za jačanje lokalnog identiteta, a kao strategija za postizanje te svrhe angažiran je i kulturni turizam. Budući da se u osnovi temelji na mjestu, kulturni turizam podstaknut je interesom za iskustvom i saradnjom s kulturom iz prve ruke. Podržava ga želja za otkrivanjem, učenjem i uživanjem u materijalnim i nematerijalnim kulturnim dobrima koja se nude u turističkoj destinaciji, u rasponu od baštine, izvedbenih umjetnosti, ruketvorina, rituala i gastronomije, između ostalog (UNESCO). Turizam podstiče amelioraciju (obnovu) imidža lokalne kulture i revitalizaciju lokalnih kulturnih praksi. Turisti i lokalci dijele kulturne sajtove na različite načine i za različitu namjenu. Također pomaže lokalnim ljudima da bolje razumiju i baštine tradicionalnu kulturu i ovo podiže njihov osjećaj nacionalnog i lokalnog ponosa (Zhuang, 2019). Kulturni turizam može pomoći u podsticanju uvažavanja i ponosa na lokalnu baštinu, podstaknuvši veći interes i ulaganja u njeno očuvanje. Turizam može podstaknuti inkluzivni razvoj zajednice kako bi se jačala otpornost, inkluzivnost i osnaživanje. Ojačana svijest o metodama očuvanja, i lokalno i autohtono znanje, doprinose dugoročnoj održivosti životne sredine (UNESCO). Zadatak lokalne zajednice je da u saradnji sa stručnjacima za zaštitu kulturnih dobara upozna svoje kulturno nasljeđe i spozna njegove vrijednosti.

Uspješna valorizacija kulturnog dobra je ona do koje su struka i lokalna zajednica došli zajedno, npr. za stručnjake jedno dobro predstavlja arhitektonsko ili umjetničko djelo, a za stanovništvo koje posjećuje to dobro, ono je mjesto koje posjeduje čudotvorne i ljekovite moći (Pivac et al., 2022).

Kada lokalci uvide da ljudi iz raznih dijelova svijeta dolaze upoznati njihovo mjesto, kulturu i običaje, oni razvijaju ponos. Suprotno tome, kada bogati turisti posjete nazadnije (siromašnije) destinacije, oni razvijaju zahvalnost, pripadnost svojoj zemlji i patriotizam- primjer: čuveni zapisi britanskog lorda Francis Russella nakon njegove kontinentalne ture 1780-ih: „*Nikad se neću vratiti na kontinent, niti u bilo koju drugu zemlju, iz moje vlastite; sretan sam što sam naučio, po uvjerenju, da daleko nadmašuje bilo koji drugi dio svijeta- zbog njene državnosti, ljepote i životnih užitaka*“ (Towner, 1990).

Kako bi se spriječila dilucija („razređivanje“) lokalne kulture i vrijednosti u kontaktu sa stranim kulturama, turizam podstiče razvoj lokalne kulture, obrta i umjetnosti, tako da učini dostupnim tradicionalne proizvode, memoralizira i dokumentira kulturne tradicije, omogući kulturnu edukaciju. Održivi turizam može generisati kulturne vrijednosti i revitalizirati lokalni identitet u vezi sa menadžmentom i konzervacijom kulturnih pejzaža. To uključuje održavanje tradicionalne građevinske tehnike, projektiranje staza predaka, korištenje zemljišta u zajednici i bio-poljoprivredu između ostalih (IUCN). Turistički interes može pomoći da se osigura prenos prakse nematerijalne kulturne baštine na mlađe generacije (UNESCO). Primjer: *Kulturne rute Evrope* i sl. programi su također određeni način revitalizacije kulture zemalja učesnica.

U Bosni i Hercegovini, djeluju određena kulturna udruženja i institucije („Bašćaršija“, „Seljo“, „Zlatne ruke“, „Sehara“, „Ruža“ i dr.), koja baštine tradicionalne zanate i nastoje doprinijeti njihovoj konzervaciji i prezervaciji kroz saradnju sa lokalnim

stanovništvom, eksploatišući njihova znanja i vještine (izrada rukotvorina, priprema domaćih proizvoda i dr.), i omogućavajući mladima da se uključe u takve aktivnosti; ova udruženja također podstiču saradnju u regiji i šire kroz sajmove i izložbe. Lokalni ljudi imaju mogućnost da na eko-sajtovima izlože i prodaju svoje domaće proizvode (Bijambare i dr.). Zlatara „Sofić“ u saradnji sa Zemaljskim muzejom radi replike srednjovjekovnog filigranskog i zlatnog kraljevskog bosanskog nakita- jedan takav komad (naušnice) poklonjene su čuvenoj holivudskoj glumici i ambasadorci Angelini Joli (posjeta BiH u okviru međunarodnog filmskog projekta- „U zemlji krvi i meda“). U posljednje vrijeme popularne su organske farme tradicionalnog uzgoja i privređivanja- primjer: „Malak farma“ (Ilidža), koja objedinjuje turističku ponudu ruralnog turizma, organske poljoprivrede i stočarstva (tu je i lux hotel „Malak Regency“ i dr.).



*Sl.7. Malak farma kod Sarajeva
(Službeni portal „Malak Farme“)*

Pilgrim et al. izdvajaju tipologiju revitalizacijskih kulturnih projekata- „u dodiru s precima“- kroz različite aktivnosti: tradicionalna hrana, ekoturizam, tradicijsko obrazovanje; nativni jezik i kultura, prava autohtonih narodnih zajednica.



***Sl.8. Tradicionalni Inuitski lov na foke u Kanadi prema GBC
(Žunić, 2022)***

- I. *Tradicionalna hrana*; povećati konzumaciju tradicionalne lokalne hrane i oživiti prikupljanje i praksu pripreme hrane- primjer: program podrške lovcima u Inuitskim (eskimskim) zajednicama Akulivik u Qvebeku, Kanada, kako bi se osigurala distribucija tradicionalne hrane;
- II. *Ekoturizam*; oživiti tradicionalne kulturne prakse i ceremonije kao dio strategije generisanja prihoda- primjer: farme sobova u Finskoj (Inari, Purnumukka i dr.) koje pružaju nezaboravno tradicionalno iskustvo;
- III. *Obrazovanje*; omogućiti uravnoteženiji, kulturno-utemeljen obrazovni sistem zasebno ili kao dio državnog sistema- primjer: u Iglooliku u Kanadi projekat u kome stariji uče mlade ljude kako “biti i postati Inuit”, uče ih zemljišne vještine, znanja, vrijednosti i tradicionalna uvjerenja
- IV. *Jezik*; zaštititi ili unaprijediti kompetenciju govornika ugroženih jezika i otvoriti komunikacione kanale između mladih i starih ljudi u komuni- primjer: Oklahoma i Florida,

gdje se učitelji jezika Indijanaca obučavaju u vještinama oživljavanja jezika i prenosu na lokalnu zajednicu;

- V. *Kultura*; oživiti određene aspekte načina života koji su možda bili zapostavljeni- primjer: tradicionalni kampovi na Aljasci u kojima se uče tradicionalne tehnike lova, izrade bubnjeva i rituali oslobađanja životinjskih duhova;
- VI. *Prava*; bodriti prepoznavanje ljudskih prava i zemljišnih prava autohtonih kultura kako bi se osigurao kulturološki kontinuitet i diverzitet u budućnosti- primjer: određivanje Nunavuta („naša zemlja“), domorodačke zemlje Inuita.

2.5. Unapređenje kvalitete i standarda života

2.5.1. Globalizacija i modernizacija životne sredine

Prema M. Waters, globalizacija je društveni proces tokom kojeg opada uticaj geografskih granica na socio-kulturni angažman, a ljudi postaju svjesni slabljenja tog uticaja; globalizacija ne implicira homogenizaciju, već veću povezanost i deteritorijalizaciju (Žunić, 2022). Kulturni aspekt globalizacije je jedan od najvažnijih; masovna kultura se uklapa u brzi moderni život simbolizovana procesima „mcdonaldizacije“ i „Jeans-a“, uticajem interneta, saobraćajnom i medijskom povezanosti, urbanizacijom, masovnim turizmom, fizičkim, biološkim i društvenim kontaktima i „mješanjem“ ljudi; svijet postaje „globalno selo!

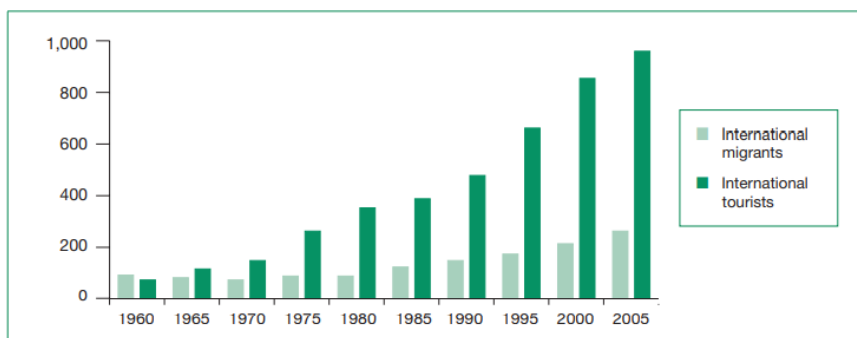
Porast urbanizacije u svijetu značajno je podstakao povezanost dalekih i/ ili teško dostupnih područja svijeta, kao i turistička kretanja. Urbanizacija i modernizacija životne sredine omogućavaju lagodniji život i produktivniji rad, jer ljudi nisu zavisni samo od prinosa iz vlastitog uzgoja, već im je dostupan čitav spektar usluga i proizvoda za rad, odmor, rekreaciju i zabavu. Globalnoj urbanizaciji doprinose razvoj saobraćaja i turizma.

Transformacija i modernizacija geografskih područja pod uticajem turizma je „turistička urbanizacija“ ili „turistifikacija“, jer turizam podstiče niz promjena u socio-kulturnom, ekonomskom i geoekološkom ambijentu životne sredine (porast ukupne infrastrukture, obrazovanja, poslovnih mogućnosti, zaštite prirodnog i kulturnog nasljeđa, prihoda, životnog standarda). „Prepoznata je veza između pojačane turističke aktivnosti i razvoja lokalne infrastrukture, kako bi se zadovoljili turisti i povećao broj posjeta. Tako je turizam usko vezan sa modernizacijom životne sredine i porastom životnih standarda, i kvalitetom života lokalne zajednice (Ibanescu et al., 2018). „Unapređenje infrastrukture uporedo s razvojem turizma bitno je smanjilo saobraćajnu kongestiju i poboljšalo kvalitet urbanog ambijenta za neke afričke zemlje“ (Zhuang, 2019). „Turizam utiče na obilježja lokalne kulture, pogađajući društvene navike, običaje, vrijednosti, vjerovanja i stil života u turističkoj destinaciji“ (Zhuang, 2019). Na primjeru Zhuang-ovog istraživanja *Kaiping sela* (Kina), tradicionalne vrijednosti i stil života su pod uticajem turističkog razvoja značajno transformisane, jer su nastupili procesi kolizije stare i nove kulture, i formiranje novog socio-kulturnog brenda; turizam je donio „modernizaciju“ (hrane, odjeće, dostupnih proizvoda i dr.), što se ogleda kroz „urbaniji“, „emancipovaniji“ i „zabavniji“ ambijent životne sredine. Turizam podstiče razvoj najrazličitijih sadržaja i veću dostupnost kreativnih događaja, pa povećava mogućnosti zabave i porast ukupne privlačnosti ambijenta. „Turizam ne samo da obnavlja regionalni imidž i izgrađenu infrastrukturu područja, već je pogodan i za unapređenje rekreativne aktivnosti i kvalitete života među narodima. Poboljšani stil života vidi se kroz više manifestacija i rekreativnih aktivnosti dostupnih lokalcima“ (Zhuang, 2019).

Turizam podstiče i konzervaciju prirodne i kulturne baštine, jer su zaštićeni sajтови beneficija za lokalce i turiste. „Pošto WHS privlači turiste, tako je utvrđeno da je turizam favoriziran od strane lokalnih

vlasti i zajednica u blizini ovih sajtova, zbog njihove sposobnosti da stimuliraju privredu, generiraju prihode, i kreiraju poslove, koji su više važni ruralnim rezidentima nego urbanim građanima“ (Zhuang, 2019). Isto važi i za IUCN-ova prirodna područja, koja su važne turističke destinacije, naročito nacionalni parkovi i dr.

Turizam pokreće kretanja ljudi, što radi odmora, tako i radi poslova u sektoru turizma, pa postoji jaka sprega između ukupnih migracija i turističkih kretanja u svijetu.



Grafikon 16. Porast internacionalnih migranata i turista u periodu 1960-2005 prema WTO (milioni)
(Žunić, 2022)

Migracije imaju važan soci-ekonomski doprinos za destinacijske zemlje i kulturno obogaćivanje njihovih društava, unapređujući turistički proizvod i osiguravajući radnu snagu u sektoru putovanja, turizma, uslužnosti i ugostiteljstva; indicirana su 2 različita koncepta:

- 1) *Migracije vođene turizmom* (Tourism-led Migration; TLM)-kretanja i „preseljenja“ radi poslova u turističkoj industriji, bilo onih koji su direktno vezani za turizam, ili indirektno (npr. građevinski zahtjevi turističkog cvjetanja), kao i radi nekretnina u turističkim destinacijama;

- 2) *Turizam vođen migracijama* (Migration-led Tourism; MLT)- „posjete domu“ od strane ne-rezidenata i biznis turizam, razvoj partnerstva i stvaranje sredstava za investiranje, uspostavljanje mreže poduzetnika i izgradnju lokalnih kapaciteta kroz kulturnu razmjenu i usvajanje poslovnog znanja.

Tab.13. Impakti turizma na migracije prema WTO

| Mobilnost | Izorna zemlja | Destinacijska zemlja |
|------------------------------------|--|--|
| <i>Migracije</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Ekonomski doprinos kroz transfer i investiranje - Kulturna razmjena - Odlazak intelektualaca - Štednja od osiguranja - Redukcija prihoda od taxi | <ul style="list-style-type: none"> - Ekonomska kontribucija - Kulturno obogaćivanje - Povećan pritisak na socio-ekonomske strukture - Konkurencija i smanjenje plate - Suzbijanje pada stanovništva i starenja - Povećani prihodi od taxi i potrošnja - Kriminal i trgovina ljudima - Društveni konflikt |
| <i>VFR turizam i dr.</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Povećana vidnost na destinacijskom tržištu - Povećan povrat od VFR turizma - Redukcija na domaćem tržištu | <ul style="list-style-type: none"> - Povećana međunarodna tržišta - Povećana vidnost na izvornim tržištima |
| <i>Vještine i ljudski kapital</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Povećan pristup obrazovanju i kreditima - Poboljšanje budućih vještina i poduzetništvo - Gubitak profesionalnih vještina - Unaprijeđena tehnologija i prenos znanja | <ul style="list-style-type: none"> - Paketi za privlačenje novih klijenata - Unaprijeđene jezičke vještine - Unaprijeđen kulturni osjećaj u turističkoj industriji - Povećane strane kotizacije za obrazovne institucije |
| <i>Doznake- transfer</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Dodatni prihodi i povećana potrošnja | <ul style="list-style-type: none"> - Potražnja finansijskih usluga |
| <i>Strane direktne investicije</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Sigurno investiranje u turizam i ugostiteljstvo - Novi oblici investiranja | <ul style="list-style-type: none"> - Nove veze i investmentske partnerske mogućnosti |
| <i>„Expat“ turizam</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Viša vrijednost posjetilaca | <ul style="list-style-type: none"> - Porast putnih usluga |

(Žunić, 2022)

Poslovi u turističkoj industriji najbolje razvijaju kulturni dijalog i toleranciju kroz svakodnevnu interakciju s ljudima iz raznih područja svijeta. Migracije radi posla znaju prerasti u trajne imigracije, što dovodi do naseljavanja različitih kultura u nekom području, što rezultira specifičnim kulturnim promjenama- primjer: Kinezi, jeftina i uvezena radna snaga, su se proširili po Sjevernoj Americi i Australoziji, kao i po Evropi; nakon I svjetskog rata, formirane su veće „kineske četvrti“ u Parizu, Berlinu, Milanu, Hamburgu, Amsterdamu i dr.; kineska kutura je veoma drugačija i ima svoje prepoznatljive aspekte koji su se prilično zadržali u takvim zonama, što može biti inicijator radoznalosti i turističkih kretanja i posjeta Kini.

2.5.2. Patriotizam i redukcija migracija

Žunić (2022) navodi brojne primjere ruralnih područja iz svijeta (kineska Kaiping sela i selo Longtan; sela Vojvodine; post-komunistička sela Rumunije; austrijska sela Alpske regije;), koja su se revitalizirala zahvaljujući dobro isplaniranom turističkom razvoju, što je uticalo na opadanje ruralno-urbanih migracija i porast „ruralnog patriotizma“; turizam je doprinio razvoju ukupne infrastrukture sela, povećanom uvozu raznovrsne robe, modernizaciji ambijenta i porastu prihoda, što je poboljšalo ukupni životni standard.

Osim ruralnog patriotizma, istaknuti su primjeri državnog i lokalnog ponosa, jer mnoštvo domaćih i stranih turista dolazi posjetiti, vidjeti i iskusiti naše mjesto- primjer: Izrael; Nju Jork (SAD); ponosne Sarajlije.

Turizam ne mora nužno biti regulator migracija na relaciji selo-grad i isključivo faktor „ruralnog patriotizma“, već može generalno uticati na porast životnog standarda u bilo kojem mjestu (selu ili gradu), što bi smanjilo iseljavanja i privolilo ljude da se zadrže u izvornom području; prema tome, i turističko cvjetanje gradova može biti razlog „urbanom patriotizmu“.

Među patriotima su i povratni migranti- ljudi koji se vraćaju u svoju izvornu zemlju nakon perioda provedenog u drugoj zemlji (radi posla u turizmu i dr.); „turistički sektor u zemlji povratka može pokazati viši potencijal od drugih sektora tako da apsorbuje povratne radne migrante zahvaljujući njihovim stečenim vještinama u interakciji sa drugim kulturama“ (WTO). Znanja stečena u inostranstvu mogu biti motivacioni faktor za neke preduzetničke aktivnosti u sektoru turizma upravo u izvornom području.

2.5.3. Životna sigurnost i satisfakcija

Kvalitet života je nivo zdravlja, komfora i sreće koje pojedinac ili grupa imaju (Oxford). Turizam poboljšava životne uslove i stil života rezidenata. „Parametri „poboljšanih životnih uslova“ su:

- a) Veća raznolikost rekreativnih aktivnosti i infrastrukture;
- b) Unaprijeđen javni prevoz;
- c) Finija i raznovrsnija odjeća i hrana;
- d) Brži transport;
- e) Veći prihodi i više mogućnosti zaposlenja;
- f) Unaprijeđen kvalitet obrazovanja;
- g) Bolji kvalitet urbanog environmenta“ (Zhuang, 2019).

Parametri „poboljšanog stila života“ su:

- a) Bolji kvalitet života;
- b) Smanjene migracije ljudi sa sela u gradove;
- c) Više omladinskih programa razmjene;
- d) Više manifestacija i rekreativnih aktivnosti dostupnih lokalcima (Zhuang, 2019).

Kroz literaturu se navode određene zemlje u kojima su prepoznati poboljšani životni uslovi s rastom turizma (Iran, Kenija, Malezija, Portugal, Kina, Amerika), zato što su se fokusirale na razvoj kulturnog, ekoturizma i ruralnog turizma, koji je donio brojne koristi za lokalno stanovništvo u izoliranim područjima i sl.

IUCN promoviše pozitivne socio-kulturne impakte turizma u zaštićenim područjima, u kontekstu kulturne amelioracije i povećanja životnog standarda stanovništva koje živi u okolini. Istaknute su brojne materijalne i nematerijalne socio-kulturne beneficije za lokalce, ekonomski doprinosi, koristi od konzervacije, kao i specifične zdravstvene koristi zaštićenih područja (podrobnija

pojašnjenja u monografiji: Žunić, 2022, „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“, PMF UNSA).

Kroz elaboracije svih prethodnih stavki vezano za socio-kulturne beneficije turizma, uzimajući u obzir da su za životni standard bitni i ekonomski doprinosi, moguće je razumjeti kako turizam dovodi do krupnih promjena u fizionomiji, funkcijama i životnom stilu ljudi receptivnih turističkih područja; pomaci na polju ukupne infrastrukture, obrazovanja, kulturnog produhovljenja, konzervacije, imidža, partnerstava, inovativnosti i razvojnih projekata, produktivnosti i poduzetništva, su prepoznati širom svijeta. Turizam omogućava da se dopre i do autohtonih naroda, koji su uglavnom marginalizirani, pa i na taj način rastu društvene konekcije i koristi od turističke eksploatacije prvenstveno za lokalno- domorodačko stanovništvo.

„Prema OECD, socio-kulturni i drugi nematerijalni impakti mega-događaja vezani su za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva i to:

- a) Satisfakcija od pohađanja događaja;
- b) Povećano učešće u rekreativnim, sportskim i kulturnim aktivnostima;
- c) Unaprijeđena percepcija imidža, identiteta i mjesta“ (Žunić, 2022)

„Ugošćavanje“ mega-događaja može dovesti do diseminacije novih znanja, poboljšane radne prakse, bolje obrazovanje, nove investicije, i bolje politike u sektoru turističke i dr. industrije, dok istovremeno unapređuje reputaciju „host“ grada ili zemlje- primjer: Mančester (UK) je poznat kao sportska destinacija, Milano kao modna destinacija, i dr.

Na primjeru kineskog *Kaiping City* sa nekoliko sela (Zili, Majianglong, Jinjiangli Village i dr.), koja su dio WHS baštine

(klaster tornjeva iz 19.st. i dokazi historije, kulture i tradicije), socio-kulturne beneficije turizma za lokalno stanovništvo sela su:

- „rad i život su dobrostojeći;
- bolji je životni ambijent;
- domaćinstva i porodice su na okupu;
- interpersonalni odnosi su bolji, manje rasprava i bolja socijalna kohezija, odnosno veća briga za sumještane i cijelu zajednicu;
- lokalci uživaju u slobodnom vremenu;
- novac im nije na prvom mjestu;
- mladi žele ostati u selu“ (Zhuang, 2019).

U Zhaungovoj studiji slučaja- Kaiping, elaborirano je kako je navedeno područje, zahvaljujući turizmu, popravilo kvalitet života, jer nudi spektar mogućnosti po pitanju zaposlenja, odmora, rekreacije i zabave. Prosperitet je donio blagostanje, pa su odnosi ljudi postali bolji, jer se popravio ekonomski standard i smanjili su se egzistencijalni problemi. Povećana je lokalna proizvodnja, kao i uvoz, te je proširen asortiman robe i dobara na lokalnom tržištu (materijala i sirovina, hrane, odjeće, raznih predmeta i potrepština) od kojih lokalci imaju veću korist, i imaju priliku biti „moderniji“. Porasla je i porodična kohezija, jer ljudi više ne moraju nužno raditi van sela u obližnjim gradovima. Razvoj infrastrukture omogućio je školovanje i zaposlenje, pa mladi ne moraju napuštati svoje ognjište. Na ovaj način zavladao je opće zadovoljstvo i harmonija, pozitivna atmosfera, i porast ukupne kvalitete života u selima.

III POZITIVNI EKONOMSKI IMPAKTI TURIZMA

3.1. Multiplikativni doprinosi turizma

„Multiplikativna funkcija turizma (lat. „multiplicatio“ – množenje, umnožavanje) opisuje snagu turizma u multipliciranju prihoda ostvarenog u inicijalnoj fazi realizacije turističke potrošnje. Inicijalna faza je trenutak kada turista podmiri račun za bilo koju uslugu ili proizvod koji je konzumirao tokom svog turističkog boravka u nekoj turističkoj destinaciji. Inicijalna faza nije kraj potrošnje na putovanju, već se ta faza nastavlja na nižim nivoima i odraz je složenosti turističkih usluga. Turistički multiplikator ili multiplikativni učinci se pojavljuju kada se novac ostvaren turističkom potrošnjom stranih gostiju u receptivnoj turističkoj zemlji ili destinaciji „obrne“, odnosno kruži kroz veći broj transakcija u nacionalnoj (državnoj) ili lokalnoj ekonomiji, pridonoseći tako svim učesnicima u tim transakcijama kroz povećane prihode, zapošljavanje i sl. Razvojem cjelokupne privredne aktivnosti i razvijenosti zemlje, raste i turistički multiplikator. Dakle, multiplikator turističke potrošnje je pokazatelj broja obrtaja jedinice turističke potrošnje, koji ona izvrši u nekoj zemlji (regiji) u toku jedne godine prije svog „bijega“ iz privrednog toka“ (Galičić i Laškarin, 2016). Turistički multiplikator je indikator pada ili rasta državne ili lokalne ekonomije zahvaljujući prihodima od inostrane turističke potrošnje.

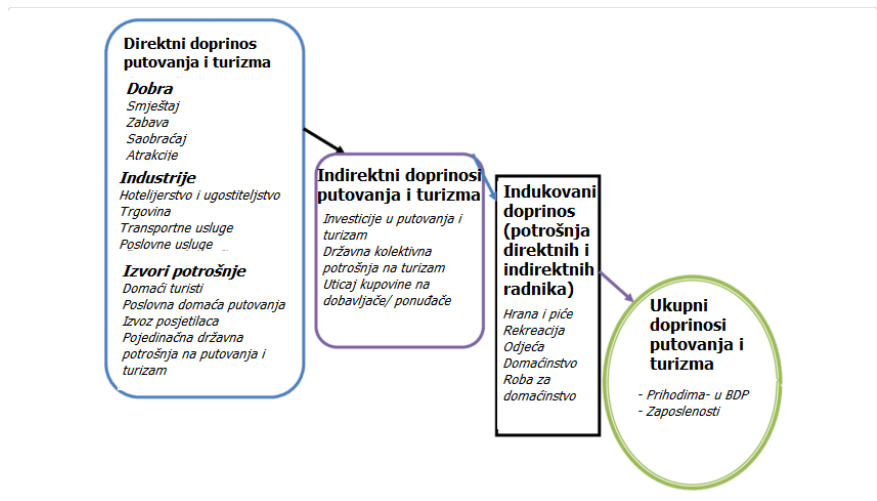
Prema H. Clementu, postoje tri vrste turističkog multiplikatora:

- a) prometni ili transakcijski multiplikator, koji pokazuje koliko je jedna jedinica potrošnje stvorila prometa;
- b) profitni multiplikator, koji pokazuje za koliko se povećao direktni i dodatni prihod rezidenata na jednu jedinicu turističke potrošnje, npr. procijenjuje se da na svakih 100 USD turističke potrošnje, lokalna zajednica kontribuira 5-10 dolara;

- c) multiplikator zaposlenosti, koji pokazuje za koliko se povećala zaposlenost (direktna i indirektna) na određeni broj jedinica turističke potrošnje.

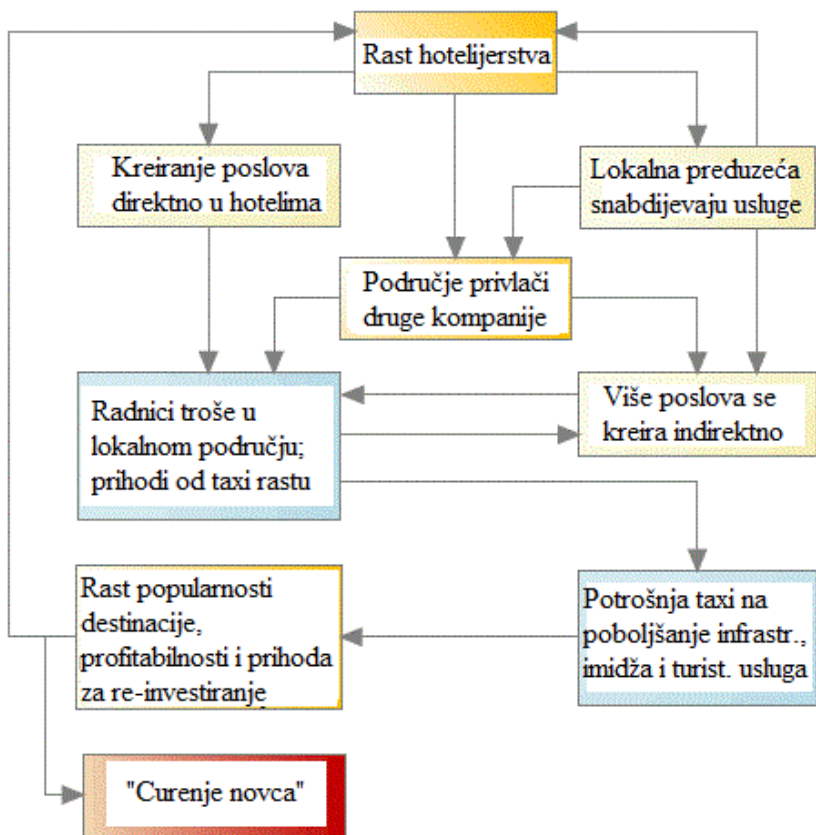
Ekonomski impakti turizma nastali na osnovu cirkulacije-multiplikacije novca su:

- a) Direktni ekonomski impakti (prihodi koji se ostvaruju u preduzećima s prodajom turističkih usluga: prodaja hrane, pića, ulaznica, prevoznih karata, i dr.);
- b) Indirektni ekonomski impakti (materijalni troškovi preduzeća povezani s prihodima od prodaje turističkih usluga, npr. troškovi hrane i pića);
- c) Indukovani ekonomski impakti (povećanje kupovne moći stanovništva zahvaljujući turističkoj potrošnji na receptivnim područjima).



Shema 6. Direktni, indirektni i indukovani doprinosi sektora turizma i ugostiteljstva prema Aynalem et al. (Autor⁵)

⁵ Prevod; jezički i grafički prilagođeno



Shema 7. Multiplikativni ekonomski impakti turizma u destinaciji prema Barcelona Field Studies Centre (Autor⁶)

Prema shemi, turizam podstiče kreiranje novih radnih mjesta i poslova, i niz drugih dešavanja koji donose zaradu i sl. Turizam podstiče nove ideje, zaposlenost, poduzetničke aktivnosti i veće prihode. Turizam doprinosi razmjeni dobara i usluga, naročito kada se radi o inostranoj razmjeni i zaradi. Turizam utiče na raspodjelu beneficija i uvođenje subvencija, što je bitno kod npr. preduzimanja poduzetničkih aktivnosti, kada se lokalci žele uključiti u turističke

⁶ prevod; jezički i grafički prilagođeno

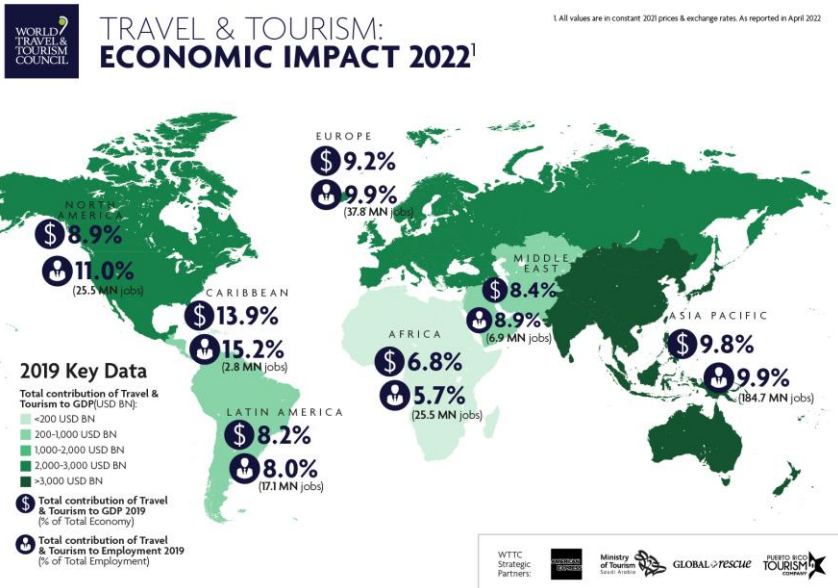
tokove sa ponudom smještaja, domaćih proizvoda i dr. Turizam podstiče interes svjetskih kompanija i investicije velikih ulagača sa ozbiljnim brendovima (npr. internacionalne kompanije i hotelski lanci). Turizam utiče na porast prihoda od poreza, balansiranje plaćanja i inflaciju cijena. Turizam generiše prihode, povećava profitabilnost i omogućava reinvestiranje u dalji turistički razvoj.

Ranije su prikazani pozitivni trendovi po pitanju rasta hotelske industrije i turoperatora u Evropi i svijetu (poglavlje II); prikazane su signifikantne *RevPar* stope, tj. prihodi po sobi na primjeru EU; predstavljena je simbolična statistika zaposlenih u turoperatorima i hotelima, kapaciteti kojima raspolažu, ukupni promet i dr.; prikazani su i novi trendovi hotelijerstva u smislu rasta lux i zelenih hotela, itd. (Žunić, 2022: „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životinu sredinu“, PMF UNSA; str.156-165).

3.2. Rast BDP i prihoda od turizma

Globalni turizam ima značajnu kontribuciju u svjetskoj privredi, jer se ukupna turistička potrošnja mjeri trilionima američkih dolara (Žunić, 2022: 1,4 triliona u 2019.), zbog čega se opravdano naziva turističkom industrijom. „Sektor turizma jedna je od vodećih uslužnih industrija u svijetu. U godišnjoj kvantitativnoj analizi uticaja putovanja i turizma na globalnu ekonomiju i zapošljavanje u 185 zemalja i 25 regija, istraživanje Svjetskog vijeća za putovanja i turizam (WTTC) pokazuje da taj sektor čini 10,4% globalnog BDP-a i 319 miliona radnih mjesta ili 10% ukupne zaposlenosti u 2018. Podjela ukupne potrošnje čvrsto je ponderirana prema tržištu slobodnog vremena, koje je predstavljalo 78,5% ukupne u usporedbi s 21,5% poslovne potrošnje, a sektor je činio 6,5% ukupnog svjetskog izvoza i 27,2% ukupnog globalnog izvoza usluga. Domaći turizam, koji je predstavljao 71,2% ukupne turističke potrošnje u 2018. i imao je najsnažniji rast u zemljama u razvoju, nastavlja podržavati mogućnosti širenjem razvojnih i

regionalnih privrednih koristi, te izgradnjom nacionalnog (državnog) ponosa“ (Nguyen et al., 2019).



Karta 10. Globalni ekonomski impakti putovanja i turizma, regionalni pregled u 2019. godini
(World Travel and Tourism Council)

Sa karte globalnih ekonomskih impakata putovanja i turizma u 2019., vidljivo je da Azijsko-Pacifički region: zemlje južne (Indija), istočne (Japan) i II Azije (Kina, Tajland, Indonezija, Malezija, i dr.), i dr., imaju najveće učešće putovanja i turizma u ukupnom svjetskom BDP-u, preko 3 milijarde (biliona) američkih dolara, što čini 9,8% ukupne privrede; turizam i putovanja zapošljavaju 184,7 miliona ljudi, što predstavlja 9,9% ukupne zaposlenosti (neke od zemalja u ovom regionu su ujedno najmnogoljudnije, npr. Kina i Indija). Međutim, najveće učešće putovanja i turizma u ukupnoj privredi i zaposlenosti imaju zemlje srednje Amerike (Meksiko, Karibi, i dr.): BDP 13,9%, i zaposlenost 15,2%.

Vodeća evropska destinacija sa najvećim učešćem turizma u ukupnom BDP je Hrvatska- oko 25%, što je 2,5x iznad svjetskog prosjeka od 10% (2019).

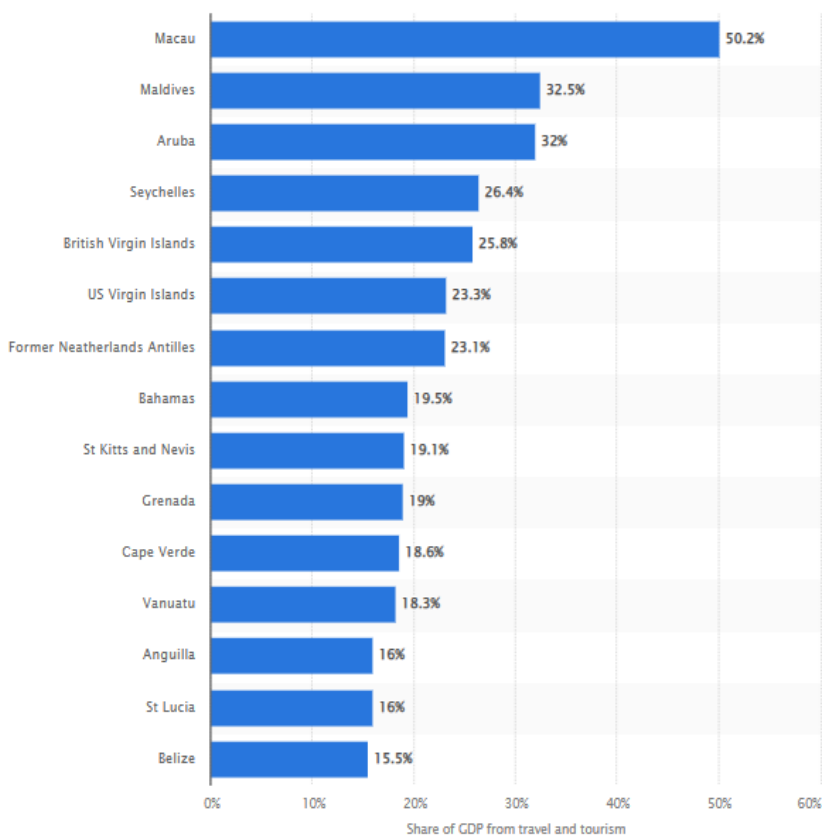
Tab.14. Udio ukupnog doprinosa putovanja i turizma BDP-u u zemljama članicama Evropske unije (EU 27) i Ujedinjenom Kraljevstvu (UK) od 2019. do 2021.

| Characteristic | 2019 | 2020 | 2021 |
|----------------|-------|-------|-------|
| Croatia | 24.8% | 13.2% | 16.1% |
| Greece | 20.7% | 9.2% | 14.9% |
| Portugal | 17.1% | 8.7% | 10.9% |
| Cyprus | 13.7% | 3.7% | 9.3% |
| Italy | 10.6% | 6.1% | 9.1% |
| Luxembourg | 10.3% | 7.9% | 8.6% |
| Spain | 14% | 5.9% | 8.5% |
| Netherlands | 11.1% | 7.8% | 8.1% |
| Slovenia | 10.8% | 7.2% | 7.7% |
| Austria | 10.7% | 7.9% | 7.1% |
| Malta | 15% | 4.9% | 6.7% |
| France | 8.4% | 5% | 6.5% |
| Germany | 9.8% | 6.3% | 6.4% |

(Statista)

Prema tabeli, vodeće evropske zemlje po kontribuciji turizma u ukupnom BDP-u (2021) su: Hrvatska, Grčka i Portugal, iznad svjetskog prosjeka. Pad udjela turizma u BDP nakon 2019. godine je posljedica COVID pandemije; npr. Malta je sa oko 15% (2019: rang 4) spala na oko 7% (2021: rang 11); Hrvatska je jedina održala poziciju iznad svjetskog prosjeka tokom 2019-2021.

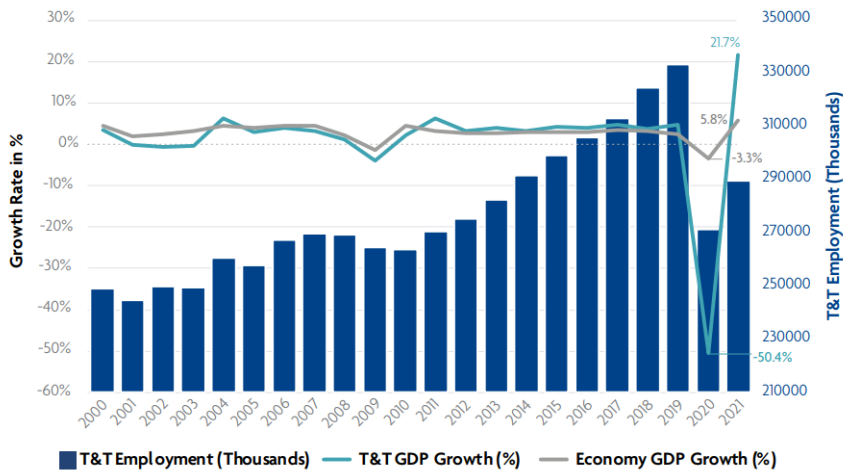
Turizam predstavlja dominantnu djelatnost u određenim zemljama na koju se oslanja čitav privredni sistem (Makao, Maldivi, Aruba, Sejšeli, Bahami, i dr.); npr. turizam čini 48-50,2% ukupnog BDP u Makao (SAR Kina).



Grafikon 17. Zemlje sa najvećim učešćem turizma u ukupnom BDP (2019); dmt. zavisnost privrede od turizma (Statista)

Turizam je strateška grana i u privrednom razvoju Bosne i Hercegovine, i „ima pozitivnu tendenciju rasta (2014-2018); u strukturi BDP zauzima 10%, dok u strukturi zaposlenih 12%“ (Žunić, 2022).

Prije pandemije COVID-19, stopa rasta globalnog sektora putovanja i turizma nadmašila je rast globalne privrede devet uzastopnih godina. Nakon razornog pada od 50,4% u doprinosu sektora globalnoj privredi, putovanja i turizam oporavili su se za 21,7% u 2021.– prikazano na grafikonu ispod.



Grafikon 18. Vremenski okvir ekonomskog učinka, 2000-2021.
(World Travel and Tourism Council, 2022)

Za komparaciju, globalna privreda oporavila se za 6,7%. Tempo oporavka putovanja i turizma usporen je širenjem varijante Omicron u drugoj polovici 2021., što je prisililo vlade da ponovo uvedu ograničenja za međunarodna putovanja.

Tab.15. Ekonomski impakti putovanja i turizma u svijetu: ukupni BDP i zaposlenost

| Global Data | | | | |
|-------------------------|------------------------------|--|---------------------------------|-------------------------------|
| Total GDP contribution: | | | Total Travel & Tourism jobs: | |
| 2019 | 10.3% USD 9,630 BN | Travel & Tourism GDP change: | 333 MN = 1 in 10 jobs | Change in Jobs ² : |
| 2020 | 5.3% USD 4,775 BN | -50.4% =USD -4,855 BN (Economy GDP = -3.3%) | 271 MN = 1 in 12 jobs | -62.0MN = -18.6% |
| 2021 | 6.1% USD 5,812 BN | +21.7% =USD 1,038 BN (Economy GDP = 5.8%) | 289 MN = 1 in 11 jobs | +18.2MN = + 6.7% |

(World Travel and Tourism Council)

Prema tabeli ekonomskih impakata putovanja i turizma u svijetu, učešće putovanja i turizma u ukupnom svjetskom BDP-u iznosilo je 10,3% (2019), ali je opalo uslijed COVID-19 i restrikcije kretanja na 5,3% (2020), i potom se oporavilo na 6,1% (2021). Kontribucija putovanja i turizma u svjetskom BDP-u (2019), prije pandemije, iznosila je blizu 10 triliona američkih dolara (2019: 9,630 biliona USD/ ili 9,6 triliona), a dvije godine kasnije oko 6 triliona dolara (2021: 5,812 biliona USD).

Stopa rasta putovanja i turizma 2019-2020. je negativna -50,4%, a pozitivna je za period 2020-2021., +21,7%.





Sektor putovanja i turizma, prije globalne pandemije (2019), brojao je 333 miliona poslova, što predstavlja 1 od 10 poslova kako je naznačeno u tabeli iznad, mada u dokumentu WTTC stoji da je to čak 1 od 4 kreirana posla u svijetu!; u 2021., putovanja i turizam generišu 289 miliona poslova, ili 1 od 11 poslova na globalnom nivou. Stopa rasta poslova je negativna za 2019-2020. (-62 miliona), a pozitivna za period 2020-2021. godine (+18,2 miliona).

Prema procjeni ekonomskih impakata putovanja i turizma u Bosni i Hercegovini- tabela ispod, učešće putovanja i turizma:

- a) u ukupnoj privredi iznosilo je oko 10% prije pandemije (2019: 9,7%), dok 6,6% u 2021.;
- b) u ukupnoj zaposlenosti, turizam i putovanja su kontribuirali sa oko 11% (2019: 10,7%), a aktuelno oko 9% (2021: 8,7%), što predstavlja preko 70 hiljada radnih mjesta (71.200);
- c) vrijednost međunarodne turističke potrošnje iznosila preko milijardu američkih dolara u 2019. (1,263,8 miliona/ ili 1 milijarda i 263,8), odnosno 780,6 miliona USD u 2021.;
- d) vrijednost domaće turističke potrošnje iznosila je preko 700 miliona američkih dolara (2019: 709,3 USD), a u 2021. iznosi 608,2 miliona dolara. Iz navedenih podataka vidimo

da su gubici prihoda znatno veći na polju međunarodne nego domaće potrošnje, što dodatno naglašava ekonomsku korist inostranog turizma.

Tab.16. Ekonomski impakti putovanja i turizma u Bosni i Hercegovini: prihodi, zaposlenost i turistička potrošnja

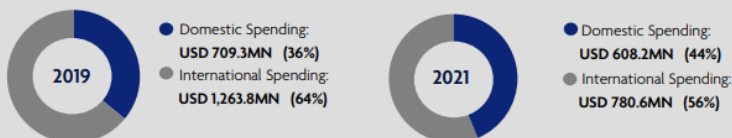
| Bosnia-Herzegovina Key Data | | |
|--|--|--|
| 2019 | 2020 | 2021 |
| Total contribution of Travel & Tourism to GDP: | | |
|  9.7% of Total Economy BAM 3,612.2MN (USD 2,184.5MN) | 5.0% of Total Economy BAM 1,801.5MN (USD 1,089.4MN) Change: -50.1% Economy change: -3.2% | 6.6% of Total Economy BAM 2,561.6MN (USD 1,549.1MN) Change: +42.2% Economy change: +7.3% |
| Total contribution of Travel & Tourism to Employment: | | |
|  87.9 (000s) 10.7% of total jobs | 63.5 (000s) 7.8% of total jobs Change: -27.7% | 71.2 (000s) 8.7% of total jobs Change: +12.0% |
| Visitor Spend: | | |
| International: | | |
|  BAM 2,089.8 MN 14.3% of total exports (USD 1,263.8MN) | BAM 696.5 MN 5.8% of total exports (USD 421.2MN) Change: -66.7% | BAM 1,290.8 MN 7.9% of total exports (USD 780.6MN) Change: +85.3% |
| Domestic: | | |
|  BAM 1,172.9 MN (USD 709.3MN) | BAM 826.6 MN (USD 499.9MN) Change: -29.5% | BAM 1,005.7 MN (USD 608.2MN) Change: +21.7% |

(World Travel and Tourism Council, 2022)

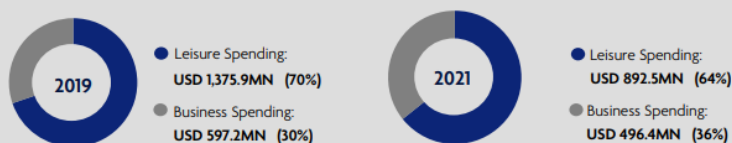
U strukturi turističke potrošnje BiH- grafikon ispod- udio međunarodne iznosio je 64% prije pandemije, a u 2021. je opao na 56% u korist rasta domaće potrošnje (2019: 36%, 2021: 44%). Potrošnja u oblasti rekreacije i odmora je opala sa 70% (2019) na 64%, u korist poslovne potrošnje (2019: 30%, 2021: 36%).

Bosnia-Herzegovina Sector Characteristics

Domestic vs International Spending:



Leisure vs Business Spending:



Grafikon 19. Struktura turističke potrošnje: domaća i internacionalna; rekreacija i posao
(World Travel and Tourism Council, 2022)

Kako se generiše novac od turizma? Novac od turizma se prikuplja kroz kanale- profiteri su praktično razni subjekti turizma:

- Vlada
- Različiti akteri (internacionalne kompanije i lanci, i dr.)
- Agencije zaštićenih područja
- Putni agenti
- Turoperatora
- Hotelijeri
- Trgovci
- Ugostiteljstvo
- Kulturne institucije (muzeji, pozorišta, koncertne sale, i dr.)
- Sportsko-rekreativni centri
- Spa i wellness centri
- Uslužni provajderi
- Članovi lokalne zajednice.

Posrednici takođe mogu profitirati od proizvoda i usluga:

- a) Turoperatori, koji su plaćeni za aranžman: smještaj, put i aktivnosti, sve zajedno;
- b) Putni agenti ili e-booking sajtovi, koji naplaćuju transakciju između turista i usluga ili proizvodnih provajdera;
- c) Provajderi proizvoda i usluga u turističkim preduzećima, turisti i trgovci;
- d) Banke, koje pružaju usluge razmjene novca;
- e) Građevinske firme koje su angažovane na izgradnji turističkih objekata ili naselja;
- f) Trgovci i zanatlije koji prodaju razne proizvode, bilo kao privatni poduzetnici ili javna trgovinska preduzeća, ili internacionalni poslovno-tržišni centri.

Na relaciji zaštićenih područja, „turistički prihodi mogu odgovarati potražnji ili limitiranoj potražnji (gdje pretjerane posjete mogu ugroziti biodiverzitet), i pravilna raspodjela prihoda bi trebala biti investirana u menadžment turističke destinacije. Po pravilu, agencije zaštićenih područja mogu koristiti prihode od turističke potrošnje i kotizacije privatnog sektora, u cilju finansiranja upravljanja područjem- konzervacijske menadžment aktivnosti. Pošto upravljanje traži ulaganja, onda je moguće uticati na povećanje turističkih prihoda kroz ukupno povećanje cijena u ZP: ulaz, proizvodi i usluge“ (Leung et al., IUCN, 2014). Povećanje cijena i struktura plaćanja ne mora biti ista za strane i domaće turiste. Npr. cijena ulaznice u zaštićeni pejzaž Trebević (Sarajevo) nije ista za domaće i strane turiste, i za lokalce; karta za vožnju žičarom za domaće turiste se izražava u BAM, dok za strane turiste u EUR i USD; ulaz na „Vrelo Bosne“ je slobodan za lokalce (stanovnike s područja općine Ilidža); itd.

Potrošnja posjetilaca može biti *direktna* (kada turisti plaćaju turističke usluge) i *indirektna* (kada se plaćaju građevinske firme i kumunalije u funkciji razvoja turizma, kao i preko poreza).

Tab.17. Izvori prihoda od turizma u ZP prema IUCN

| Direktna potrošnja turista | Indirektna potrošnja |
|---|---|
| Booking/ čekiranje | Uniformna manufaktura (proizvodnja i gradnja po standardima) |
| Transport (bus, automobil, tramvaj, metro, voz, avion, brod; parking; žičara, eko-vozić, panoramski jedriličar) | Pribor i građevinski materijal |
| Ulaznica u ZP ili kulturni objekat | Proizvodnja namještaja i suvenira |
| Smještaj (preko agencije ili privatno) | Obrt za dekorisanje |
| Usluge vodiča i obrazovanja | Voda |
| Hrana & piće (restoran i prodavnice, meso divljači, hoteli i razni ugostiteljski objekti) | Električna energija |
| Informacije (štampani vodiči/ guide books, filmovi, knjige, video-materijali) | Odlaganje smeća/ deponija |
| Rekreativne uslužne karte, specijalni događaji i specijalne usluge (plivanje s delfinima, lov, koncerti, i dr.) | Kotizacija koncesije, plaćeno od strane privatnog sektora koji obezbjeđuje usluge turistima |
| Rentanje opreme (za skijanje, sankanje, plivanje, i dr.) | Honorar, od prodaje brendiranih proizvoda |
| Roba (oprema, odjeća, suveniri, čamac, nakit, divljina i kulturni produkti) | Taxe/ porezi |
| Gorivo (drvo, ugalj) | |
| Volonterske donacije, karbon offset (redukcija CO2) | |

(Autor⁷)

⁷ prevod i dopuna

U turističkim destinacijama, turisti novac troše kroz: ulaznice (u zaštićena područja, muzeje, klubove i dr.); prevoz; smještaj; razne aktivnosti (npr. koncert, sajam, specijalne ture, zabava); hrana & piće; odjeća; nakit; rukotvorine; tradicionalna i organska hrana; suveniri; itd. Stepen potrošnje zavisi od veličine i popularnosti područja, raspoloživih atrakcija, strukture ponude i diverziteta tematskih proizvoda.

„Magnituda ekonomskih uticaja turizma određena je sa multifaktorima:

- a) Natura ZP, infrastruktura, pristupačnost i njihova atraktivnost za turiste;
- b) Volumen i intenzitet potrošnje u turističkoj destinaciji;
- c) Nivo ekonomskog razvoja i veličina ekonomske baze u ZP;
- d) Step u kome turistička potrošnja cirkuliše kroz destinaciju“ (Leung et al., 2014).

Procijenjuje se da „na svakih 100 USD koje potroši turista, lokalnoj zajednici ostaje 5-10 američkih dolara, dok 90% „procuri“ kroz turističku destinaciju“ (UNEP).

Na primjeru Kaiping City (Južno-centralna Guangdong Provincija, Kina)- nekoliko sela (Zili, Majianglong, Jinjiangli Village i dr.)- i klaster tornjevi iz 19.st. (UNESCO sajt od 2007), prepoznaje se porast prihoda. Otkako je uveden WHS status, turistička industrija se razvijala tokom decenije, što je dovelo do transformacije dnevnog života lokalnih ljudi. Seoske vrijednosti i norme su se promijenile u različitom stepenu u različitim selima. Vezano za prihode, otkako je turizam postao najvažnija grana privrede u selima, porastao je prihod rezidenata. Od 2008-2010., ostvaren je porast turističkog prihoda po glavi stanovnika od 85\$ godišnje, dok sa ekspanzijom turizma u 2011. na 87\$ godišnje. Život lokalaca se unaprijedio uporedo sa otvaranjem restorana i prodajom karata. Najizražanija promjena je na selu Zilli, gdje je seoski komitet

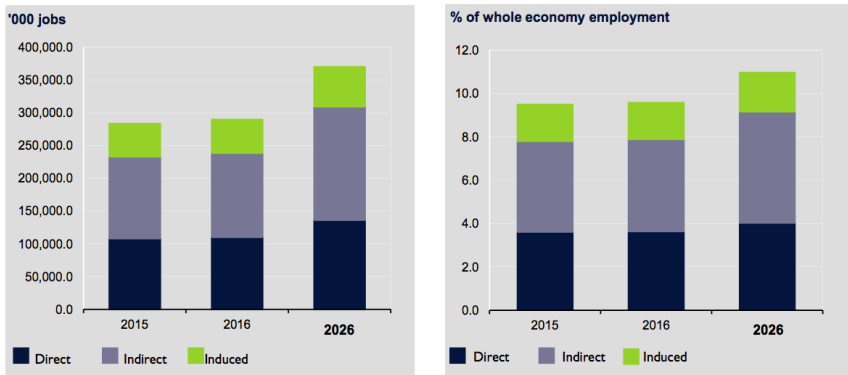
počeo prodaju karata turistima u 2004., što je rezultiralo time da svaki seljanin zaradi dodatnih 14\$ godišnje, što je postupno raslo na 160\$ godišnje u 2007. i na 1255\$ u 2016. Otkako je selo Zili dodano na WHS (2008), zaradilo je oko 40,410\$ ukupno, uključujući \$31,747 prihoda od karata (aprx. 78.6% ukupnog prihoda), \$4329 prihodi od ribolova, i \$2160 prihoda od poljoprivrednog zemljišta i dr. U 2011., selo je postiglo ukupno 89,470\$, uključujući \$80,811 od prodaje karata, \$4329 ribolova, i oko \$2200 prihoda od poljoprivrede, i drugih \$2130 od drugih sektora. Prodaja karata, primarni izvor turističkog prihoda, konstituirala je do 90.3% BDP. Prije peticije za WHS status, BDP sela Zili Village iznosio je aprx. 400-600\$. BDP pc bio je samo oko 14\$ u 2007., a 548\$ u 2011. godini.

3.3. Porast zaposlenosti i turističkog preduzetništva

„Jedan od privrednih sektora s najbržim rastom na svijetu su putovanja i turizam. Ima značajnu ulogu u razvoju destinacija u nastajanju. Turistička industrija zapošljava blizu 100 miliona ljudi, što predstavlja oko 3% ukupne zaposlenosti u svijetu. Bez sumnje, isplati se promovisati putovanja i turizam. Svaki dolar potrošen na marketing destinacije generiše 38 dolara potrošnje posjetilaca na međunarodnim tržištima“ (Nguyen et al., 2019). „Razvoj turizma utiče na brži razvoj tercijarnih djelatnosti. On svojom potrošnjom najviše koristi usluge ugostiteljstva, prometa, trgovine, zanatstva, komunalija i drugih djelatnosti, odnosno tercijarnog sektora u cijelini“ (Galičić, Laškarin, 2016).

Prema projekcijama WTTC za period 2015-2026.- grafikoni ispod, poslovi u turističkoj industriji (direktni, indirektni i indukovani) i učešće putovanja i turizma u ukupnoj zaposlenosti, značajno će rasti; očekuje se porast poslova sa oko 280 miliona (2015) na oko 370 miliona (2026), i porast učešća turizma u ukupnoj zaposlenosti sa oko 9,5% (2015) na oko 11% (2026).

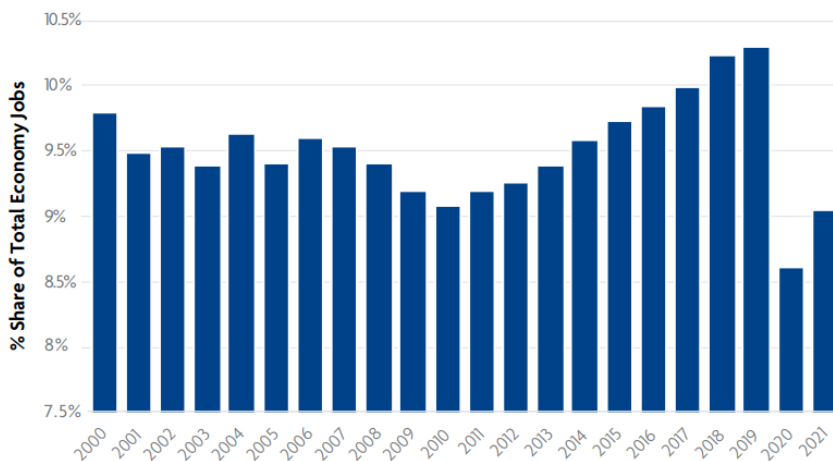
WORLD: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



Grafikon 20. Ukupno učešće putovanja i turizma u zaposlenosti (WTTC)

„Direktno zapošljavanje u turizmu odvija se u ugostiteljstvu, turističkom posredništvu, saobraćaju i trgovini na malo, a odnosi se na radna mjesta čiji radnici dolaze u direktni kontakt s posjetiocima“ (Galičić, Laškarin, 2016).

„Indirektno zapošljavanje u turizmu odvija se u svim ostalim privrednim granama i djelatnostima čije su aktivnosti u manjoj ili većoj mjeri usmjerene na razvoj turizma i prihod koji se po toj osnovi ostvaruje, a riječ je o radnim mjestima u okviru industrije, energetike, vodoopskrbe, građevinarstva, usluga informatičke potpore, finansijskog poslovanja, javne uprave, itd.“ (Galičić, Laškarin, 2016).



Grafikon 21. Ukupni doprinos putovanja i turizma globalnom zapošljavanju
(World Travel and Tourism Council, 2022)

U 2019. sektor putovanja i turizma podržao je 333 miliona radnih mjesta širom svijeta, što predstavlja 1 od 10 svih poslova u svijetu. Uprkos državnim programima zadržavanja kao što su odsustva i drugi koji su podržavali zapošljavanje, 62 miliona radnih mjesta izgubljeno je 2020.- pad od 18,6%. Kako je doprinos sektora globalnoj privredi porastao za 21,7% u 2021., to je bilo popraćeno porastom broja radnih mjesta u putovanjima i turizmu sa 271,3 miliona u 2020. na 289,5 miliona u 2021., što je povećanje od 18,2 miliona radnih mjesta (porast od 6,7%). Posljedično, sektor je podržavao 1 od 11 radnih mjesta u čitavoj privredi u 2021. Promjena u doprinosu putovanja i turizma zapošljavanju je sporija od promjene u doprinosu BDP-u jer su poslovi manje elastični i stoga manje volatilni. Ovo je zbog toga što proces otpuštanja postojećeg osoblja i uključivanja novog osoblja zahtjeva vrijeme.

„Turizam povećava mogućnosti zapošljavanja. Dodatni poslovi, u rasponu od nisko plaćenih početničkih do visoko plaćenih profesionalnih pozicija u menadžmentu i tehničkim područjima,

generišu prihod i podižu životni standard. Naročito u ruralnim područjima, diverzifikacija koju stvara turizam pomaže zajednicama koje su možda zavisne od samo jedne industrije“ (Kreag, 2001). Na primjer, ponovo kineski UNESCO sajt- Kaiping city, prije turističke eksploatacije, sela su zarađivala uglavnom od poljoprivrede ili rada van područja. Nakon turističke ekspanzije, lokalci su uvidjeli različite mogućnosti da otvore restorane, otvore trgovinu (prodavnicu) ili postave štand, i ove poduzetničke aktivnosti su optimizirale strukturu zaposlenosti u drevnim selima oko klastera tornjeva. Većina seljana sada je angažovana u turističkim poslovima da razvija turističku industriju. Većina ih se više ne oslanja samo na agrikulturu, već radije na posao u turističkom sektoru. Rade na poslovima kao što su sigurnosni čuvari i zaštitari, čistači, restorateri, i vlasnici suvenirskih prodavnica. Lokalno stanovništvo zarađuje 90% prihoda od turističke industrije (Žunić, 2022). Poslovi u turističkoj industriji su raznovrsni: putne agencije, turoperatori, turistički planeri, turizmolozi, turistički vodiči, zračni prevoz, zračne hostese i osoblje, ugostiteljstvo i smještaj, marketinško istraživanje, itinerer dizajneri, itd.

Na primjeru ekoturizma, od lokalnih beneficija turizma u zaštićenim područjima, izdvajaju se uglavnom one koje su u korelaciji sa revitalizacijom privrede i razvojem poslova i preduzetničkih aktivnosti. Prema dokumentima IUCN, navode se:

- Zaposlenost lokalaca
- Razvoj poslova i turistički biznis
- Prihodi/ proporcionalna raspodjela
- Ulaz u ZP: cijena za strane turiste veća nego za rezidente
- Razvojni projekti
- Porast posjeta
- Duži boravak
- Povratak gostiju
- Podrška lokalne kupnje.

Uticaj privatnog sektora u razvoju turizma u zaštićenim područjima izražen je kroz sljedeće beneficije:

- Razvoj i operiranje poslova
- Ulaganje kapitala u turističku saradnju
- Razvoj infrastrukture i poslova
- Komercijalizacija- koncesije u zaštićenim područjima i obezbjeđivanje smještaja, restorana, tura i kupovine
- Rang mogućnosti za turiste i potrošnju u destinaciji
- Zapošljavanje lokalnog stanovništva u turizmu: hoteli, restorani, i usluge; npr. u zemljama južne Afrike preko 90% lokalci rade u turizmu
- Saradnja sa lokalnom zajednicom.

Prema procjenama Eurostata, u 2017. godini bilo je 2,3 miliona preduzeća u turističkim djelatnostima (to su privredne djelatnosti koje značajan dio svojih usluga pružaju turistima, ali i neturistima). Ovo je bilo više od jedne od deset nefinansijskih poslovnih grana EU. 11,7 miliona zaposlenih predstavljalo je 9% zaposlenosti u nefinansijskoj poslovnoj privredi i 22% uslužnog sektora.

Turistička privreda je u 2017. imala 3,7% prometa i 5,8% dodane vrijednosti po faktorskim troškovima nefinansijske poslovne ekonomije. U poređenju sa ostalim sektorima, turističke privrede imaju relativno jaku sezonalnost, sa vrhuncem prometa u trećem kvartalu (juli, avgust i septembar) svake godine i dugoročni uzlazni trend do posljednjeg kvartala 2019.



ec.europa.eu/eurostat

Grafikon 22. Broj preduzeća u turističkoj industriji Evrope
(Eurostat, European Commission, 2020)

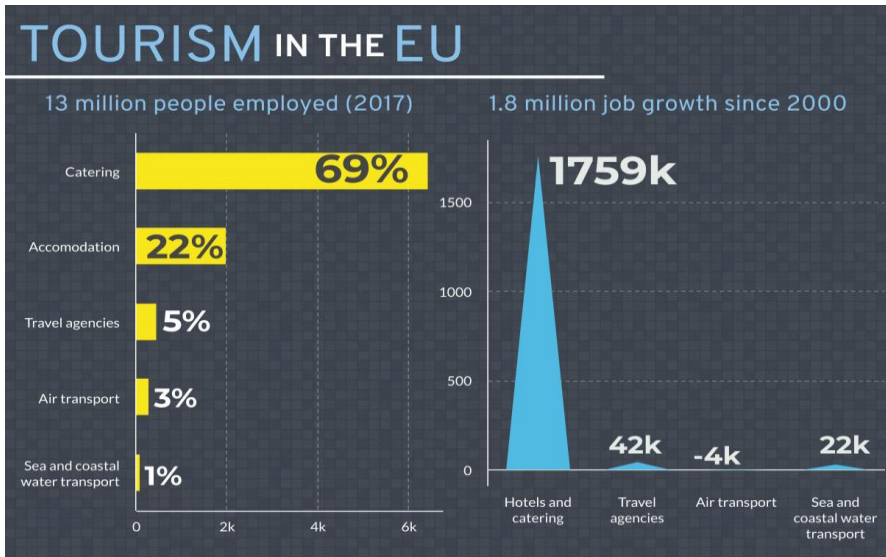
Turističke industrije važan su pokretač privrede i tržišta rada mnogih zemalja. Više od polovine (56%) preduzeća u turističkoj industriji u EU 2017. nalazilo se u četiri države članice: 383 600 u Italiji, 326 700 u Francuskoj, 308 000 u Španiji i 263 400 u Njemačkoj. Druge zemlje s velikim brojem preduzeća u turističkoj industriji su Grčka (147.800), Portugal (120 200) i Poljska (109.100).



ec.europa.eu/eurostat

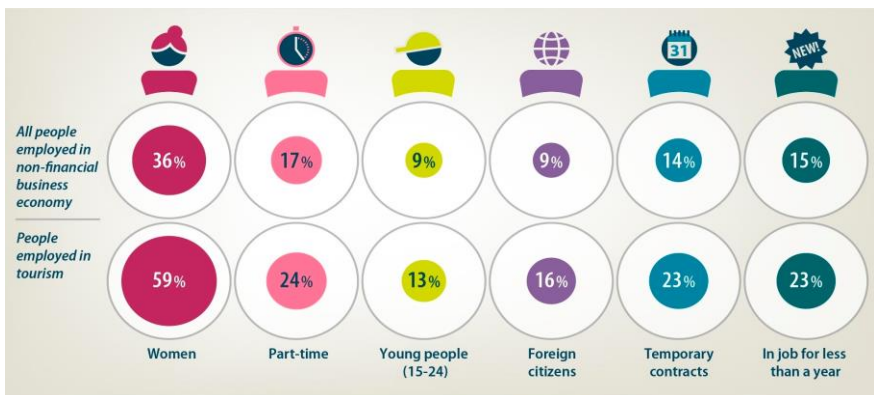
Grafikon 23. Broj zaposlenih u turističkoj industriji Evrope
(Eurostat, European Commission, 2020)

U 2017. godini, turističke industrije činile su 26% zaposlenosti u poslovnoj ekonomiji u Grčkoj (ne uključujući finansijski sektor). Zatim slijede Kipar (20%), Irska (14%), Hrvatska i Austrija (obje 13%) i Italija (11%). Na drugom kraju ljestvice, samo 4% osoba zaposlenih u nefinansijskoj poslovnoj ekonomiji u Poljskoj bilo je aktivno u turističkoj industriji. Treba napomenuti da podaci o zaposlenosti u turističkoj industriji nisu dostupni za Francusku i niz drugih zemalja članica EU. Njemačka, Italija i Španija činile su skoro polovinu (48%) osoba zaposlenih u turističkoj industriji u EU u 2017. godini, s 2,5 miliona zaposlenih u turističkoj industriji u Njemačkoj, 1,6 miliona u Italiji i 1,5 miliona u Španiji.



Grafikon 24. Turizam EU: zaposlenost i poslovi
(CEDEFOP)

Prema grafikonu, u strukturi ukupne zaposlenosti u turizmu EU (2017), najveće učešće imaju ugostiteljstvo 69% i smještaj 22%, a zatim putne agencije 5%, zračni prevoz 3%, i morski i obalni vodeni transport 1%; broj radnih mjesta u ugostiteljstvu je oko 1,8 milion (1759k/ ili 1759 hiljada/ ili 1,78 miliona), itd.



Shema 8. Zaposlenost u turističkoj industriji EU, 2017.
(Eurostat, European Commission, 2020)

Prema grafikonu, zaposlenost u turističkoj industriji EU podrazumijeva: NACE H51 (zračni prevoz), I55 (smještaj), i N79 (putna agencija, turoperatorske rezervacione usluge i povezane djelatnosti). U gornjem redu su prikazane sve osobe zaposlene u ne-finansijskoj poslovnoj privredi, dok su u redu ispod prikazani svi zaposleni u turizmu, i to po kategorijama: žene, honorarni poslovi, mlade osobe (15-24), strani državljani, privremeni ugovori, posao do 1 godine. Zajedničko je da su sve vrijednosti učešća u strukturi zaposlenja u turizmu, po svim navedenim kategorijama, veće nego kod ne-finansijske poslovne privrede.

3.4. Porast inostrane razmjene i zarade od turizma

Turizam je u stalnoj ekspanziji u decenijskom razdoblju pred COVID-19 (2020), sa izvoznim prihodima koji rastu brže od izvoza robe. „Izvozni prihodi od internacionalnog turizma rastu brže od izvoza robe gotovo svake godine nakon 2010. Turizam je svjetska 3. najveća izvozna kategorija, nakon goriva i hemikalija, a ispred automatskih proizvoda i hrane“ (Žunić, 2022).

Galičić navodi izvoznu funkciju turizma kao najvažniji aspekt turizma u podsticanju međunarodne razmjene dobara. Turizam je priznat kao značajan izvor deviznih sredstava i svrstan je među favorizirane izvozne grane. Taj devizni priliv je vredniji, jer se ostvaruje bez izvoza dobara preko granice zemlje. Kod turizma je obrnuti proces, jer umjesto izvoza robe, „uvozi“ se konzument/potrošač, koji robe i usluge konzumira na licu mjesta, tj. u receptivnoj destinaciji, a plaća ih devizama. Devizni priliv ostvaren iz takvog procesa je „nevidljivi, tihi, izvoz na licu mjesta“ (Galičić, Laškarin, 2016). Domaći turisti, radi zadovoljavanja turističkih potreba, troše u svojoj zemlji, pa se tako vrši preraspodjela tu stečenog ličnog prihoda. Inostrani turisti unose i troše dio svojih sredstva u stranoj destinaciji, a konverzijom novca direktno utiču na porast BDP-a receptivne turističke zemlje.

Pošto su prihodi od inostranog turizma veći nego od domaćeg, većina zemalja ulaže maksimalne napore da poveća dolaske inostranih posjetilaca u svoju zemlju, tako što nastoji obogatiti turističku ponudu, kreirati konkretne turističke proizvode i ispromovisati se što bolje na evropskom i svjetskom tržištu. Međutim, pandemija COVID-19, restrikcija kretanja i zatvaranje granica, natjerali su mnoge zemlje da se više posvete razvoju domaćeg turizma, jer je jedan od ciljeva svakako uticati i na smanjenje odlazaka rezidenata u inostranstvo, i afirmacija domaćeg turizma.

Ekonomska sfera turizma uključuje bitne segmente finalne potrošnje: *tekuću turističku potrošnju* i *turističke investicije*.

Razvijene turističke zemlje (Francuska, Italija, Austrija, Španija, i dr.) raspolažu sa naprednim turističkim informativnim sistemima u kojima se pohranjuju i obrađuju svi segmenti turističke finalne potrošnje, što predstavlja fundamentalnu bazu za kreiranje budućih turističkih strategija i razvojnih projekata za usmjeravanje turističkog razvoja.

„Kako turizam raste, stvaraju se dodatne mogućnosti za ulaganja, razvoj, i infrastrukturnu potrošnju. Turizam često podstiče unapređenje javnih komunalnih usluga kao što su voda, kanalizacija, asfaltnice, rasvjeta, parking, javni zahodi, kontrola smeća i uređenje okoliša. Takva poboljšanja pogoduju turistima i stanovnicima slično. Isto tako, turizam podstiče poboljšanje saobraćajne infrastrukture što rezultira unaprijeđenim cestama, aerodromima, javnim prevozom i netradicionalnim transportom (npr. staze). Turizam podstiče nove elemente da se pridruže maloprodajnom miksu, povećavajući mogućnosti za kupovinu i zdravu konkurentnost. Često povećava porezne prihode zajednice. Najznačajniji porezi (taxe) na smještaj i promet rastu, ali dodatni porezni prihodi uključuju taxe na zračni i drugi prevoz, poslovne taxe i poreze na gorivo. Novi poslovi stvaraju više prihoda od poreza (taxi) na dohodak“ (Kreag, 2001).

O investicijama, subvencijama, koncesijama, raspodjeli sredstava, i drugim ekonomsko-novčanim elementima radi razvoja turizma bilo je ranije govora (vidi poglavlje „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma“). Zemlje u razvoju, kojima je turizam jedna od strateških grana privrede, nastoje formirati povoljne uslove za investiranje u razvojne turističke projekte, kako bi se obezbijedila potrebna sredstva za proizvodnju i razvoj turističke infrastrukture, i turističku modernizaciju u globalu. Pošto lokalna proizvodnja često ne može podmiriti tržište u vrijeme povećanog broja stanovništva sa prilivom turista, razvoj turizma podstiče i uvoz raznovrsne robe i sirovina, kao što su materijali za izradu suvenira, uvoz goriva, hemikalija, namještaja, odjeće, hrane, i dr. potrepština. Na primjeru Kaiping city (Kina), „zahvaljujući turizmu povećana je lokalna proizvodnja, kao i uvoz, te je proširen asortiman robe i dobara na lokalnom tržištu (materijala i sirovina, hrane, odjeće, raznih predmeta i potrepština) od kojih lokalci imaju veću korist, i imaju priliku biti „moderniji“ (Žunić, 2022). Ekspanzija turizma i cvijetanje neke destinacije podstiče interes velikih poslovno-trgovinskih kompanija, svjetskih hotelskih lanaca, ugostitelja, biznismena, i dr., koji žele investirati opremu i implementirati svoje kapacitete u razvojnu turističku destinaciju, što često predstavlja obostranu korist, jer npr. svjetski poznati hoteli poput Hiltona, Marriota i dr., donose prepoznatljiv brend i tako afirmišu turističku destinaciju, a istovremeno zapošljavaju lokalno stanovništvo, i sl. Turizam podstiče i koncesije (grantove) u smislu povlaštenja taxi za popularne gigante, ali i u smislu donacija za izgradnju turističke infrastrukture, npr. donacija holanđanina Edmond Offermanna za izgradnju Sarajevske žičare u vrijednosti od 7,5 BAM, ili izdavanje lokalnog zemljišta na korištenje stranim firmama koje će pružati turističke usluge, npr. engleska firma balona „Royal Baloon“ za panoramsko razledanje Kapadokije (Turska).

Turizam utiče na inflaciju tržišta i cijena u domaćinskoj zemlji kao receptivnoj destinaciji, jer cijene lokalnih usluga rastu sa

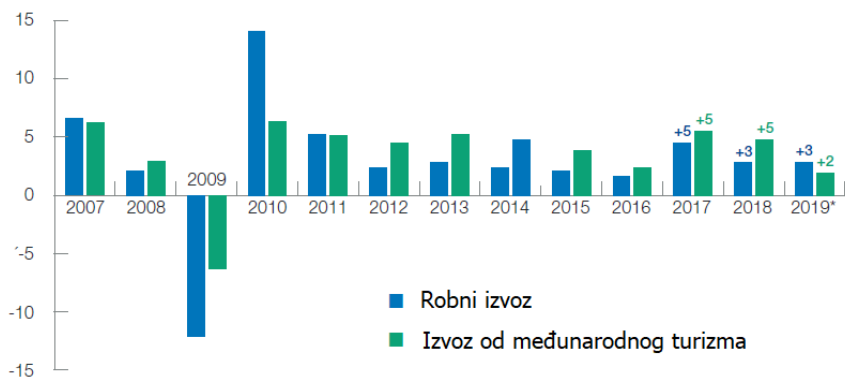
povećanom turističkom potražnjom. Uticaj turizma na državnu privredu najprije se osjeti kroz platnu bilansu zemlje, jer ona predstavlja indikator uloge i mjesta turizma u ukupnoj razmjeni s inostranstvom. Prema definiciji IMF, platna bilansa je statistički prikaz koji povezuje određeno razdoblje, a pokazuje transakciju robom, uslugama i prihodima između državne privrede i ostalog svijeta, zatim promjene vlasništva i promjene u monetarnom zlatu, kao i transfere za uravnoteženjem u računovodstvenom smislu. Platna bilansa zemlje evidentira ukupan iznos turističke potrošnje koju realiziraju turisti iz inostranstva prilikom svog boravka u turističkoj destinaciji, od ulaska do izlaska iz zemlje. Turistička potrošnja predstavlja novčane troškove turista za raznovrsne proizvode i usluge uz sve oblike turističkih putovanja. Turistička bilansa je sastavni dio ukupne platne bilanse zemlje, a može biti: aktivna turistička bilansa (svi prihodi ostvareni od potrošnje stranih turista na raznovrsne turističke usluge, naročito u ugostiteljstvu, saobraćaju i trgovini), i pasivna turistička bilansa (troškovi vezani za putovanja domaćeg stanovništva u inostranstvu). „Bilansa putovanja/ turistička bilansa, je razlika između prihoda od međunarodnog turizma (u dolasku) i troškova od međunarodnog turizma (u odlasku)“ (UNWTO).

Primjeri savremenog trenda u oblasti internacionalnih turističkih prijema i turističke potrošnje ranije su predstavljeni na globalnom i regionalnom nivou (poglavlje „Masovni turizam“). Najveći svjetski turistički potrošači (2018) su: Kina, SAD, Njemačka, UK, Francuska, i dr.; troškovi od međunarodnog turizma u Kini iznosili su čak 277 milijardi USD!

Ukupan izvoz međunarodnog turizma dostigao je 1,7 triliona američkih dolara u 2019. Izvozna zarada od međunarodnog turizma (putovanja i prevoz putnika) važan je izvor inostranih prihoda za mnoge destinacije širom svijeta, pomaže u stvaranju radnih mjesta, promoviše preduzetništvo i razvija lokalnu privredu.

Turizam je ključna komponenta diverzifikacije izvoza za napredne privrede i privrede u razvoju, sa snažnim kapacitetom smanjenja trgovinskih deficita i kompenzacije slabijih izvoznih prihoda od druge robe i usluga. Za mnoge male zemlje u razvoju, uključujući većinu malih ostrvskih država u razvoju, turizam je glavni izvor prihoda u stranoj valuti, koji može predstavljati i do 90% ukupnog izvoza.

Turizam je treća najveća svjetska izvozna kategorija, nakon goriva i hemikalija, a ispred automobilskih proizvoda i hrane (2019). Turizam dnevno ostvaruje 5 milijardi dolara izvoza. U strukturi globalnog prihoda od izvoza od turizma su: 1,5 trilion dolara od turističkih prijema u destinacijama, i 255 milijardi USD od putničkog transporta, što skupa čini 1,7 trilion USD od izvoza od internacionalnog turizma u 2019. Zarada od izvoza u kategoriji internacionalnog turizma iznosi 1,742 biliona/ ili 1,7 trilion USD u 2019. Izvozni prihodi od međunarodnog turizma rasli su brže od robnog izvoza gotovo svake godine od 2010.

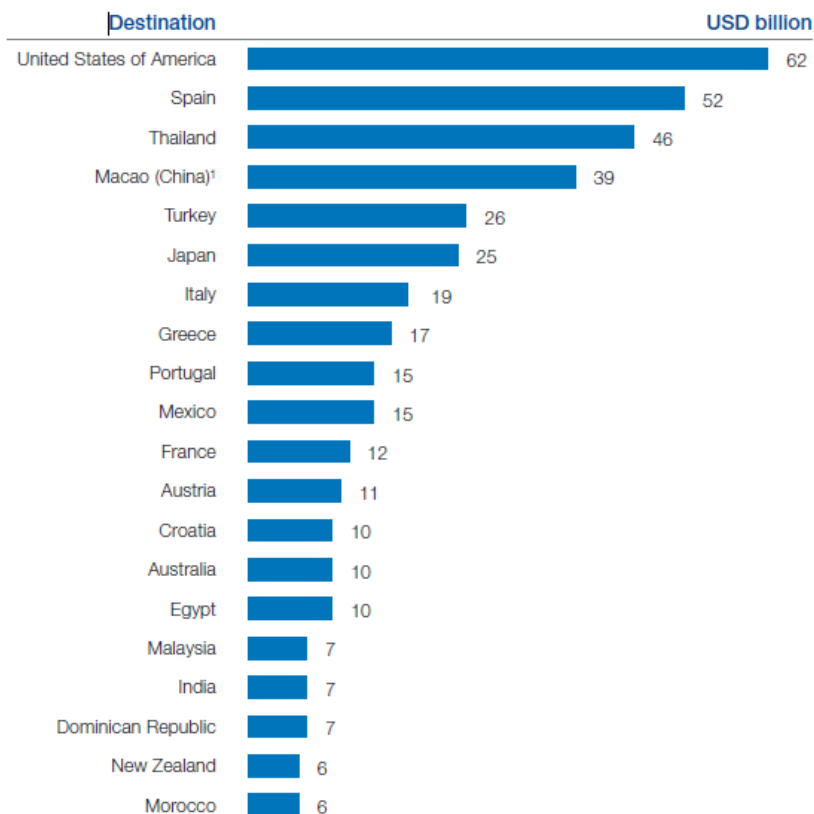


Grafikon 25. Prihodi od izvoza od međunarodnog turizma i robnog izvoza prema UNWTO (% promjene)
(Autor⁸)

⁸ prevod; jezički i grafički prilagođeno

Turizam može poboljšati platnu bilansu. Izvozni prihodi od turizma mogu smanjiti trgovinske deficite.

Kao važna izvozna kategorija, međunarodni turizam može pomoći u poboljšanju bilanse plaćanja zemalja nadoknadom trgovinskog deficita ili povećanjem postojećeg viška iz trgovine drugom robom i uslugama. Prihodi od međunarodnog turizma su izvoz (kreditna stavka u platnoj bilansi), dok je izlazna turistička potrošnja uvoz (zadužna stavka). Kao takav, međunarodni turizam može generisati trgovinski višak kada prihodi premašuju rashode ili deficit (obrnuto) u bilansi putovanja zemalja.



Grafikon 26. Zemlje s najvećim suficitom u bilansi putovanja 2019. (milijarde USD)

(UNWTO, *International Tourism Highlights*, 2020)

Godine 2019. Sjedinjene Američke Države imale su najveći svjetski suficit putovanja sa 62 milijarde USD, što je rezultat prihoda od receptivnog turizma od 214 milijardi USD i troškova od 152 milijarde USD. Španija je zabilježila drugi najveći svjetski suficit putovanja sa 52 milijarde dolara. Među privredama u nastajanju, Tajland i Macao (Kina) mogu se pohvaliti najvećim suficitom putovanja, dok su Meksiko, Hrvatska, Malezija, Indija, Dominikanska Republika i Maroko zabilježili suficit od 6-15 milijardi USD.

Iako SAD imaju najveći ukupni turističko-trgovinski suficit na globalnom nivou, Macao (Kina) ima najveći trgovinski suficit turizma po glavi stanovnika u svijetu, a slijede ga male ostrvske države u razvoju Aruba, Bahami i Maldivi.

IV POZITIVNI GEOEKOLOŠKI IMPAKTI TURIZMA

4.1. Porast IUCN (eko)turističkih sajtova

IUCN-ov revidirani sistem (1994) od šest kategorija upravljanja kroz zaštićena područja, danas se globalno primjenjuje na polju zaštite prirode. Zaštićena područja čuvaju ekosisteme i staništa zajedno s povezanim kulturnim vrijednostima i tradicionalnim sistemima upravljanja prirodnim resursima.

Prema IUCN, „*zaštićeno područje*“ je jasno geografski definiran prostor (dio kopna, mora, jezera ili rijeke) koji je prepoznat i posvećen postizanju dugoročne konzervacije prirode- sa pridruženim ekosistemskim uslugama i kulturnim vrijednostima- i upravljano je kroz legislativne i druge efektivne mjere (Žunić, 2022). Zaštićena područja se razlikuju po pitanju ograničenja stepena ljudske aktivnosti u njima. Neka zaštićena područja dozvoljavaju industriju, ekstenzivnu poljoprivredu ili ribolov unutar svojih granica, dok druga zabranjuju te aktivnosti (EEA).

Pored IUCN-ovih, postoje i druga zaštićena područja regulisana evropskim konvencijama i sl., kao što su *Ramsarska vlažna područja- močvare*, i *IBA područja* značajna za život i migracije ptica i biodiverzitet.

Zaštićena područja imaju razne forme, od sakralnih lokaliteta autohtonih zajednica do srednjovjekovnih lovnih rezervata, pa sve do modernih nacionalnih parkova i prirodnih rezervata. Čuveni geograf *Alexander von Humboldt* je uveo pojam "spomenik prirode" (1819), prva zaštićena područja su nastala u Njemačkoj (1820), u kojoj je registrovan prvi primjer geokonzervacije u svijetu- zaštita pećine (1668), kao i najstariji prirodni rezervat (1836); na svjetskom nivou, prvi nacionalni park je *Yellowstone* u SAD (1872), dok se prvi nacionalni parkovi u Evropi pripisuju Švedskoj (1909).

Tab.18. IUCN-ova zaštićena područja kao turistički sajтови

| Kategorija | Opis | Ekploatacija |
|---|--|--|
| Ia- <i>Strogi rezervat prirode</i> | Iskonska priroda; stroga zaštita; ograničena upotreba | Nauka, panorama |
| Ib- <i>Područje divljine</i> | Priroda bez ljudskih staništa; stroga zaštita; ograničena upotreba | Nauka, ograničeni turizam |
| II- <i>Nacionalni park</i> | Priroda, ekologija, i kultura; ekstenzivna ekosistemska zaštita; šira upotreba | Nauka, rekreacija, edukacija, organizovani turizam |
| III- <i>Spomenik prirode ili obilježja</i> | Manja prirodna područja, pojedinačni oblici ili obilježja; zaštita specifičnosti; šira upotreba | Nauka, rekreacija, edukacija, značajan turizam |
| IV- <i>Stanište/ Područje upravljanja vrstama</i> | Određeno stanište ili vrste; upravljačke intervencije; specifična upotreba | Biodiverzitetaska i restauracija |
| V- <i>Zaštićeni kopneni/morski pejzaž</i> | Područje prirodne i ljudske interakcije; konzervacija integriteta; šira i alternativna upotreba | Promocija, edukacija, masovni turizam, organska poljoprivreda po mogućnosti |
| VI- <i>Zaštićeno područje sa održivom upotrebom prirodnih resursa</i> | Velika područja sa prirodnim, kulturnim i tradicionalnim sistemima; održiva upotreba prirodnih resursa | Neindustrijske aktivnosti: šumarstvo, poljoprivreda; prisustvo ljudi dopušteno |

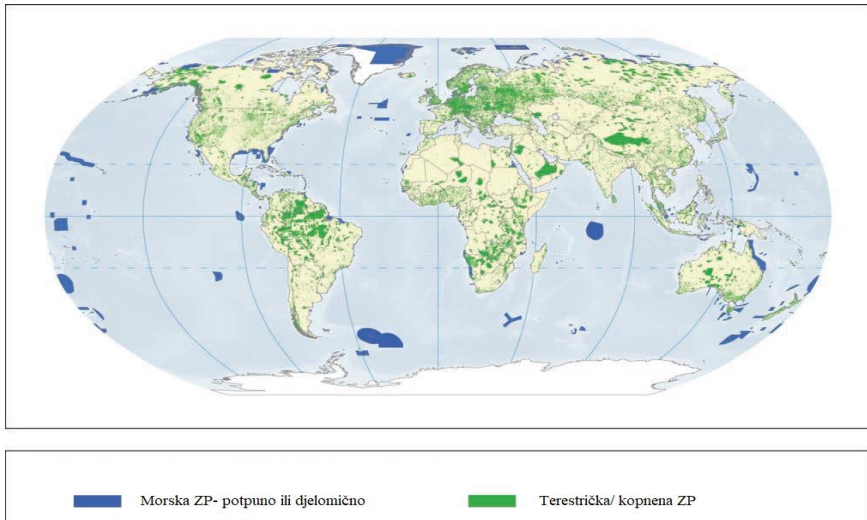
(Autor)

IUCN zagovara da svaka zemlja treba zaštititi 10-30% svoje teritorije u okviru različitih kategorija zaštite. BiH ima samo oko 4% zaštićene teritorije, a kategorija III (*spomenik prirode*) je najzastupljenija u ukupnoj strukturi zaštićenih područja (44%).

Ispočetka su zaštićena područja bili izolovani „dragulji krune“ bez ostvarivanja značajnijih društvenih i ekonomskih ciljeva, ali od 1970-ih godina započinju drugačiji koncepti planiranja i upravljanja zaštićenim područjima kao državno šticećenim dobrima, sa naglašenim društvenim i ekonomskim značajem, i prvenstveno radi koristi za lokalnu zajednicu. „Neka zaštićena područja baštine aktivnosti kao što su lov ili ekstrakcija prirodnih resursa, dok su za druga, ljudske aktivnosti dio njihovog identiteta i čak neophodna za

upravljanje i restauraciju ugroženih vrsta i habitata. Participacija i uključivanje ljudi je ključni faktor za utemeljenje i upravljanje zaštićenim područjima“ (EEA).

U svijetu ima preko 200 hiljada zaštićenih područja, što čini oko 15% svjetskog kopna i 10% teritorijalnih voda.



***Karta 11. Pregled ZP u svijetu prema EEA Report 5/2012
(Žunić, 2022)***

Prema karti zaštićenih područja u svijetu, prednjači Evropa, pa Latinska Amerika, naročito Brazil, a najmanje zaštićene teritorije ima Bliski Istok.

„Zaštićena područja su:

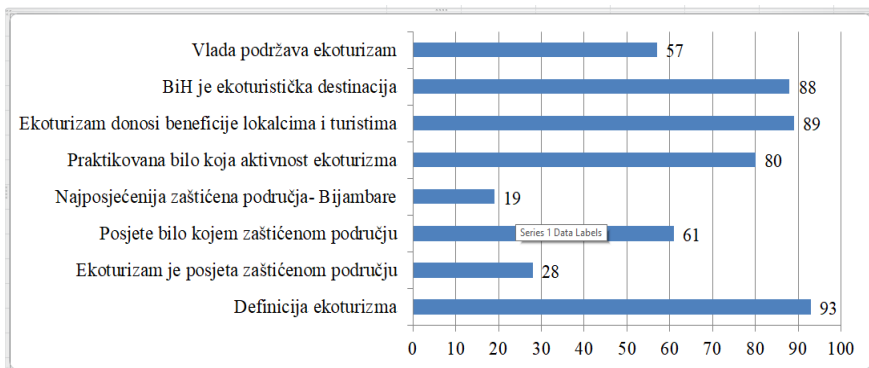
- a) kritične komponente održivosti životnih sistema,
- b) repozitorij biodiverziteta, i
- c) potencijalni izvor ekonomskog bogatstva, pod uslovom održive upotrebe“ (EEA).

Vrijednosti zaštićenih područja se mogu kategorisati kao socio-ekonomske, socio-kulturne i ekološke, od zaštite intrizičnih vrijednosti, do mogućnosti zaposlenja, proizvodnje, izgradnje, kao i naučno-obrazovne, zdravstvene, rekreativne i turističke upotrebe. Ljudi postaju svjesni ekosistemskih usluga (čista voda, regulacija temperature, opskrba hrane, i estetska vrijednost), koje zaštićena područja pružaju pod prezervacijom biodiverziteta. „Korist od ekosistemskih usluga koje proizilaze iz turizma i vrijednost proizašla iz prirode procjenjuju se na 17 milijardi EUR godišnje” (IUCN).

Prema podacima centara za istraživanje tržišta (*Grand View Research; MMR; Million Insights*), globalna ekspanzija ekoturizma je neosporna. Svjetski rast ekoturizma ima sljedeće karakteristike:

- Globalno tržište ekoturizma procijenjeno je na 176,03 milijardi USD u 2020. godini i očekuje se da će se širiti po ukupnoj godišnjoj stopi rasta od 10,3% od 2021-2028.;
- Sve veći interes putnika za drevne civilizacije, arheologiju, etnobotaniku, tropsku ekologiju i ekologiju primata pojačao je rast tržišta;
- Rastuća popularnost imerzivnih putovanja, solo putovanja i rekreativnih aktivnosti na otvorenom u zaštićenim područjima;
- Turizam divljine imao je najveći udio od više od 33,0% u 2020. i očekuje se da će svjedočiti najbržem rastu od 2021. do 2028.;
- Evropa ima najveće tržište ekoturizma, dok su Island, Holandija, Švedska, Danska, Francuska i Njemačka glavne zemlje koje pokreću tržište ekoturizma;
- Rezultati istraživanja iz 91 zemlje, uključujući Bosnu i Hercegovinu, potvrdili su rastuću važnost ekoturizma u sektoru turizma, sa 95% pozitivnih odgovora: „ekoturizam raste (1-5%) i brzo raste (5+%)“ (International Ecotourism Society).

Rezultati ankete o ekoturizmu u Bosni i Hercegovini dodatno su potvrdili svijest i potrebu za ekoturizmom (dmtn. odgovori):



Grafikon 27. Bosna i Hercegovina- ekoturistička destinacija (%)
(Žunić, 2022)

Prema dijagramu, poštujući učestalost od +60% kao relevantnu za generaliziranje zaključaka, Bosna i Hercegovina je prepoznata kao ekoturistička destinacija, ljudi se uglavnom bave ekoturističkim aktivnostima, i već su posjetili neka zaštićena područja.

Zaštićena područja su rekreativni i održivi turistički sajtovi. „*Sajt* ili *spot* je određena tačka, mjesto ili područje, koje ima određeni karakter ili gdje se nešto posebno događa, ili koje se koristi za određenu svrhu“ (Oxford). Zaštićena područja su zelene tačke i turistički sajtovi u isto vrijeme. Ekoturizam je turizam u zaštićenim područjima. Iako je zasnovan prvenstveno na prirodi, uključuje i ruralne i kulturne elemente turizma. „*Ekoturizam*“ su sve prirodno-bazirane forme turizma u kojima je glavna motivacija turista opservacija i poštivanje prirode, kao i tradicionalnih kultura koje preovladavaju u prirodnim područjima (UNWTO). Pored ekoturizma, postoje i drugi održivi alternativni oblici turizma: ruralni, agroturizam, obrazovni, i dr. (malih razmjera, lokalne skoncentrisanosti, kontrolisanih radnji).

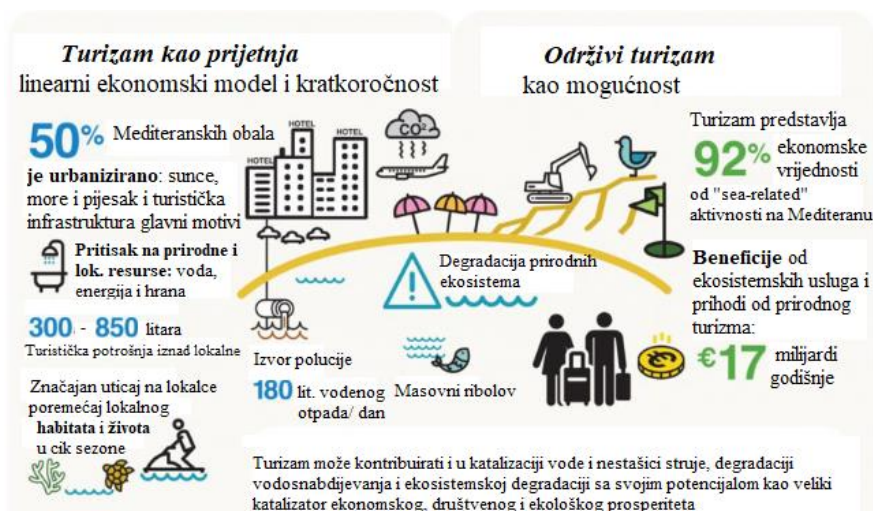


Sl.9. Plitvička jezera (Hrvatska), jedan od najpopularnijih nacionalnih parkova Evrope, sa 1,8 miliona posjetilaca u 2019. (Autor)

„Ekoturizam uključuje glavne elemente:

- a) zaštićena područja kao glavna odredišta, jer su fokusi ekoturizma usmjereni na doživljavanje prirode;
- b) aktivnosti u prirodi (učenje i istraživanje, uživanje i rekreacija);
- c) konzervacija sa upravljanim posjetama u malim grupama;
- d) učešće lokalaca;
- e) minimalni uticaji na životnu sredinu;
- f) šira obrazovna uloga (lokalci, turisti, operateri i dr.)“
(Žunić, 2022).

Dobro isplaniran ekoturizam donosi brojne beneficije za lokalce koji žive u blizini zaštićenih područja. „Povećanje kvalitete i standarda života se može postići kroz brojne inicijative, uključujući unapređenje infrastrukture i telekomunikacija, edukaciju i trening, zdravstvenu zaštitu. Turizam u zaštićenim područjima promoviše održivi razvoj kroz valorizaciju lokalne umjetnosti i radinosti i kulture, kao i valorizacijom lokalnih ambijentalnih motiva i divljeg svijeta; svi zajedno su inicijalni motivatori koji generišu turizam u tom području na prvom mjestu. Ekoturizam podstiče i jača lokalnu zajednicu kroz razvijanje vještina i podršku vlasti. Ekoturistička infrastruktura promoviše lokalnu radinost radi povećanja lokalnih prihoda i zaposlenosti. Turizam može biti mehanizam zdravstvene koristi, društvene infrastrukture i lokalnog razvoja kod daljinskog upravljanja zaštićenim područjem“ (Leung et al., 2014).



Shema 9. Održivi turizam vs. masovni (morski) turizam prema IUCN
(Žunić, 2022)

Ekoturizam omogućava brojne materijalne i nematerijalne socio-kulturne, ekonomske i geokološke beneficije. Vrijednosti

zaštićenih područja kroz značaj zelenila za zdravlje, motoriku i koncentraciju, kao i za društvene veze, duhovni oporavak, ali i za mogućnosti razvoja organske poljoprivrede, prodaje domaćih produkata i rukotvorina, itd., detaljnije su prikazane u monografiji: „Žunić (2022), Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu, PMF UNSA“.

Ekoturizam- turizam u zaštićenim područjima, temelji se na prirodi i održivim aktivnostima:

- zelene vježbe (hodanje, planinarenje, rekreacija, šumska meditacija, promatranje ptica, „osjećaj prirode“);
- nauka i obrazovanje;
- konzervacija (zaštita) i prezervacija (čuvanje);
- upravljane posjete (male vođene grupe) i održivi turizam;
- stvaranje koristi (socio-kulturne, ekonomske, ekološke).

Održive aktivnosti u zaštićenim područjima su brojne i raznovrsne: *„zelena vježba“, „šumska meditacija“, joga, slikanje, pisanje, kampiranje, lov i ribolov, kanuiranje, gledanje ptica i sl., piknik, sportovi, rafting, paraglajding, biciklizam, skijanje, jahanje, rekreacija i wellness, šetnja i planinarenje, zdrav život.*

„Pošumljenost u nacionalnim parkovima BiH je visoka i vrlo visoka od 75-90%“ (Hrelja, 2022), što ih čini idealnim sajtovima za održivi turizam i zelenu vježbu.

Održive forme turizma su: ekoturizam, prirodni, vjerski, kulturni, ruralni, zdravstveni, naučni, obrazovni, volonterski, uključujući principe održivosti, kategorije upravljanja i režime zaštite.

Principi održivosti podrazumijevaju monitoring i upravljanje posjetama, uvažavanje kapaciteta nosivosti područja, ekološke prakse i ekološku osvještenost planera, menadžera, radnika, lokalaca i posjetilaca, i sl. „Ekoturizam općenito, ali ne isključivo, organiziraju specijalizirani turoperatora za male grupe. Partneri pružatelja usluga na odredištima uglavnom su mala poduzeća u

lokalnom vlasništvu. Minimizira negativne utjecaje na prirodni i socio-kulturni okoliš“ (UNWTO).

„Ekoturizam podupire održavanje prirodnih područja koja se koriste kao atrakcije ekoturizma od strane:

- Stvaranje ekonomskih koristi za domaćinske zajednice, organizacije i tijela koja upravljaju prirodnim područjima u svrhu zaštite;
- Pružanje alternativnih mogućnosti zapošljavanja i prihoda za lokalne zajednice;
- Povećanje svijesti o očuvanju prirodnih i kulturnih dobara, kako među lokalnim stanovništvom, tako i među turistima“ (The British Ecotourism Market, UNWTO, 2002.).

Turizam je važan izvor prihoda u zaštićenim područjima, jer se ostvaruje direktnom potrošnjom turista: ulaznice, prevoz, usluge vodiča, smještaj, hrana i piće, informativni materijali, ulaznice za rekreaciju i posebna događanja, najam opreme, roba (suveniri, organski proizvodi, rukotvorine, itd.), i dr. „Zaštićena područja u BiH finansiraju se iz redovnih budžetskih sredstava, kao i iz privatnih doprinosa. Ulaznice, razne naknade, pružanje turističkih usluga i prodaja drvne mase nakon sanitarne sječe ostvaruju prihode za organizaciju“ (Izvještaj-regionalni pregled, 2021).

Zaštita prirode u Bosni i Hercegovini je počela u 19.st. sa zaštitom divljači. „Perućica“ je prvo službeno zaštićeno područje – strogi rezervat prirode (1954.). NP „Sutjeska“ je prvi nacionalni park (1962.), a Perućica je postala nukleus zona parka. Pet godina kasnije osnovan je NP Kozara (1967). Od svoje nezavisnosti, BiH je osnovala dva nacionalna parka: NP Una (FBiH, 2008.), kao *prvi nacionalni park na entitetskom nivou, najveći i najposjećeniji u zemlji*, i NP Drina (RS, 2017.). Od 2003.godine, započeo je razvoj zaštićenih područja u skladu sa IUCN kriterijima, pa su prva nova

zaštićena područja uspostavljena u Kantonu Sarajevo ("Vrelo Bosne", "Skakavac", "Trebević", itd.).



Sl.10. NP Kozara, Prijedor, RS, BiH

(Autor)

Zaštićena teritorija u Bosni i Hercegovini iznosi 3,46%, sa 45 IUCN-ovih zaštićenih područja. Ako dodamo IBA i RAMSAR područja, to je oko 4,57% zaštićene površine zemlje. Prema UNEP-WCMC (2022), u BiH postoji 65 zaštićenih područja s pokrivenošću teritorije od 4,06% i procjenom učinkovitosti upravljanja od 1,35%.

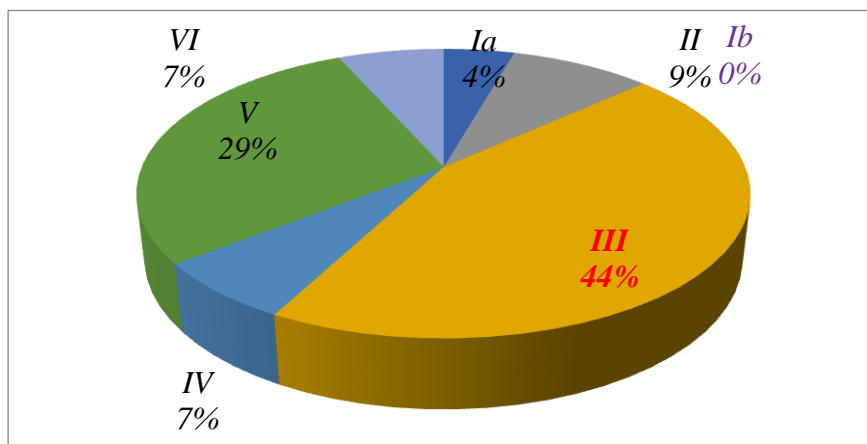
Tab.19. Zaštićena IUCN područja u Bosni i Hercegovini

| Br. | Naziv | Entitet | IUCN | Areal (ha) |
|--------------------------------|--------------|----------------|-------------|-------------------|
| STROGI REZERVAT PRIRODE | | | | |
| 1. | Prašuma Janj | RS | Ia | 295,00 |
| 2. | Prašuma Lom | RS | Ia | 297,82 |
| PODRUČJE DIVLJINE | | | | |
| - | - | - | Ib | - |

| NACIONALNI PARK | | | | |
|---------------------------------------|----------------------------|------|-----|-----------|
| 1. | Kozara | RS | II | 3.907,54 |
| 2. | Sutjeska | RS | II | 16.052,34 |
| 3. | Una | FBiH | II | 36.629,08 |
| 4. | Drina | RS | II | 6.315,32 |
| SPOMENIK PRIRODE ILI OBILJEŽJA | | | | |
| 1. | Pećina Orlovača | RS | III | 27,01 |
| 2. | Pećina Ljubačevo | RS | III | 45,45 |
| 3. | Žuta bukva | RS | III | 0,50 |
| 4. | Pećina Rastuša | RS | III | 11,39 |
| 5. | Prokoško jezero | FBiH | III | 2.225,00 |
| 6. | Skakavac | FBiH | III | 1.430,70 |
| 7. | Tajan | FBiH | III | 4.948,30 |
| 8. | Vrela Bosne | FBiH | III | 603,00 |
| 9. | Jama Ledena | RS | III | 28,26 |
| 10. | Vaganska pećina | RS | III | 12,00 |
| 11. | Pećina Đotlo | RS | III | 43,42 |
| 12. | Pavlova pećina | RS | III | 13,40 |
| 13. | Girska pećina | RS | III | 25,37 |
| 14. | Pećina pod lipom | RS | III | 6,10 |
| 15. | Pećina Ledenjača | RS | III | 7,40 |
| 16. | Velika pećina | RS | III | 820,92 |
| 17. | Lijevčanski knez | RS | III | 0,34 |
| 18. | Pećina kuk | RS | III | NA |
| 19. | Vrela Sane | RS | III | 320,69 |
| 20. | Pećina Mokranjska Miljacka | RS | III | 190,40 |
| PODRUČJE UPRAVLJANJA STANIŠTEM | | | | |
| 1. | Gromiželj | RS | IV | 831,30 |
| 2. | Tišina | RS | IV | 196,49 |
| 3. | Gostilj | RS | IV | 131,97 |
| ZAŠTIĆENI PEJZAŽ | | | | |
| 1. | Blidinje | FBiH | V | 35.800,00 |
| 2. | Hutovo blato | FBiH | V | 7.824,07 |
| 3. | Konjuh | FBiH | V | 8.645,30 |
| 4. | Bijambare | FBiH | V | 497,00 |

| | | | | |
|---|--------------------------|------|----|-----------|
| 5. | Trebević | FBiH | V | 400,20 |
| 6. | Bentbaša | FBiH | V | 160,9 |
| 7. | Vjetrenica- Popovo polje | FBiH | V | 4.712,19 |
| 8. | Una | RS | V | 2.772,60 |
| 9. | Cicelj | RS | V | 330,76 |
| 10. | Orjen | RS | V | 16.715,83 |
| 11. | Prača | RS | V | 4.067,89 |
| 12. | Tara | RS | V | 14.453,38 |
| 13. | Trebević (Nature Park) | RS | V | 5.036,37 |
| PODRUČJE SA ODRŽIVOM UPOTREBOM PRIRODNIH RESURSA | | | | |
| 1. | Univerzitetski grad | RS | VI | 27,38 |
| 2. | Slatina | RS | VI | 35,73 |
| 3. | Jelića brdo | RS | VI | 2,96 |

(Autor⁹)



Grafikon 28. Struktura zaštićenih područja u Bosni i Hercegovini

(Autor)

⁹ prema proučavanoj dokumentaciji (kombinacija izvora)

Tab.20. RAMSAR i IBA područja u Bosni i Hercegovini

| Br. | Naziv | Entitet | Kategorija | Areal (ha) |
|---------------|-----------------|---------|----------------|------------|
| RAMSAR | | | | |
| 1. | Hutovo blato | FBiH | Ramsar | 7.824,07 |
| 2. | Livanjsko polje | FBiH | Ramsar | 45.868,00 |
| 3. | Bardača | RS | Ramsar | 3.500,00 |
| IBA | | | | |
| 1. | Hutovo blato | FBiH | A1,4i; B1i,2,3 | 7.824,07 |
| 2. | Livanjsko polje | FBiH | A4i; B1i,2,3 | 45.868,00 |
| 3. | Bardača | RS | A1 | 3.500,00 |
| 4. | Boračko jezero | FBiH | B2 | 0 |

(Autor)

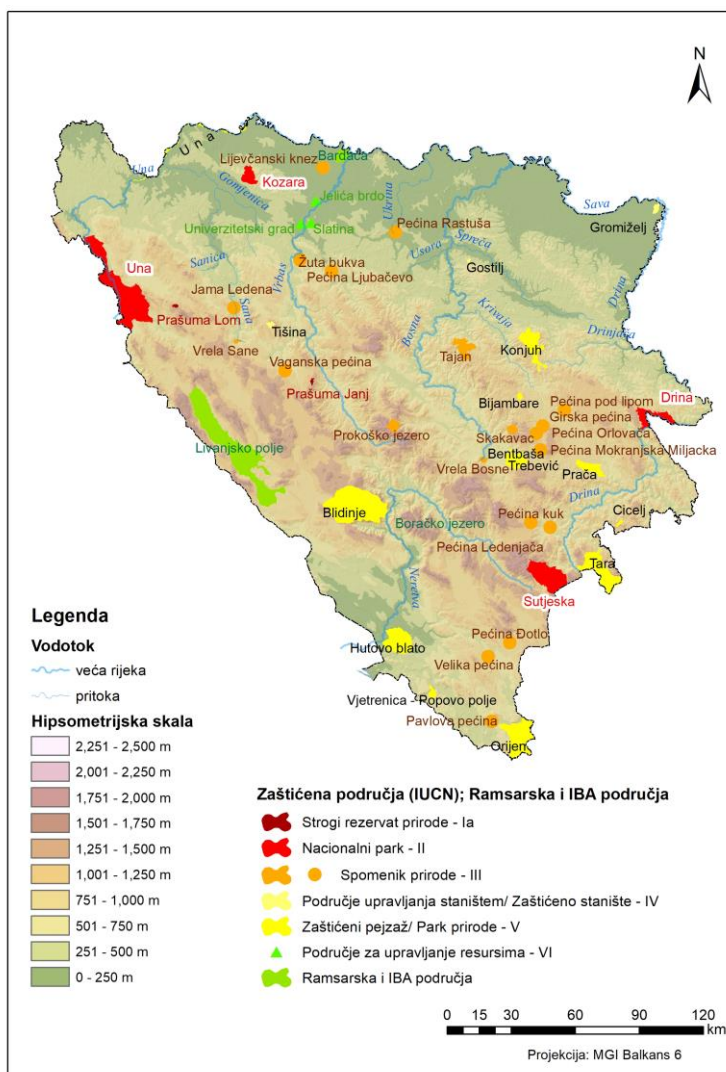


Sl.11. NP Una, Bihać, FBiH, BiH

(Autor)

Prema karti zaštićenih područja u Bosni i Hercegovini, od ukupnog broja zaštićenih područja u državi (45), na RS otpada 73,3%, a na

FBiH 26,7%. Međutim, zaštićena područja u FBiH površinski su veća od onih u RS, pa od ukupne državne teritorije pod IUCN zaštitom, na FBiH otpada 58,6%, dok na RS 41,4%. Ramsarska (3) i IBA (4) područja, najzastupljenija su u FBiH oko 70–75%, dok ih je u RS svega 25–30%.



Karta 12. Zaštićena područja prirode u Bosni i Hercegovini
(Autor)

U pogledu prostorne i biogeografske distribucije, zaštićena područja su dominantno prisutna u centralnom ili alpskom dijelu Bosne i Hercegovine (teritorija naše zemlje se rasprostire kroz tri biogeografske regije u Evropi: kontinentalna na sjeveru; alpska u centralnom dijelu; mediteranska na jugu zemlje).

“Ekoturizam u Bosni i Hercegovini ima pozitivan trend, uporedo s rastom ukupnog turizma” (Žunić, 2022). Zaštićenim područjima u BiH upravlja se u skladu s kategorijom zaštite, a organizovane posjete (turoperatori, škole, i sl.) provode se uglavnom za grupe od 5-30 osoba u dogovorenim terminima. Ljetna turistička sezona je najizraženija, sa dnevnim prosjekom boravka na zaštićenim područjima oko 3-5 sata, što sukladno UNWTO kriterijima, pokazuje turističku funkciju zaštićenih područja: *„jednodnevni posjetioци koji provode najmanje 3 sata daleko od kuće izvan stalnog prebivališta radi opće razonode, rekreacije i društvene svrhe, ali ne ostvaruju noćenje”*, i *“dnevni posjetioци koji provode manje od 3 sata na određenom mjestu, također doprinose lokalnoj turističkoj privredi”* (UNWTO; Ured za državnu statistiku UK).

Prema dostupnim statističkim podacima, turistička posjeta zaštićenim područjima u Bosni i Hercegovini raste, kao i ukupna turistička posjeta zemlji. Međutim, ne postoji umreženo praćenje niti statistička transparentnost posjeta zaštićenim područjima, a evidencija je prvenstveno ograničena na broj prodanih karata ili iskorištenost parkirališta. Ilustracije radi, sljedeći pokazatelji rasta turizma u zaštićenim područjima u BiH pokazuju pozitivan trend rasta i značaja turizma (osim NP Kozara, RS), uz napomenu da je COVID-19 uticao na diskontinuitet dosadašnjeg trenda razvoja.

Tab.21. Statistički pokazatelji turističkog rasta u ZP BiH

| Naziv i IUCN kategorija | Godina | Posjetioci |
|---------------------------------------|--------------------------|-------------------|
| NP Una (IUCN-II) | 2018 | 100.000 |
| | 2019 | 119.000 |
| | 2022 | 128.000 |
| NP Kozara (IUCN-II) | 2018 | 130.000 |
| | 2019 | 122.000 |
| | 2021 | 99.800 |
| ZP Bijambare (IUCN-V) | 2018 | 64.645 |
| | 2019 | 68.789 |
| | 2022 (<i>jan-nov</i>) | 56.900 |
| SP Vrelo Bosne (IUCN-III); nukleus | 2018 | 188.689 |
| | 2019 | 275.089 |
| | 2022 (<i>jan-okt.</i>) | 267.651 |
| ZP Trebević (IUCN-V) | 2022 | 1.000.000 |

(Autor¹⁰)

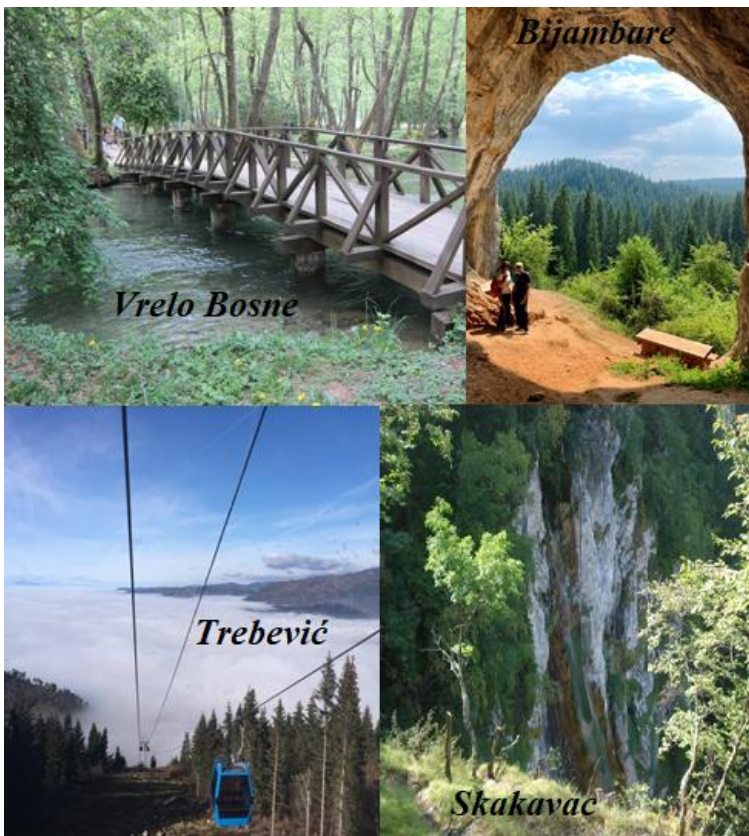
Tab.22. Zaštićena područja u Sarajevskoj turističkoj destinaciji

| No. | Name | Entity | IUCN-ctg. | Area (ha) |
|------------|---------------------|---------------|------------------|------------------|
| 1. | Trebević Mt. | FBiH | V | 400,00 |
| 2. | Trebević | RS | III | 5.036,37 |
| 3. | Skakavac | FBiH | III | 1.430,70 |
| 4. | Vrelo Bosne | FBiH | III | 603,00 |
| 5. | Bijambare | FBiH | V | 367,36 |
| 6. | Bentbaša | FBiH | V | 161,00 |
| 7. | Pećina pod lipom | RS | III | 6,00 |
| 8. | Girska Cave | RS | III | 25,00 |
| 9. | Mokranjska Miljacka | RS | III | 190,00 |
| 10. | Orlovača | RS | III | 27,00 |

(Autor)

¹⁰ Tab. obrada prema data Interne arhive zaštićenih područja u FBiH, i dr. izvori

Sve je veći interes stanovništva i turista za posjete zaštićenim područjima. Novija istraživanja pokazuju da su zeleni sajтови u blizini grada općenito popularni među stranim turistima, jer su rijetkost drugdje u svijetu. Tome u prilog govore i nalazi istraživanja turističkog imidža zaštićenog krajolika Bijambare nedaleko od glavnog grada BiH (Žunić, ITEMA-2022, In Press), koje je pokazalo visoko zadovoljstvo, lojalnost i WOM promotivne ocjene za obje vrste posjetitelja (strane i domaće). Sarajevo je most između prirodnog i urbanog okruženja, što podiže njegov ukupni turistički imidž i potražnju.



*Sl.12. Sarajevski popularni “zeleni” turistički sajтови
(Autor)*

„Prirodne atrakcije u neposrednoj blizini Sarajeva čine važan dodatak osnovnoj turističkoj slici grada. Tu se prije svega misli na planine Bjelašnicu, Igman, Treskavicu i dr., kao i zaštićena područja Vrelo Bosne, Skakavac, Bijambare i Trebević (Mirić i sur., 2017). Atraktivnost za domaće i strane posjetioce je neosporna, a naročito su oduševljeni „turisti s Bliskog istoka zbog zelenog, osvježavajućeg ambijenta koji im nije uobičajen, jer dolaze iz aridnog pustinjskog područja“ (Žunić, 2018.).

Zaštićena područja Sarajeva su najposjećenija u BiH (što se vidi na primjerima “Trebević” i “Vrela Bosne”) iz sljedećih razloga:

- *capital* je najposjećenija destinacija u zemlji (2/3 ukupnog turističkog prometa);
- blizina centru grada;
- pristupačnost (prostorna i ekonomična: npr. niske cijene ulaza);
- turističke kategorije zaštićenih područja (dmnt: III, V);
- popularnost destinacije Sarajevo i zaštićenih područja, koja čine tzv. „zeleni prsten“ grada (planinski i sub-planinski pojas sarajevske kotline, u kome su pretežno locirana);
- ekološka osviještenost turista i rezidenata o zdravstvenim beneficijama boravka u prirodi; zdravstvene beneficije ZP za ljude su elaborirane ranije (pogl. Pozitivni socio-kulturni impakti turizma)

4.2. Porast UNESCO sajtova održivog turizma

Cilj „Konvencije o zaštiti svjetske baštine“ (UNESCO, 1972) je zajednička povezanost koncepta zaštite prirode i očuvanja kulturnih dobara. Konvencijom se definišu vrsta prirodnih ili kulturnih dobara za potencijalni upis na *Listu svjetske baštine*, kao i dužnosti država članica u njihovoj identifikaciji, i uloga u zaštiti i očuvanju lokaliteta. Svaka zemlja- potpisnica, preuzima obavezu da će očuvati dobra svjetske baštine na svojoj teritoriji, i da će zaštititi nacionalnu (državnu) baštinu. Npr. u Bosni i Hercegovini djeluje *Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika*, koja između ostalog, ima cilj zastupati interese u sprovođenju međunarodnih konvencija, uključujući i odlučivanje o kandidaturi nacionalnih spomenika za upis na Listu UNESCO-ve baštine, i dr. Kriteriji za vrednovanje kulturnog dobra su: glavni atributi (suštinska dobra), funkcija i značaj, opće karakteristike i specifična svojstva. Nacionalni spomenici su: *pokretno/ prenosivo dobro* (artefakti, antikviteti, manuskripti, prirodni uzorci i dr.); *nepokretno dobro* (građevine, spomenici, ambijentalne cijeline, memorijalni lokaliteti i dr.); *kulturni pejzaži* (specifični gradovi, zone, kulturne rute); *serijska dobra* (kulturno-historijski korpusi i dr.). Kategorije nacionalnih spomenika u BiH su: nacionalni spomenici od univerzalnog značaja; od izuzetnog značaja; od velikog značaja; od značaja za Bosnu i Hercegovinu.

„*Nacionalni spomenici od univerzalnog značaja u Bosni i Hercegovini*“ ispunjavaju UNESCO uslove i upisani su na Listu svjetske baštine po jednom od UNESCO-vih kriterija:

- predstavlja remek-djelo ljudskog kreativnog genija;
- prikazuje važnu razmjenu ljudskih vrijednosti, kroz vremenski period ili unutar svjetskog kulturnog područja, o razvojmima u arhitekturi ili tehnologiji, monumentalnim umjetnostima, urbanom planiranju ili dizajnu krajolika;

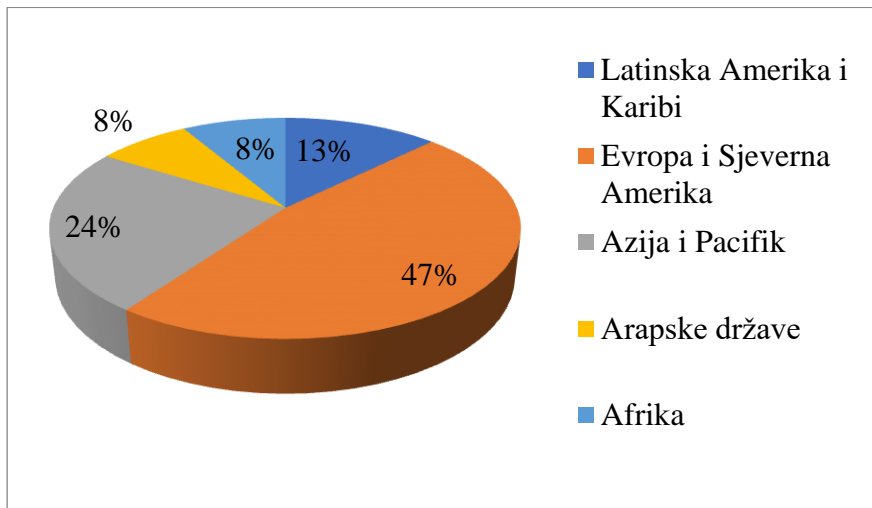
- nosilac je jedinstvenog ili barem izuzetnog svjedočanstva kulturnoj tradiciji ili civilizaciji, živoj ili nestaloj;
- izuzetan je primjer tipa građevine, arhitektonskog ili tehnološkog ansambla ili krajolika koji ilustrira značajnu fazu/faze ljudske historije;
- izuzetan je primjer tradicionalnog ljudskog naselja, upotrebe zemljišta ili upotrebe mora koja je reprezentativna za kulturu/e, ili ljudsku interakciju sa okolišem, naročito kada postaje ranjiva pod utjecajem nepovratne promjene;
- direktno je ili materijalno u vezi sa događajima ili živućim tradicijama, idejama ili vjerovanjima, umjetničkim i književnim djelima od izuzetnog univerzalnog značaja;
- sadrži vrhunske prirodne fenomene ili područja izuzetne prirodne ljepote i estetskog značaja;
- ističe se kao primjer koji predstavlja značajnu fazu historije Zemlje, uključujući zapise o životu, značajne tekuće geološke procese u razvoju reljefnih oblika, ili značajnih geomorfničkih ili fiziografskih odlika;
- izuzetan je primjer koji predstavlja značajne ekološke i biološke procese u razvoju kopnenih, slatkovodnih, priobalnih i morskih ekosistema i zajednica biljaka i životinja;
- sadrži najznačajnija prirodna staništa za *in-situ* konzervaciju biološke raznolikosti, uključujući one koji sadrže ugrožene vrste od izuzetne univerzalne vrijednosti sa gledišta nauke ili konzervacije, su dobra od univerzalnog značaja u Bosni i Hercegovini (Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika u BiH: UNESCO Operational guidelines).

Savremena Lista Svjetske baštine obuhvata: 1157 sajtova, 43 prekogranična, i 167 država s upisanim vlasništvom. Prema tematici upisanih dobara: šume, more i obale, gradovi, kulturni pejzaži, značajno prednjače "gradovi", a zatim kulturni pejzaži, šume, mora i obale. Na tentativnoj (privremenoj) listi je upisano 1737 dobara ispred 179 zemalja svijeta.

Tab.23. UNESCO-va svjetska baština po regionima (2023)

| Region | Kult | Prir. | Mix | Σ | % | Države |
|---------------------------|------------|------------|-----------|-------------|------------|------------|
| Latinska Amerika i Karibi | 100 | 38 | 8 | 146 | 12.62 | 28 |
| Evropa i Sjeverna Amerika | 469 | 66 | 11 | 546 | 47.19 | 50 |
| Azija i Pacifik | 195 | 70 | 12 | 277 | 23.94 | 36 |
| Arapske države | 82 | 5 | 3 | 90 | 7.78 | 18 |
| Afrika | 54 | 39 | 5 | 98 | 8.47 | 35 |
| <i>Ukupno</i> | <i>900</i> | <i>218</i> | <i>39</i> | <i>1157</i> | <i>100</i> | <i>167</i> |

(Autor¹¹)

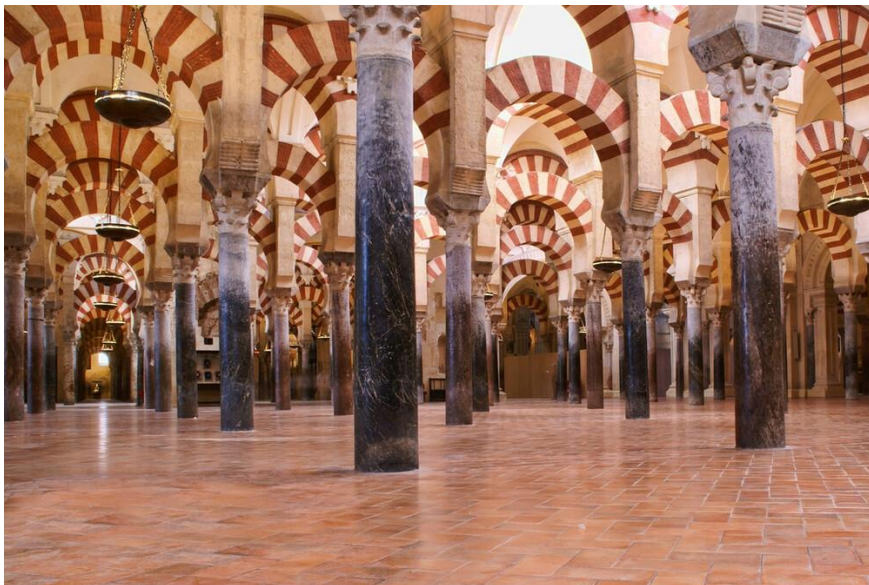


Grafikon 29. Struktura udjela UNESCO baštine po regionima

(Autor)

Zemlje sa najvećim brojem sajtova UNESCO-ove baštine su: Italija, Kina, Njemačka, Španija, Francuska, Indija, Meksiko, UK, Rusija i Iran, dok među gradovima prednjači Kordoba (centar Kordoba provincije, region Andaluzije, južna Španija).

¹¹ tabelarna, statistička i jezička obrada (prevod)



***Sl.13. Medina Azahara, historijski centar Kordobe,
svjetska baština Španije
(WHC, UNESCO)***

Kordoba tzv. „grad svijetla“ je jedan od najstarijih španskih gradova koji je osnovan kao rimsko naselje prije nego su ga osvojili Vizigoti (zapadni Goti) i kasnije Omejidski (muslimanski) halifat tokom 8.st., a bila je najveći grad u Evropi u 10.st. i prvi grad u svijetu sa četiri UNESCO sajta u 2018. (Historijski centar Kordoba i Velika džamija, Medina Azahara, Patios Festival).

Među najpopularnijim urbanim destinacijama je i barokni grad Beč (Wien, Vienna), „najljepši grad“ Evrope, tzv. „grad muzike“ (klasicizam i romantizam), sa svojim čuvenim UNESCO sajtovima: „Belvedere- historijski centar Beča“, „Schönbrunn“- Palata i vrtovi, i dr.



Sl.14. Palata i vrtovi Schönbrunn (WHS Beč) su barokna kneževska rezidenc. cjelina i spoj vrhunskih umjetničkih formi (Autor)

Na primjeru naše zemlje, Bosna i Hercegovina je kulturološki izuzetno bogata, jer su u stvaranju njene heterogene kulture učestvovala četiri velike kulturne civilizacije: *mediteranska, srednjoevropska, bizantska* i *orijentalno-islamska*. Kao balkanska zemlja, BiH je najunikatnija spona Istoka i Zapada. U zemlji koegzistiraju tri monoteističke religije, a osim tri konstitutivna naroda (Bošnjaka, Srba i Hrvata), tu žive i predstavnici 17 nacionalnih manjina, što je od neprocjenjive vrijednosti za razvoj interkulturalnog dijaloga i jačanje socijalne kohezije društva.

Po pitanju očuvanosti, zaštite, restauracije, rehabilitacije i prezentacije kulturno-historijskog naslijeđa, BiH je uglavnom u zaostatku u regiji JI Evrope, prevashodno zbog agresije (1992-1995), kada je ogroman dio graditeljskog naslijeđa, sakralne, svjetovne i spomeničke kulture, uništen ili oštećen, i sl. „U Bosni i Hercegovini oblast kulture je decentralizirano uređena: *Ministarstvo civilnih poslova BiH* nadležno je za koordinaciju na

međunarodnom planu u oblasti kulture; na nivou entiteta djeluju *Ministarstvo prosvjete i kulture (RS)*, i *Ministarstvo kulture i sporta (FBiH)*; u Federaciji nadležnosti u oblasti kulture dalje su na nivou kantonalnih ministarstava; Brčko Distrikt ima odjel nadležan za pitanja u oblasti kulture. Usklađivanje postojećeg zakonodavstva sa standardima EU i međunarodnim konvencijama koje je BiH prihvatila, aktivnosti su na putu evropskih integracija kada je u pitanju oblast kulture“ (Strategija kulturne politike BiH, 2008). Zakoni u oblasti kulturne zaštite su: *Zakon o zaštiti i korištenju kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa (1985)*, *Zakon o zaštiti kulturne baštine (2000)*, i *Zakon o kulturnim dobrima Bosne i Hercegovine (nacrt: 2008)*, i njima se definišu vrste kulturnih dobara, uspostavljanje zaštite nad kulturnim dobrom, rad i nadležnost Komisije za kulturna dobra, finansiranje zaštite i očuvanja kulturnih dobara, i dr. Kulturna dobra su: *arheološki lokaliteti, građevine, pejzaži, ambijentalne cijeline, pokretne i nepokretne umjetničke, historijske i antropološke stvari, vrijedni dokumenti i zbirke*, i dr. Svrha zaštite kulturnog dobra je: učiniti ga dostupnim i sačuvati za buduće generacije; omogućiti njegovo održavanje i opstanak; spriječiti razorne radnje; iskontrolisati promet kulturnim dobrima i sačuvati autentičnost; omogućiti njegovu iskoristivost i isplativost; razvijati svijest o značaju kulturnog naslijeđa za održivi razvoj.

U Bosni i Hercegovini je preko 900 kulturnih dobara nominirano za nacionalne spomenike, a na Privremenoj listi nacionalnih spomenika je preko 700, dok se na listi ugroženih spomenika nalazi 86 dobara. Bosna i Hercegovina ima upisana 4 dobra- tri kulturna i jedan prirodni sajt- na UNESCO listu svjetske baštine:

- 1) Područje Starog mosta starog grada Mostara (2005)
- 2) Most Mehmed-paše Sokolovića u Višegradu (2007)
- 3) Stećci - srednjevjekovni nadgrobni spomenici (2016)
- 4) Drevne i iskonske bukove šume Karpata i drugih regija Evrope (2007, 2011, 2017, 2021)



Sl.15. „Drinska ćuprija“, Most Mehmed-paše S. (WHS Višegrad)
(Autor)

Bosna i Hercegovina ima i 10 nominiranih sajtova na UNESCO tentativnu (privremenu) listu: *Sarajevo- jedinstveni simbol univerzalne multikulturalnosti- trajno otvoreni grad* (1997); prirodne i graditeljske cijeline Jajce (2006), Blagaj, Blidinje, Stolac (2007); historijsko urbano područje Počitelj (2007); jevrejsko groblje u Sarajevu (2018); pećina Vjetrenica (2004); strogi rezervat prirode- prašuma Perućica (2017); kompleks travertinskih vodopada na Martin Brodu- NP Una (2019).

Međutim, neki od mogućih razloga zašto nije odobren upis određenih dobara su: političke barijere i problemi vlasništva unutar države zbog npr. entitetske podjele, izmijenjena etnička slika i upitna savremena multikulturalnost (Sarajevo i dr.), nedovoljno poznavanje kriterija za WHS upis, npr. preširoko definirano- bez preciznijeg prostornog obuhvata (teško da se može čitav grad uvrstiti na listu svjetske baštine, obično se utvrde najvrednije zone za nominaciju), i dr.

Tab.24. UNESCO BiH

| | | |
|--|--------------------|--------------------------|
| Naziv: <i>Područje Starog mosta starog grada Mostara</i> | | |
| Vrsta: Kulturni | Godina upisa: 2005 | UNESCO kriterij: VI |
| Opis: <i>sa "renesansom" Starog mosta i njegovog okruženja, simbolična snaga i značenje grada Mostara – kao izuzetnog i univerzalnog simbola suživota zajednice različitog kulturnog, etničkog i religijskog porijekla– je učvršćena i ojačana, uz naglasak na neograničenim naporima ljudske solidarnosti za mir i moć saradnje pri suočavanju sa teškim katastrofama</i> | | |
| Naziv: <i>Most Mehmed-paše Sokolovića u Višegradu</i> | | |
| Vrsta: Kulturni | Godina upisa: 2007 | UNESCO kriterij: II, IV |
| Opis: <i>(II) Pozicioniran na važnoj geostrateškoj lokaciji, kroz historiju, svjedoči o razmjeni kulturnih uticaja između Balkana, Osmanskog carstva i Mediterana, između kršćanstva i islama. Istrajavao pod različitim političkim i kulturnim uticajima; nakon Osmanskog carstva dolazi period Austrougarske uprave, potom Kraljevina Jugoslavija, SFRJ i na kraju Bosna i Hercegovina;</i> <i>(IV) Most preko Drine u Višegradu predstavlja jedno od najveličanstvenijih djela arhitekture otomanskog perioda.</i> | | |
| Naziv: <i>Stećci - srednjovjekovni nadgrobnji spomenici</i> | | |
| Vrsta: Kulturni | Godina upisa: 2016 | UNESCO kriterij: III, VI |
| Opis: <i>(III) U ovom dijelu JI Europe, značajan broj stećaka raznolike forme, je iznimno svjedočanstvo srednjovjekovne evropske umjetničke i arheološke baštine, s tragovima ranijih uticaja (prahistorijskih, rimskih i ranosrednjovjekovnih). Ekstremno veliki broj sačuvanih stećaka (preko 70.000) i raznolikost oblika (ploče, sanduci, dvovodni nadgrobnji spomenici, stubovi i monumentalni krstovi). Reljefi, uključujući dekorativne, simboličke i vjerske motive, te scene iz svakodnevnog života, izvanredno su svjedočanstvo srednjovjekovne kulture. Zapisi na grobljima su izniman historijski izvor, a povezani su s kulturama i historijom srednjovjekovnih država na ovom području.</i> <i>(VI) Stećci su duboko ukorijenjeni u historijske i kontinuirane kulturne tradicije, a vjerovanja i toponimi pokazuju historijska</i> | | |

značenja i značaj stećaka. Stećci su vezani uz domaće narodne priče i bajke, praznovjerja i običaje; svojom epigrafikom i reljefima su značajno uticali na savremenu književnost i druge oblike umjetnosti u sve četiri zemlje, ali i šire u regiji.

Naziv: ***Drevne i iskonske bukove šume Karpata i dr. reg. Evrope***

Vrsta: Prirodni

Godina: 2007-2021

UNESCO kriterij: IX

Opis: *(IX) Vlasništvo neophodno za razumijevanje prošlosti i evolucije roda Fagus koji je, s obzirom na široku rasprostranjenost na sjevernoj hemisferi i ekološki značaj, globalno značajan. Ove većinom neometane, složene umjerene šume pokazuju sveobuhvatna ekološka obilježja i procese čistih i mješovitih sastojina evropske bukve u različitim gradijentima okoliša, uključujući klimatske i geološke uvjete, obuhvaćajući gotovo sve regije evropskih bukovih šuma. Šume su uključene u svim visinskim zonama od obalnih područja do granice drveća i uključuju najbolje preostale primjerke s granica rasprostranjenja evropske bukove šume. Bukva je jedno od najvažnijih obilježja bioma umjerenih širokolisnih šuma i predstavlja izvanredan primjer ponovne kolonizacije i razvoja kopnenih ekosistema i zajednica od posljednjeg ledenog doba. Nastavak širenja bukve prema sjeveru i zapadu iz njenih izvornih glacialnih refugijskih područja u istočnim i južnim dijelovima Evrope može se pratiti duž prirodnih koridora i prelaznih zona koje se protežu preko kontinenta. Dominacija bukve na velikim područjima Evrope živo je svjedočanstvo genetske prilagodljivosti stabla, procesa koji još uvijek traje...*

(Autor¹²)

Nematerijalna baština UNESCO BiH:

- 1) Zmijanski (*Dinarski*) vez (2014);
- 2) Konjičko drvorezbarstvo (2017);
- 3) Ubiranje Iva trave (*Teucrium montanum*) na Ozrenu (2018);

¹² Prema podacima WHC UNESCO; tabelarna i jezička obrada (prevod)

- 4) Kupreški kosci (2020);
- 5) Uzgoj brdskih (*Lipizzan*) konja u selima BiH (2022).
- 6) Sevdalinka- tradicionalna gradska narodna pjesma (2024).

❖ *Zmijanski (Dinarski) vez* predstavlja tehniku pokrstice tamno plavim ili crnim koncem po bijelom platnu, a tipičan je za srpski narod Manjače kod Banja Luke i dr. Tradicionalno se ovim vezom ukrašavaju ženske nošnje i kućni predmeti (vjenčanice, marame, odjeća, posteljina). Glavna karakteristika je korištenje tamnoplavog konca, ručno rađenog biljnim bojama, za vezenje improviziranih geometrijskih oblika. Bogatstvo i varijacije vezenih motiva određuju društveni status seoske žene. Vez se obično izvodi u skupinama žena, koje se bave ručnim radom uz pjesmu i razgovor.



Sl.16. Zmijanje- vez u BiH
(ICH UNESCO)

Znanje se prenosi usmeno i kroz praktičan rad, uglavnom u formalnim obrazovnim okruženjima. Zmijanjski vez u sebi nosi poštovanje različitosti, kreativnost i neverbalnu komunikaciju. Ima i sentimentalnu i emocionalnu vrijednost, posebno za raseljeno

stanovništvo, koje koristi vezenu odjeću kao izraz nacionalnog i lokalnog identiteta i ponosa. Vez povezuje mnoge elemente kulturne baštine, poput muzike, rituala, usmene tradicije, rukotvorina i simboličkih izraza.

❖ *Konjičko drvorezbarstvo* predstavlja dugovjekovni tradicionalni porodični i umjetnički zanat u BiH. Uključuje namještaj, sofisticirane interijere i dekorativne predmete unikatnog vizuelnog identiteta. Izraz je lokalne kulture bez obzira na etničku i konfesionalnu pripadnost.



***Sl.17. Konjičke rukotvorine- drvorezbarenje
(ICH UNESCO)***

Drvorezbarenje je ekonomičan, društven, estetičan i ekološki zanat jer okuplja ljude oko zahtjevne izrade, a drvorezbareni predmeti su impresivno lijepi, visoko kvalitetni i dugovječni. Zato se i danas u bosanskim kućama širom BiH, kao i u zajednicama

dijaspore širom svijeta, mogu pronaći drvorezbareni stolić ili komoda od punog drveta dekorisani orijentalnim motivima karakterističnim za Kairo i sl.



*Sl.18. Egipatski drvorezbareni ornament na komodi (Vratnik)
(Autor)*

❖ *Ubiranje Iva trave (Teucrium montanum) na Ozrenu* je septembarska višesatna planinska aktivnost koja se sprovodi na dan smrti Sv. Ivana Krstitelja („*Usjekovanje glave*“ - biblijski događaj i pravoslavni postni dan), a uključuje seljane i planinare različite društvene, spolne i starosne kategorije, pojedinačno ili u skupinama. Nakon berbe, učesnici se okupljaju na Gostilju, gdje se održava tradicionalni festival uz ozrenske narodne nošnje i tradicionalnu muziku i ples, a sveštenici u popodnevним satima osvještavaju ivu. Iva je poznata po svom ljekovitom i preventivnom djelovanju, pa narodna izreka kaže: „*Da je majka znala šta je trava Iva, još bi svoga sina gledala živa!*“.



Sl.19. Branje Iva trave na Ozren planini
(ICH UNESCO)

❖ „*Kupreški kosci*“ su godišnje takmičenje (juli) punoljetnih muškaraca u kosidbi na livadi Strljanica, dok žene grabuljaju travu i spremaju hranu za goste. Uključuje ručno košenje trave kosom, a ocjenjuje se po vremenu, trudu i količini pokošenog, jer košnja trave na preko 1000 m n.v. zahtjeva snagu i posebnu tehniku.

Priznaju se prva tri kosioca, a glavni kosac se tretira kao vođa koji osigurava uspješnu kosidbu svih polja radi skupljanja sijena za stoku; poljoprivreda i stočarstvo su važne privredne grane Kupresa. Ostali elementi takmičenja vezani su uz narodne nošnje, kovanje kose i pripremu stoke za specijalni događaj, koji predstavlja temelj kulturnog identiteta ovog područja.



**Sl.20. Košenje trave u Kupresu- narodni takmičarski običaj
(ICH UNESCO)**

❖ *Uzgoj brdskih (Lipizzan) konja u selima BiH.* Tradicija uzgoja lipicanaca u ruralnim područjima stara je 450 godina, a isprva je korištena za uzgoj konja za habsburški carski dvor u Beču. Lipicanci imaju svoje genetsko porijeklo u Španiji od stada koje je uključivalo španjolsku i marokansku krv Barbica. Pasmina je poznata po svojoj sivoj boji, fokusu i izvrsnoj sposobnosti dresure i treninga. Uključeni su u događaje, proslave i svečanosti poput blagoslova konja i karnevalskih povorki; terapijsko jahanje; održivi turizam na farmama. Vrijednosti, znanja, vještine i prakse prenose se kroz praktično iskustvo, seminare i treninge, kao i tokom svečanih i sportskih događaja. Praksa je također dio nastavnog

plana i programa pojedinih lokalnih osnovnih škola i svih poljoprivrednih i stručnih škola, kao i poljoprivrednih i veterinarskih fakulteta.



Sl.21. Tradicija uzgoja lipizanaca (Austrija- Bosna i Hercegovina- Hrvatska- Mađarska- Italija- Slovačka- Slovenija) (ICH UNESCO)

❖ *Sevdalinka* (tur., arap. *sevda/h- ljubav*) je tradicionalna bosansko-hercegovačka viševjekovna narodna urbana pjesma, koja je vremenom prodrila i u bosansko selo. Predstavlja lirski poetski zapis o ljubavnom jadu, zanosu ili radosti. Sevdalinke su u brojnim primjerima zapamtile određene ličnosti, najčešće djevojke i mladiće, čuvene zbog svoje ljepote i junaštva. U njima se može naći sve ono što karakteriše takozvanu narodnu dušu: jezik, pozicije i status članova familije, lokalna obilježja, kulturu ishrane, odijevanja, drugim riječima šta su ljudi naše prošlosti osjećali, kako su iskazivali te osjećaje, o čemu su maštali i kako su gledali na svijet oko sebe. O nastanku sevdalinke ima više teorija: da je

proizašla iz višeg sloja BH feudalstva; da je to pjesma sirotinje, naroda, "raje", koja je kroz radost i veselje, kroz muku i patnju davala oduška svojim osjećanjima; da je sevdalinka prvenstveno ženska pjesma, koju su spjevale patrijahalno vaspitane djevojke, sjedeći iza mušebaka, vezući na đerđefu, na kome je svaka iglica pojačavala čeznju za dragim, koji je putovao carskim drumovima, trgovao ili ratovao, dok su one čekale, sanjale, maštale i svoju čeznju pretvarale u pjesmu.



Sl.22. Emina, slavna mostarska ljepotica iz najpoznatije bosanskohercegovačke sevdalinke „Emina“ (A. Šantić)
(Informativni portal „Sevdalinka“)

Sevdalinka je ogledalo duše i duševnog stanja, kako individualnog, tako i narodnog. Nominacija ove univerzalne tradicionalne i sadržajne ljubavnim nabojem bosanskohercegovačke pjesme, planirana je za reprezentativnu UNESCO listu u 2024. godini. Radi podsticaja turističkog doživljaja, nastoje se revitalizirati opjevani likovi čuvenih sevdalinki, kao što se vidi na primjeru *Emine* kroz njenu fotografiju i približavanje biografske priče publici...

4.3. Komponentne prirodne beneficije (eko)turizma

O geokološkim beneficijama turizma, u smislu koristi za prirodno-geografske komponente životne sredine, najreprezentativnije je govoriti na primjeru održivog turizma u zaštićenim područjima. Pozitivni uticaji turizma reflektuju se na komponente:

- a) Voda
- b) Zrak
- c) Habitat (stanište)
- d) Živi svijet (flora i fauna)
- e) Prirodni resursi
- f) Kulturni resursi u zaštićenim područjima

4.3.1. Briga o vodenim resursima

„Čuvanje“ vodenog blaga postiže se kroz legislativno planiranje, koje uključuje planove posebne namjene, plan upravljanja vodama u zaštićenim područjima, regulacione planove i dr. zakonske akte po kojima je obligatorno upravljanje vodama i njihova zaštita. Kategorija zaštićenog područja i režim zaštite po zonama, kao i kvalitet vode (za piće i vodosnabdjevanje, za turističke aktivnosti, i dr.) dodatno određuje i specifikira načine zaštite shodno značaju vodenog potencijala i kategorisanoj kvaliteti i izvrsnosti vode. Npr. „Plan upravljanja vodama za vodno područje rijeke Save u FBiH (2016-2021)- prateći dokument br.5.- zaštićena područja“ (AVP Sava, 2016). Zaštićena područja koja su obuhvaćena Okvirnom direktivom o vodama i Zakonom o vodama dijele se na:

- područja namijenjena za zahvatanje vode za piće;
- područja namijenjena zaštiti ekonomski važnih akvatičnih vrsta;
- površinska vodna tijela namijenjena rekreaciji uključujući i područja određena za kupanje;

- područja podložna eutrofikaciji i područja osjetljiva na nitrate;
- područja namijenjena zaštiti staništa biljnih i životinjskih vrsta ili akvatičnih vrsta u kojima
- je održavanje ili poboljšanje stanja voda bitan uslov za njihov opstanak i reprodukciju.

Utvrdjivanje područja namijenjenih rekreaciji uključujući i područja određena za kupanje vrši se na osnovu odredaba članova 65. i 72. Zakona o vodama FBiH, a sve u skladu sa Direktivom 2006/7/EC (Upravljanje kvalitetom vode za kupanje). Direktiva 2006/7/EC propisuje odredbe za:

- a) monitoring i klasifikaciju kvaliteta vode za kupanje;
- b) upravljanje kvalitetom vode za kupanje; i
- c) informisanje javnosti o kvalitetu vode za kupanje.

Direktivom se traži da države članice svake godine identifikuju sve vode za kupanje i utvrde trajanje sezone kupanja. Države članice su isto tako dužne da osiguraju da se monitoring pokazatelja utvrđenih u Aneksu I Direktive o kvalitetu vode za kupanje sprovodi u skladu s Aneksom IV navedene Direktive. Prije početka svake sezone kupanja mora se uspostaviti kalendar monitoringa vode za kupanje. Mjesto monitoringa se utvrđuje unutar vode za kupanje, gdje:




- a) se očekuje najviše kupača, ili
- b) se, u skladu sa profilom vode za kupanje, očekuje najveći rizik od zagađenja.

Kao rezultat procjene kvaliteta vode za kupanje izvršene u skladu sa članom 4 Direktive o vodi za kupanje, države članice će u skladu sa kriterijumima utvrđenim u Aneksu II iste Direktive, klasifikovati vode za kupanje kao: „loše“, „zadovoljavajuće“, „dobre“ ili „odlične“.

Kriteriji za određivanje ovih područja u FBiH trebali bi se propisati podzakonskim aktom u skladu sa članom 72. stav 6. ZoV-a.

Navedeni podzakonski akt još uvijek nije donešen, te iz tog razloga na slivu rijeke Save u FBiH još uvijek nije proglašeno nijedno područje namijenjeno rekreaciji.

Na primjeru monitoringa vode za plivanje Jersey (SAD), važni su standardi procjene i ocjene po osnovu prisustva bakterije *E. Colli* i crijevne bakterije *Enterococci* u vodi, što je preduvjet za sanitarno-higijensku ispravnost vode za plivanje. Shodno tome, postoje tri kategorije kvalitete vode za plivanje: odlična, dobra, i slaba.

| | |
|--|---|
|  | <p><i>Odličan kvalitet vode</i></p> <p>≤ 250 Escherichia coli per 100ml ≤ 100 Intestinal enterococci per 100ml</p> |
|  | <p><i>Dobar kvalitet vode</i></p> <p>≤ 500 Escherichia coli per 100ml ≤ 200 Intestinal enterococci per 100ml</p> |
|  | <p><i>Slab kvalitet vode</i></p> <p>> 500 Escherichia coli per 100ml > 200 Intestinal enterococci per 100ml</p> |

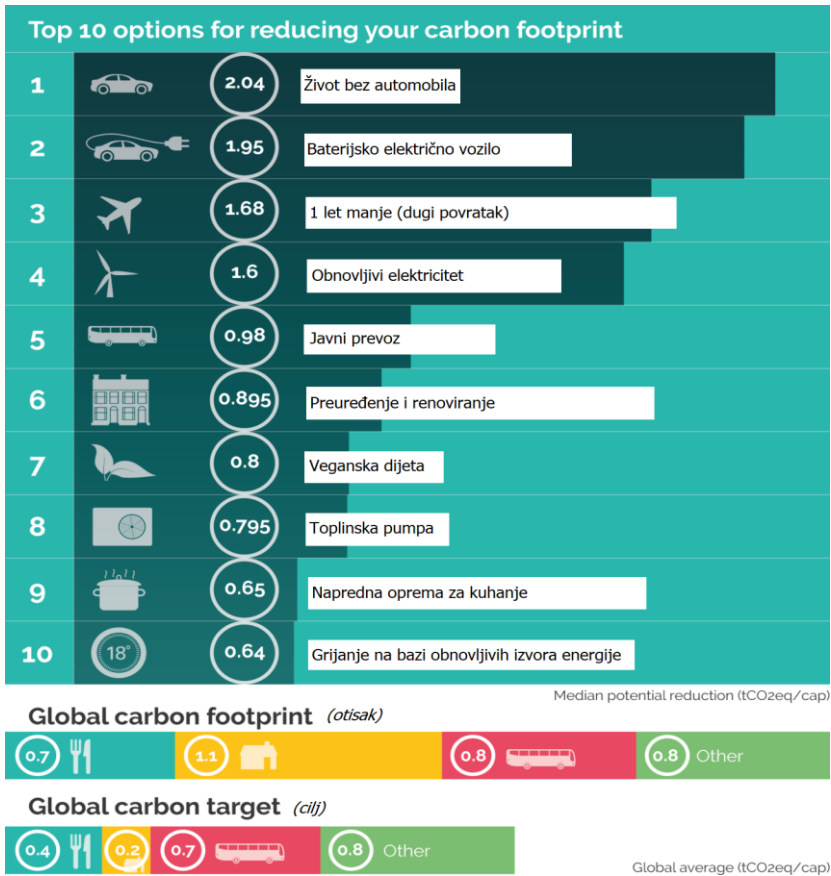
Shema 10. Monitoring morske vode
 (Žunić, 2022)

U dokumentima IUCN promoviše se pozitivna uloga Internacionalnog ekoturističkog društva (TIES) po pitanju unapređenja zaštite vode i upravljanje vodama kroz politike fokusirane na efikasnost, redukciju hemikalija i kolaboracijski menadžment. TIES (1990) je neprofitna organizacija posvećena razvoju i promociji ekoturizma, pružajući smjernice i standarde, obuku, tehničku pomoć i obrazovne resurse. Definicija jasno ocrta ključne komponente ekoturizma: očuvanje, zajednice i održivo putovanje, koje su sažete kroz putni zeleni vodič, i dr.

publikacije. Putem usluga za članstvo, širenja industrije i obrazovnih programa, TIES je predan pomaganju organizacijama, zajednicama i pojedincima u promociji i prakticiranju principa ekoturizma (smanjiti uticaj; izgraditi ekološku i kulturnu svijest i poštovanje; omogućiti pozitivna iskustva i posjetiocima i domaćinima; osigurati izravnu finansijsku korist za očuvanje; osigurati finansijske pogodnosti i osnaživanje lokalnog stanovništva; povećati osjetljivost na političku, ekološku i društvenu klimu zemlje domaćina). TIES trenutno ima članove u više od 190 zemalja i teritorija, koji predstavljaju različita stručna područja i industrijske segmente uključujući: akademike, konsultante, stručnjake i organizacije za zaštitu prirode, vlade, arhitekate, turoperatore, vlasnike i upravitelje domova, stručnjake za opći razvoj i ekoturiste. Igra važnu ulogu u održivom turističkom korištenju vodenih resursa: okeana, rijeka, jezera, močvara, kroz npr. pažljivo isplaniran ekoturistički boravak; *Sukau Rainforest Lodge* je nagrađivani „ecolodge“ (mjesto za boravak ljudi na odmoru koje je osmišljeno tako da ne ugrožava prirodni okoliš u kojem je izgrađeno) smješten uz rijeku Kinabatangan u Maleziji, Borneo, koji nudi najbolje iskustvo divljih životinja i prirode (u saradnji sa TIES: održivo upravljanje vodama).

4.3.2. *Prevenција aерозагађенја*

Zrak je najviše ugrožen zbog emisije gasova od vozila, jer brojni posjetioци dolaze iz daleka u određeno zaštićeno područje, ili neku drugu turističku destinaciju. Zbog toga je prioritet redukcija karbona, odnosno fokusiranost na politike i mjere koje doprinose smanjenju emisije ugljičnog dioksida (tzv. „karbon offset“).



Shema 11. Mjere redukcije učešća CO₂ u zagađenju zraka
(Autor¹³)

Nastoji se podstaći šetnja i što manja upotreba vozila uvođenjem alternativnih oblika transporta u zaštićenom području, ili na nekom drugom popularnom turističkom lokalitetu sa npr. zaštićenom kulturnom baštinom, kao i na prilazu takvim atrakcijama. Npr. u zaštićenim područjima postoje brojne staze za šetnju, prečaci i obilaznice, mada mogu biti zastupljena i određena vozila na struju (npr. eko-vozić, i sl.). Žičara doprinosi smanjenju upotrebe motornih vozila i podstiče izbor ovog atraktivnijeg i za zrak održivijeg oblika transporta. U alejama, na putu do određenog

¹³ prevod, jezička i grafička obrada; model Faculty of Env., University of Leeds

zaštićenog područja, može biti organizovan transport fijakerima (konjski prevoz kočijama), npr. Velika aleja prema Vrelu Bosne (Ilidža, Sarajevo), mada takav transport postoji i u zonama WHS baštine u popularnim gradovima Evrope (npr. Beč) ili SAD (Nju Jork). Holandski grad- Amsterdam, poznat je kao „biciklistička prijestolnica svijeta“, jer su u fokusu zdrave aktivnosti u centru grada, u kome vlada biciklistička prednost nad motornim vozilima; „grad je opremljen razrađenom mrežom biciklističkih staza i puteva, toliko sigurnih i udobnih da čak i mala djeca i stariji ljudi koriste bicikle kao najlakši način prevoza“ (The Guardian).

Za smanjenje štetnih uticaja na zrak, potenciraju se vozila koja koriste manje opasno gorivo- bezolovni benzin umjesto dizela, ili električna auta. Pooštreni propisi vezani za dozvoljenu starost upotrebnih vozila su bitni, jer su novija auta slabiji zagađivači od starih, koja imaju veće izgaranje benzina i dizelskog goriva, što stvara štetne nusprodukte poput dušikovog dioksida, ugljikovog monoksida, ugljikovodika, benzena i formaldehida; osim toga, vozila ispuštaju ugljični dioksid, najčešći staklenički plin uzrokovan ljudskim djelovanjem. Zemlje u razvoju se više suočavaju sa ovom vrstom problema, jer uvoze korištena vozila iz visokorazvijenih zemalja svijeta (EU, Japan, SAD), koja su im jedina dostupna. „Mnogi od korištenih automobila ispuštaju opasne pare, izlažući ljude visokim razinama onečišćenja zraka, a često nisu ispravni za promet, što dovodi do više nesreća i smrtnih slučajeva“ (UNEP). Mnoge zemlje u nastojanju da smanje aerozagađenje, uključujući i Bosnu i Hercegovinu, povremeno sprovode plan restrikcije upotrebe privatnih vozila tokom pojedinih dana u sedmici, kao i zatvoren saobraćaj u određenim zonama, npr. Vilsonovo šetalište u Sarajevu nije dostupno za motorni saobraćaj vikendom.

Potenciranje domaćeg umjesto inostranog turizma može pozitivno kontribuirati u smanjenju aeropolucije, npr. smanjenje broja letova.

Veća upotreba organizovanih oblika turističkog transporta i korištenje javnog gradskog prevoza zahvalniji su od korištenja pojedinačnih vozila. „Većinu emisija iz sektora prometa proizvode privatna vozila poput automobila. Veća upotreba usluga javnog prevoza u odnosu na korištenje osobnih vozila jedan je od najboljih načina za smanjenje emisija i pomaže u očuvanju okoliša. Mnogi su gradovi uspješno smanjili emisiju CO₂ za čak 50% smanjivanjem ili ograničavanjem protoka osobnih automobila“ (RIDANGO). „Jedna osoba koja pređe s 20 milja (oko 32 km) dugog putovanja automobilom na postojeći javni prevoz, može smanjiti svoje godišnje emisije CO₂ za 20 funti (oko 24 USD) dnevno, ili više od 48.000 funti (58.079 USD) godišnje. To je jednako smanjenju od 10% svih stakleničkih plinova koje proizvodi tipično kućanstvo s dvije odrasle osobe s dva automobila. Eliminacijom jednog automobila i korištenjem javnog prevoza umjesto vožnje, može se ostvariti ušteda od 30% emisije ugljičnog dioksida“ (KCATA).

Za zaštitu zraka naročito su važni obnovljivi izvori energije; solarna energija na svaki solarni kilowatt sat štedi jednu tonu ugljen-dioksida; led svjetla smanjuju emisiju karbona za 6 tona godišnje. Reciklaža jednog aluminijskog limenke može uštediti 90% energije zahtjevane za njegovu proizvodnju. Veganska dijeta je pogodan način da se umanje štetni učinci na zrak, s obzirom na brzu pripremu jela i kuhanje, za razliku od npr. dugotrajnije pripreme mesnih jela s roštilja i iz zemljanih peći, što zahtjeva upotrebu ložišta i veće emisije CO₂.

Pumpe za zagrijavanje i napredna oprema za kuhanje jela (*npr. pretis-lonac*), kao i preuređenje i renoviranje hotela, ugostiteljskih objekata i dr., doprinose uštedi i ekološki su pogodniji.

Pored prikazanih stavki u gornjem dijagramu, u literaturi se navodi i pošumljavanje, kao i uvođenje zelenog pokrova i moderni trend zelenih krovova i atraktivne hortikulture na zgradama, koji značajno doprinose ublažavanju vrelih otoka koji se stvaraju u

urbanoj sredini, i ujedno pročišćavanju zraka; jedno drvo može da uštedi jednaku količinu energije koju proizvodi deset klima uređaja i to koji bi trebalo da rade 20 sati dnevno; prirodna hladovina drveta je najbolji način za smanjenje emisije CO₂.

4.3.3. Zaštita životnog staništa, biljnih i životinjskih vrsta

Ovo podrazumijeva adekvatnu institucionalnu podršku za očuvanje habitata, naročito kada se radi o ugroženim vrstama i podvrstama flore i faune, koje se procjenjuju za IUCN Red List (Crvena lista). „Crveni popis/ Crvena lista ugroženih vrsta Međunarodne unije za očuvanje prirode“ (1964) je najizdašniji svjetski izvor informacija o globalnom statusu očuvanosti životinjskih, gljivičnih i biljnih vrsta. Ključni je pokazatelj zdravlja svjetske bioraznolikosti. Daleko više od popisa vrsta i njihovog statusa, to je moćan alat za informisanje i kataliziranje djelovanja za očuvanje bioraznolikosti i promjenu politike, ključnu za zaštitu prirodnih resursa koji su nam potrebni za preživljavanje. Pruža informacije o rasponu, veličini populacije, staništu i ekologiji, korištenju i/ili trgovini, prijetnjama i mjerama očuvanja koje će pomoći u donošenju potrebnih odluka o očuvanju.

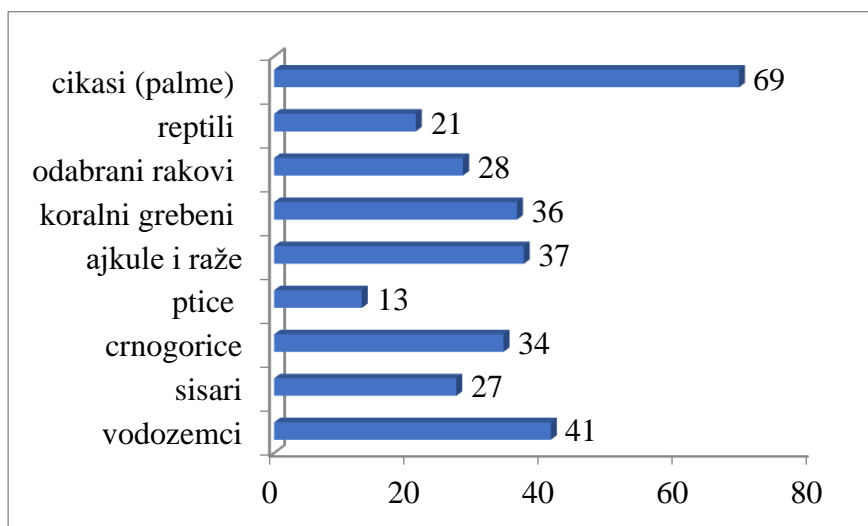
Kategorije ugroženosti vrsta, prema IUCN-ovoj Crvenoj listi, su: najmanje zabrinjavajuća (*LC/ Least Concerned*), gotovo ugrožena (*NT/Near Threatened*), ranjiva (*VU/Vulnerable*), ugrožena (*EN/Endangered*), kritično ugrožena (*CR/Critically Endangered*); istrebljena/ izumrla u divljini, ali postoji kultivisana (*EW/ Extinct in the Wild*), izumrla (*EX/Extinct*); nije evaluirana (*NE/Not Evaluated*), nedovoljno podataka (*Data Deficient*).

Do danas je više od 150.300 vrsta ocijenjeno za Crvenu listu IUCN-a. Više od 42.100 vrsta prijeti izumiranjem. To je još uvijek 28% svih procijenjenih vrsta. Procenat ugroženosti po kategorijama vrsta iznosi: vodozemci 41%, sisari 27%, crnogorice 34%, ptice 13%, ajkule i raže 37%, koralni grebeni 36%, odabrani rakovi 28%, reptili 21%, cikasi (palme) tropskog i suptropskog regiona 69%.

Tab.25. Pregled IUCN kategorizacije ugroženih vrsta/podvrsta

| SKUPINA KATEGORIJA | Kategorija ugroženosti vrste/podvrste |
|--|---|
| Izumrle vrste (Extinct) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Izumrle u prirodi, više nema živog primjerka (EX) ✓ Regionalno izumrle, više nema živog primjerka u prirodi, ali postoje živi primjerci u uzgajalištima (EW) |
| Vrste pred izumiranjem (Threatened) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kritično ugrožene vrste, postoji izuzetno visok rizik od izumiranja (CR) ✓ Ugrožene vrste, postoji veoma visok rizik od izumiranja (EN) ✓ Rizične vrste, postoji visok stepen od izumiranja (VU) |
| Niska vjerovatnoća opasnosti od izumiranja (At lower risk) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Niskorizične vrste, nisu pred izumiranjem, ali bi uskoro mogle biti, (NT) ✓ Najmanje zabrinjavajuće vrste, vrednovane su kriterijima IUCN-a te je utvrđeno da ne pripadaju ni jednoj od spomenutih kategorija (LC) |
| Nedovoljno poznate vrste da bi se odredila eventualna ugroženost (Data deficient) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nedovoljno poznate vrste, nema dovoljno potrebnih podataka (stanje populacije i rasprostranjenost) za procjenu rizika od izumiranja (DD) |

(Škrijelj et al., 2013)



Grafikon 30. Postotak ugroženih vrsta unutar kategorije prema IUCN Red List, 2023.
(Autor¹⁴)

¹⁴ grafička obrada i prevod

Najintenzivnije prijetnje/ pritisci na biološku raznolikost u BiH uključuju: konverziju staništa, prekomjerno iskorištavanje resursa, zagađenje, klimatske promjene, invazivne vrste i antropogeno djelovanje i aktivnosti privrednog razvoja. Dodatne prijetnje uključuju otpad, loše upravljanje, prekomjerna i nezakonita sječa i krčenje šuma, te proizvodnja energije. Prevladavajući način zbrinjavanja otpada u BiH je deponiranje, čemu se mnogi građani protive (uglavnom zbog zdravstvenih problema povezanih s odlaganjem otpada).

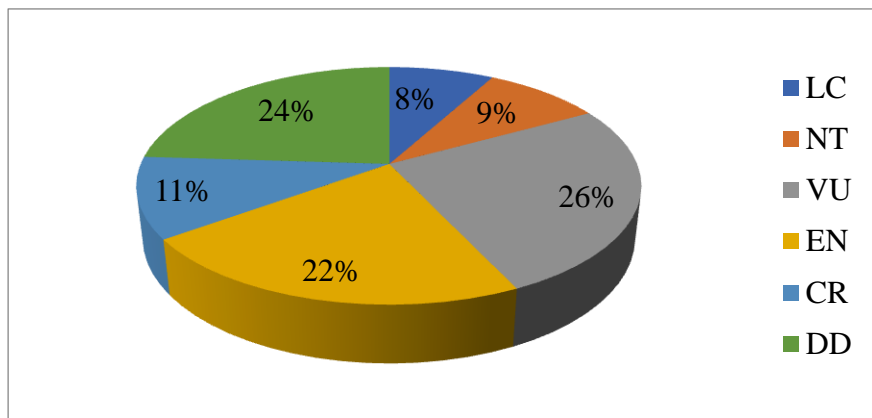
U BiH se nalaze 252 ekosistema i jedinstvena biotopa koji su važni kako s evropskog, tako i svjetskog značaja perspektive očuvanja. Status ovih ekosistema nije poznat, jer ne postoji sistem praćenja, niti novija karta vrsta i distribucije ekosistema. U usporedbi s kopnenim i vodenim ekosistemima u BiH, obalni i morski ekosistemi su posebno zanemareni i nedovoljno proučeni. Centar za ekologiju i prirodne resurse „*Akademik Sulejman Redžić*“, ima za cilj izradu procjene ekosistema i ekosistemskih usluga u BiH, i sl. Karakteristični tipovi biološke raznolikosti BiH su kanjon, planinski, alpski i močvarni ekosistemi, krška polja i aluvijalne ravni. Visoki planinski krajolici, planinski pejzaži i reliktni i refugijalni krajolici su ekosistemi koji su vrlo osjetljivi na klimatske promjene, kao i ekosistemi smješteni u krškim pejzažima također su osjetljivi na klimatske promjene, a istovremeno su pod jakim uticajem drugih antropogenih pritisaka (među njima, močvare u krškim poljima naročito su osjetljive). H. Müller navodi da je krajolik među najvažnijim elementima turističke ponude, jer je vrlo značajan za turistički boravak, kao najpristupačniji objekt perepcije u prirodi. Razlike u atraktivnosti krajolika: gradski, planinski, jezerski, močvarni, i dr., povezane su sa turističkim doživljajem krajolika kao „lijepim“. Lijepi krajolici su „kapital turizma“, a vrednuju se preko raznih elemenata: izgled; vrsta pejzaža, u smislu topografskog (reljefnog) i geografskog- prirodni, civilizacijski ili mješoviti; vegetacija i boje; koherentnost, kompleksnost, dubina, itd.

U BiH ne postoje službeni repozitoriji podataka o bioraznolikosti, što onemogućava praćenje stanja raznolikosti vrsta. Na primjer, iako je u BiH došlo do pada broja pčela i nestanka pčelinjih vrsta, nema informacija da je bilo koja ugrožena vrsta izumrla ili da je bilo koja ugrožena vrsta poboljšala svoj status od 2016. Dok su Crvene liste flore i faune izrađene i odobrene na nivou entiteta (RS 2012., i FBiH 2014.), ne postoji crvena lista na državnom nivou. Prepoznavajući potrebu revizije i usklađivanja crvenih listi entiteta, UNEP izrađuje smjernice za reviziju crvenih listi u BiH. Organizovani su treninzi uz pomoć IUCN-ovih eksperata unutar projekta *“Postizanje očuvanja biološke raznolikosti stvaranjem, učinkovitim upravljanjem i prostornim određivanjem zaštićenih područja i izgradnjom kapaciteta”*.

Prema podacima entitetskih Crvenih listi u BiH, u RS ugroženo je 1.251, u FBiH 659 biljnih vrsta. U entitetu RS je 2012. godine objavljena Uredba o Crvenoj listi zaštićenih vrsta flore i faune Republike Srpske, koja sadrži spisak vaskularne flore, ptica, riba, sisara, vodozemaca, gmizavaca i podcarstva Metazoa. Usvojena Uredba sadrži listu vrsta, međutim ne daje posebno kategorije ugroženosti, te stoga ne predstavlja pravu Crvenu listu. Na ovoj je listi navedeno ukupno 1.251 vrsta, od čega je 506 vrsta životinja, 86 gljiva i 659 biljaka.

U Federaciji BiH je usvojena Crvena lista ugroženih biljaka, životinja i gljiva u FBiH kojom su obuhvaćene biljne vrste, sisari, ptice, gmizavci, vodozemci, ribe, gljive i manji broj grupa beskičmenjaka, sa pregledom pripadanja odgovarajućoj kategoriji ugroženosti. Među navedenim vrstama nalazi se ukupno 659 ugroženih vrsta, od čega 247 vrsta životinja, 25 gljiva i 387 biljaka. Na području FBiH u Crvenu listu flore treba uključiti 659 taksona, a najviše otpada na ranjive (VU)– 26,25%. U kategoriju ugroženih (EN) spada 22,00% taksona flore, dok je kritično ugroženo (CR) 10,47%. U kategoriju gotovo ugroženih (NT) spada 8,80% taksona,

dok je 7,89% taksona iz kategorije najmanje zabrinjavajućih (LC). U kategoriji izumrlih (EX) se nalazi 0,15% taksona.



Grafikon 31. Kategorije ugroženosti biljnih taxona u FBiH prema Đug et al. (2013)
(Autor)

Primjeri ugroženih vrsta flore u BiH su: gola vrba (*Salix Glabra*) i ružmarinolisna vrba (*Salix rosmarinifolia*), gotovo ugrožena: Pančičeva omorika (*Picea omorika*), ranjiva: crnogorska mlječika (*Euphorbia montenegrina*) i jagodasta mlječika (*Euphorbia fragifera*), kritično ugrožena: maleni jaglac (*Primula minima*), i dr.



Sl.23. Pančičeva omorika (*Picea Omorika*)
(Plantea)

Među ugroženim vrstama faune u BiH, iz kategorije ptica, mogu se izdvojiti kao ranjiva vrsta- Eja močvarica (*Circus aeruginosus*), kritično ugrožena- veliki tetrijeb (*Linnaeus*), i dr.; među sisarima, ranjive vrste su: dugoprsti šišmiš (*Myotis capaccinii*) i raznobojni šišmiš (*Vespertilio murinus*), ris (*Lynx lynx*), mrki medvjed (*Ursus arctos*), i dr.; među vodozemcima ugrožen je triton (*Ichthyosaura alpestris* ili *Triton alpestris*), koji na IUCN-ovoj globalnoj Crvenoj listi ima status najmanje zabrinjavajuće vrste, i dr.; među ribama, ugrožena vrsta je nertvanska mehkousna pastrmka (*Salmo obtusirostris*), i dr.



Sl.24. Bosanskohercegovački ris (Lynx lynx carpathicus)
(Park Dinarides, Network of protected areas of Dinarides)

Među ugroženim vrstama faune u kategoriji sisara naročito je interesantan ris. Prema entitetskim zakonima o lovstvu ris je u BiH trajno zaštićena vrsta, a BiH je, kao potpisnica relevantnih međunarodnih konvencija, ispunila sve formalne uslove za zaštitu risa. Na popisu predloženih vrsta iz BiH za Crvenu listu sisara, evropski status risa (*Lynx lynx*) prema IUCN kategorizaciji je *najmanje zabrinjavajuća* vrsta (LC), dok verzija u BiH- *ranjiva vrsta* (VU). Postojeća populacija risa u BiH posljedica je reintrodukcije risa u Sloveniji- Kočevski rog 1973. godine s Karpata (Slovačko Rudogorje), koja se iz Hrvatske (Plitvice)

proširila u BiH (Plješevica) i koja danas čini zajedničku, dinarsku populaciju evroazijskog risa (Hrvatska, Slovenija, Bosna i Hercegovina). Ukupna veličina sadašnjih staništa risa obuhvata oko 350.000 hektara, a brojnost populacije se uvećala, te se cijeni da na prostoru BiH živi oko 60 risova, uz napomenu da su posljednja istraživanja, a time i podaci o populaciji risova, stari najmanje 10 godina. „Sadašnja prisutnost risa je potvrđena u središnjim, južnim i jugozapadnim dijelovima BiH. Riječ je o karpatskom risu (*Lynx lynx carpathicus*) koji je osamdesetih godina prošlog stoljeća iz Slovenije preko Hrvatske u BiH samounesen. Postoje dvije teze: karpatski ris se širi na jugoistok BiH i u Crnu Goru ili se balkanski ris širi sjeverozapadno preko Crne Gore u BiH. Potvrda svake teze predstavlja veliko otkriće, a to će morati promijeniti režim zaštite, upravljanja i praćenja ove dvije populacije“ (The Rufford Foundation, 2019).

U kategoriji ptica interesantan je veliki tetrijeb, koji se nalazi na listi ugroženih vrsta u mnogim zemljama Evrope, i dr. U studiji „Ugrožene vrste divljači u BiH iz 2007. godine“, navodi se kako je mali tetrijeb nestao još šezdesetih godina prošlog vijeka, a prema novim istraživanjima, velikom tetrijebu prijete ista sudbina zbog neuvažavanja životnih potreba za hranom, zaklonom i mirom, što je naročito izraženo u posljednjih 15 godina. Glavni uzrok ugroženosti je ubijanje i uništavanje staništa gdje se gnijezdi. Vrsta je zabilježena na području Nacionalnog parka Una, parka prirode Blidinje, kao i zaštićenog pejzaža Konjuh.

„Turistička preduzeća mogu dati podršku u protekciji ili rehabilitaciji staništa za ugrožene vrste. Turističke aktivnosti i ekostraživači pomažu da se spriječi redukcija ugroženih vrsta; lokalni volonteri učestvuju u tim programima i osviješteni su po pitanju štednje živog svijeta; npr. *Džanga-Sanga Project* u parkovima Centralne Afričke Republike promoviše gledanje gorila kako bi se pomogla njihova zaštita- plati se gledanje, a sredstva se dalje ulažu u zaštitu“ (Leung et al., 2014).

V NEGATIVNI SOCIO-KULTURNI IMPAKTI TURIZMA

5.1. Turistički atak na naselja, građevine i ambijentalnost

Turistički „atak“ na naselja, građevine, i ambijentalnost, manifestuje se kroz različite operative, radnje ili turističke aktivnosti:

- a) Invazivna turistička gradnja i dmnt. turističko planiranje
- b) Novi stil gradnje koji ne odgovara rezidentima ili nije u skladu sa tipom naselja
- c) Neprimjereni standardi turističke izgradnje u gradu ili nekoj drugoj naseljenoj sredini
- d) Geoekološke posljedice pretjerane turističke izgradnje: problemi sa strujom ili vodom, i sl.
- e) Izmjena tradicionalnog ambijenta
- f) Gužva i kongestija (pretrpanost, zakrčenost ili zapušenost)

Masovni turizam uzrok je konfliktima lokalne zajednice i turista, jer se sve više zemljišta otima za turističku namjenu, turističku i drugu infrastrukturu dijele lokalci i turisti, ogromni je teret na prostor od lokalaca i turista kojih u vrijeme sezone (zavisno od područja) može biti više od domaćeg stanovništva, a gužve postaju nesnosne i značajno remete harmoniju i kvalitet života. „Fenomen prekomjernog turizma povezuje se s problematičnim odnosom turista i domaćina, i kontinuiranom razmjenom između njih. To je izazvalo nedavne talase protesta protiv turizma u trajno popularnim evropskim gradovima poput Venecije, Barselone, Amsterdama, Rima i Dubrovnika, kao i u drugim dijelovima svijeta, poput Centralne Amerike ili u jugoistočnoj Aziji. Sve veći sukob između zajednica domaćina i turista doveo je do pojave novih urbanih društvenih pokreta na različitim mjestima. Na području Sredozemlja, primjerice, potaknuo je nastanak Mreže južnoevropskih gradova protiv turistifikacije. Gradovi kao što su Barcelona, Ibiza, Palma de Mallorca, Malta, Firenca i Venecija,

među ostalima, dio su ove mreže i nastoje dijeliti zajedničke probleme i lokalna rješenja“ (Bertocchi, Visentin, 2019).

Namjena površina grada i turističko planiranje zona podrazumijevaju:

- a) Izmještanje ranijih firmi ili stambenih zgrada radi ustupka turizmu
- b) Konflikt i interes površina

Na primjeru Bosne i Hercegovine, kao i Sarajeva, moguće je razumjeti procese u kojima su tercijarne djelatnosti, tako i turizam, zaživjeli u posljednje dvije-tri decenije, te poprimili značajniju ulogu u prostornom i turističkom planiranju. Kolapsom industrije za vrijeme agresije (1992-1995), mnogi gradovi su se kasnije prestrukturirali na djelatnosti III sektora (trgovina, ugostiteljstvo, turizam, saobraćaj i dr.), koje su sada najzastupljenije u ukupnoj privredi. Savremene tendencije razvoja, na primjeru urbanističkog planiranja Sarajeva, uključuju prenamjenu tzv. „*brownfields*“-napuštenih industrijskih zona- za razvoj ugostiteljstva i turizma. Dakle, planira se uklanjanje ili relokacija industrijskih zona sa smeđih zemljišta u gradskoj zoni, koja će ubuduće ili već jesu, biti korištena za turističku namjenu; npr. industrijska zona (žice i dr.) se povukla sa Ali-pašina (Novi Grad) i ustupila mjesto hotelu *Ibis Style*. Turizam prodire u razne dijelove Sarajeva. I Ilidža je poprimila očiglednu turističku funkciju, a stambene i turističke zone se mjestimično preklapaju; u centru grada, turizam i ugostiteljstvo se praktično odvijaju pod prozorima stanara; sarajevska žičara svakodnevno „prolijeće“ iznad krovova ljudi koji žive u tom dijelu grada, itd. Deceniju pozitivnog i umjerenog turističkog razvoja Sarajeva (2004-2014) prate neujednačene stope rasta smještajnih kapaciteta po općinama, a najveće su u općini Stari Grad (oko 24%), zatim Novi Grad i Ilidža (6-10%), Centar (oko 3%) i Novo Sarajevo (oko -2%). Hoteli čine oko 50%; najveća koncentracija smještajnih jedinica je u općini Stari Grad 45%, naročito u blizini Baščaršije, dok su 2/3 hotela zastupljene u samo

dvije općine: Stari Grad 34% (grupacija hotela “Europa” i dr.) i Ilidža 31% (grupacija hotela “Ilidža” i dr.), dok ostale općine: Centar 15%, Novi Grad 10% i Novo Sarajevo 9%. Međutim, trendovi nakon 2014. do danas su u smislu turističke gradnje i ekspanzije značajno napredovali, jer se u međuvremenu izgradilo još puno hotela i zgrada privatnog smještaja (apartmana), kao i turističkih naselja u okruženju; čak se sve više počelo graditi i unutar zaštićenih područja, koja zavisno od zoning plana i kategorije šticećenosti, dozvoljavaju takvu vrstu aktivnosti (npr. trenutno se proširuju smještajni kapaciteti na Trebeviću, i dr.). „Proširivanje smještajnih kapaciteta teče uporedo sa kontinuiranim prilivom turista. Prednost kod potražnje ima najveća blizina glavnim turističkim atrakcijama. Zbog toga je najbrži razvoj upravo na području općine Stari Grad (orijentalno kulturno-historijsko jezgro destinacije Sarajevo). Međutim, kako se mjenja struktura turista u zadnje vrijeme, tako su evidentne određene promjene u samoj potražnji. Sve veći priliv turista iz Arapskih zemalja doveo je do povećane turističke afirmacije općine Ilidža zbog blizine prirodnih atrakcija (termonimalne vode, Vrela Bosne), ali i općine Novi Grad. “Zelene zone” su naročito privlačne turistima iz pustinjskih krajeva svijeta“ (Žunić, 2018). Stanovanje– *Rent-a flat* u Sarajevu u zadnje vrijeme sve više poprima turističku funkciju. Prisutan je opći trend proširivanja stambene i turističke komunalne infrastrukture, jer je Sarajevo gravitacioni centar sa stalnim prilivom stanovništva i turista, dok je prosječni standard stanovanja ispod evropskog prosjeka: 28 vs. 39 m² po stanovniku. Prepoznate su 3 glavne faze izgradnje: *a*) dopuna postojećih stambenih zona (tamo gdje ima slobodnih čestica prostora), *b*) podizanje novih stambenih zona (naselja), i *c*) izgradnja smještajnih jedinica, te kolektivnih zgrada sa turističkom namjenom i turističkih naselja. Osnovni pravci angažovanja novih površina uslijedili su u Sarajevskom polju dolinom rijeke Bosne, te uz magistralni put Sarajevo-Mostar. Izgradnja rezidencijalnih naselja je naročita prisutna u gornjem dijelu na višim hipsometrijskim etažama (Centar: npr. Poljine i Šip) i u naturalnom planinskom okruženju

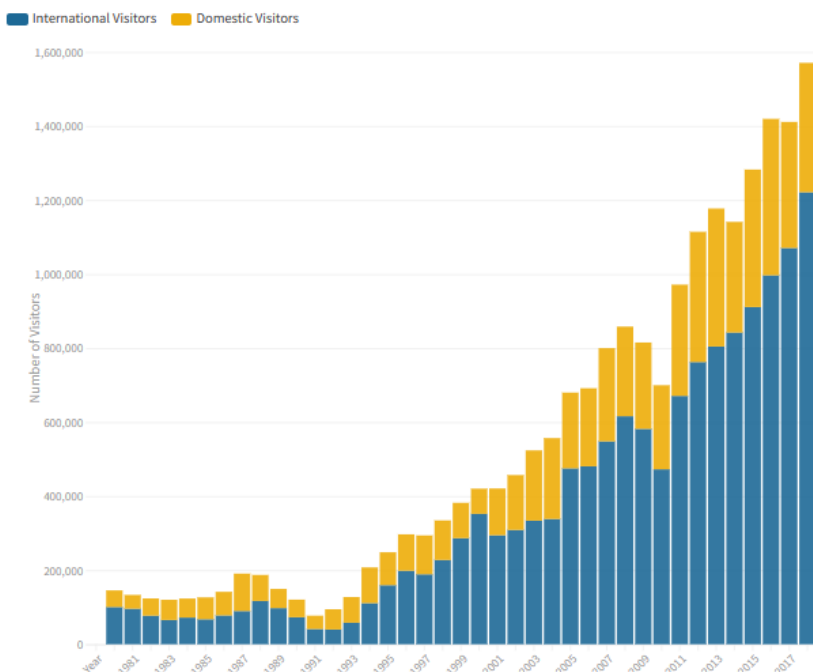
(Hadžići: npr. turističko resort naselje Osenik, Tarčin). Trend izgradnje zgrada sa turističkom namjenom prepoznat u blizini turističkih atrakcija (Ilidža: npr. kod hotela “Hollywood” ili Centar: Marin Dvor u blizini SCC). Veliki poslovno-tržni centri (npr. SCC i BBI) imaju pod svojom platformom stambeno krilo (javne i turističke namjene). Vrlo atraktivna zona gradskog jezgra će i u narednom periodu predstavljati fokus interesa privremenih stanovnika da iznajmljuju ili kupuju stanove i poslovne prostore za svoje potrebe. Strani investitori (Kuvajćani) grade privatni stambeni kompleks „Sarajevo Waves“ (Ilidža: naselje Otes) u vrijednosti 50 miliona KM. Kompleks će imati stambeno-turističku i rekreativnu funkciju“ (Žunić, 2018). Međutim, trendovi nakon 2014. do danas su u smislu turističke gradnje i ekspanzije značajno napredovali, jer se u međuvremenu izgradilo još puno hotela i zgrada privatnog smještaja (apartmana), kao i turističkih naselja u okruženju; čak se sve više počelo graditi i unutar zaštićenih područja, koja zavisno od zoning plana i kategorije šticećenosti, dozvoljavaju takvu vrstu aktivnosti (npr. proširuju se smještajni kapaciteti na Trebeviću, i dr.). Primjeri invazivne turističke gradnje u BiH pokazani su i na bosanskohercegovačkim planinama (Vlašić, Bjelašnica i dr.); hoteli koji se grade su gusto skoncentrisani i premasivni u neprilagođenom stilu „stambenih“ zgrada umjesto u pref. rustik stilu, koji bi bio u skladu sa fizičko-geografskim karakteristikama planinske životne sredine (nasuprot tome, primjer dizajna koji je dobro uklopljen u šumski i planinski ambijent je hotel „Pino“ na Trebeviću). Novi turistički projekti znaju počesto biti predmet rasprava u javnosti, jer se kod određenih lokalaca već javila briga i bojazan da bi zbog intenzivirane turističke izgradnje u okolici mogli biti na gubitku najljepših prirodnih pejzaža, kao i dodatno izloženi raznim geokološkim problemima (porastu polucije zraka i vode, nestašici vode i sl.); osim toga, pojedinci smatraju da turizam donosi korist samo predstavnicima vlasti, a manje lokalnom stanovništvu; kod nekih se razvila i ksenofobija zbog velikog broja stranih turista, naročito Arapa, zbog bojazni od dodatne islamizacije, itd.

Kroz literaturu, Venecija (Italija)- tzv. „potopljeni grad“- je najčešći primjer grada masovnog turizma sa štetnim učincima na ambijentalnost, funkcionalnost i kvalitet života; termini „turistička prenapučenost“ (*potpuna prekrivenost*), „kongestija“ (*zapušenost*) i „turistifikacija“ (*destinacija koja je nadišla svoje kapacitete da podnese društveno opterećenje koje lokalno stanovništvo može podnijeti*), poprimaju svoj puni izraz upravo u ovoj popularnoj evropskoj destinaciji. „Venecija je vjerojatno jedna od najpoznatijih ikoničnih destinacija i jedan od najemblematičnijih slučajeva turističke prenapučenosti, gdje su evidentni problemi vezani uz njezine učinke. Pritisak turizma nije se dogodio samo u područjima gdje se nalaze glavne atrakcije (Trg sv. Marka, most Rialto i Accademia), već i u svih šest četvrti koje čine urbanu strukturu Venecije (Cannaregio, Castello, San Polo, San Marco, Dorsoduro, i Santa Croce). Grad je žrtva vlastitog turističkog uspjeha“ (Bertocchi, Visentin, 2019). „Oskudnost i neučinkovitost propisa nedvojbeno je povećala ranjivost i sredstva za život u Veneciji. Tokom posljednje dvije decenije, različite lokalne uprave "dogmatski" su slijedile načela slobodnog tržišta. To se može vidjeti na primjer u liberalizaciji maloprodajnih trgovina, gdje je već postojeća mreža malih trgovina, proizvođača i radionica napravila mjesta poduzećima koja su uglavnom bila usmjerena na turistički promet, s malo direktne važnosti za venecijansku kulturu. To se također može vidjeti u internacionalizaciji nekretnina, posebice stanovanja, što je pogoršalo krizu dostupnosti stanova za lokalce“ (Bertocchi, Visentin, 2019).

5.2. Turistički atak na arheološke lokalitete

Atak na arheološke lokalitete zabilježen je na slučaju Machu Pichu- stari grad Inka- istočni Andi- Peru, gdje su određene građevine slomljene, skrnavljene ili oštećene; pleme Inka oko 500-750 ljudi na tom terenu, a preko 2.000 turista/ na dan (ranije pojašnjeno i u vezi sa pritiscima na tlo i geoekološkim problemima); turističke posjete stalno rastu, sa oko 150 hiljada (1980) na oko 1,6 miliona

(2018); uprkos preporuci UNESCO-a da Machu Picchu ograniči broj posjetilaca na 2500 dnevno, stvarni broj je oko 6500.



Grafikon 32. Ukupne posjete na Machu Picchu 1980-2018.
(Turistički opservatorij Perua)

U BiH, postoje određeni nedovoljno istraženi i „divlji“ lokaliteti sa arheološkim značajkama, koji još uvijek nisu zaštićeni i time su nažalost izloženi ataku lokalaca; nedovoljna obrazovanost i osviještenost u tom pogledu ponekad rezultira nevjerovatnim potezima, kao što je zabilježen slučaj da su neki stanovnici općine Travnik ugrađivali stećke u zidanje kuća ili potpornih zidova; „stećci- srednjovjekovni nadgrobni spomenici- su uglavnom klesani od krečnjaka; imaju široku paletu ukrasnih motiva i natpisa koji predstavljaju ikonografski kontinuitet srednjovjekovne Evrope i lokalno prepoznatljive tradicije“ (Žunić, 2022).



*Sl.25. Masovni turizam u Machu Picchu, Peru
(Business Destinations)*

5.3. Transportna kongestija i turizam

Negativni impakti turizma na saobraćaj su:

- a) Gužve i zagušenost puteva- transportna kongestija
- b) Redukcija efikasnosti transporta
- c) Nivo kontribucije: geokološki problemi saobraćaja u turističkoj destinaciji (štetni učinci na zrak, tlo, živi svijet) i buka (koja se nepovoljno odražava i na ljude)
- d) Prekomjerni rad vozila uzrokuje: zagađenje; kvarove vozila; nervozu ljudi; gubitak radnog vremena, pa i posla; teret na saobraćajnice; povećava rizike od nesreća

Transportna kongestija zavisi od nekoliko faktora:

- a) masovnost i sezonalnost turizma,
- b) razvijenost prometne mreže,
- c) namjenski turistički prevoz,

- d) fizički kapacitet destinacije (veličina i topografski položaj bitno utiču),
- e) kvalitet saobraćajne infrastrukture, inovativnost i tehnička opremljenost s „premosnicama“ kongestije (npr. elevacijski bus u Kini koji vozi iznad gradske gužve, pokreće ga električna i solarna energija, ima kapacitet od 1200 ljudi i 5x je efikasniji od metroa);
- f) razvijenost destinacije.

Što je destinacija manja i slabije razvijena, oskudno opremljena sa elementarnim vidovima transporta (motorički), bez namjenskog saobraćaja za turiste kojim bi se rasteretio javni prevoz u vrijeme sezone, transportna kongestija je time veća; neka manja planinska i dolinska područja (u uskim kotlinama i sl.) objektivno nemaju topografsko-geografske uslove za širenje saobraćajne mreže i infrastrukture, što predstavlja limitirajući faktor za unapređenje bez obzira na cvjetanje turizma; ovo može biti uzročnik geokološkim problemima i propadanju destinacije.

Npr. Venecija se zbog najezde turista i preplavljenosti turističkim aktivnostima suočava sa kongestijom u pomorskom saobraćaju, što dovodi do nesreća kao što su sudari kruzera i turističkih brodova; npr. takav slučaj je 2019. godine inicirao proteste lokalaca protiv kruzing turizma, kao i zbog njegovog štetnog uticaja na okoliš-lagunu; nekoliko hiljada ljudi je marširalo potezom od lokaliteta nesreće blizu lagune uz kanal Giudecca do srca grada- trga sv. Marka. „Uticaj kruzing turizma samo je jedna strana višeslojnog fenomena zvanog „turistifikacija“, no ova bitka postala je svojevrsna sinegdoha kompleksnosti turističkog problema; glavni cilj protesta bio je zabrana velikih kruzera u slivu Svetog Marka (a možda i u Laguni), i prilika da brojna udruženja i građani otvoreno izraze svoje nezadovoljstvo naizgled neograničenim, nekontrolisanim poplavama turista“ (Bertocchi, Visentin, 2019).

Na primjeru balkanskog primorja- Jadrana (Hrvatska, BiH, Montenegro i dr.), prometna kongestija na graničnim prelazima tokom povećana je prvenstveno zbog masovnog turizma ljeti.



*Sl.26. Transportna kongestija na granici Hrvatske
za vrijeme ljetne turističke sezone
(Tuzlanski portal)*

Unutar BiH je i „hotspot“ religijskog turizma- Međugorje; transportna i turistička kongestija upravo tu dobivaju svoju najopipljiviju dimenziju, jer je riječ o vrlo tijesnom mjestu niskog fizičkog kapaciteta sa ogromnim prilivom vjerskih i dr. turista iz raznih dijelova Evrope i Svijeta. Zbog vjerovanja da se tu ukazala gospa Marija i da je stoga mjesto blagoslovljeno, Međugorje je poprimilo svjetsku popularnost; ovo potvrđuju i zapažanja na zagrebačkom aerodromu, gdje je obavljen neformalni razgovor sa pobožnim parom penzionera iz SAD-a (rimokatolici), koji su potvrdili da je njihov motiv dolaska bio ozdravljenje, nadajući se da će im Bog baš sa tog mjesta uslišiti molitvu. Čekanje na ulasku u grad i do svetišta („Brdo ukazanja“ i dr.), s dugim lancem autobusa i nepomičnim vozilima satima, čini se „vječnost“, koju brojni katolici strpljivo podnose, jer motiv sve opravdava...

5.4. Turističke usluge i propadanje tradicionalne autentičnosti

Negativni impakti od razvoja turističkih usluga su:

- a) Zanemarivanje/ propadanje ne-turističkih rekreativnih sadržaja/ opreme
- b) Efekti takmičenja/ prestiž; ubrzana gradnja: lokalne prodavnice, restorani, komercijalni operatori i sl.
- c) Relokacija tradicionalnih usluga zbog ustupanja turističkim djelatnicima

Venecija je očiti primjer grada koji je zbog masovnog turizma znatno izgubio svoju autentičnost i tradicionalni uslužni identitet; iščezle su zanatske i trgovinske funkcije grada i zatvorene su pekare, obučarnice, klaonice, zelenare i dr. Umjesto toga, otvorene su brojne karnevalske prodavnice sa „kič“ produktima za turističke zabave (plastične maske i kostimi, i dr.). „Turizam je postao monokulturni ekonomski pokretač grada. Tržište rada se znatno suzilo, pa je teško naći posao izvan sektora turizma, što uzrokuje da društveno tkivo gubi svoju "socio-ekološku" komplektnost. Venecija postaje neka vrsta *Company Towna*, čiji razvoj zavisi samo od turizma. Ovo ne utiče samo na privrednu razinu, već i na društvenu, kulturnu i ekološku razinu, stvarajući unutarnji jaz između onih koji su zaposleni (i zainteresirani) u turizmu i onih koji nisu. Očito, postoje nijanse u ovom rascjepu, jer postoje i druge skupine koje su zainteresirane za turizam osim službenih zaposlenika, na primjer, ljudi s nepunim radnim vremenom u prehrambenim uslugama (uglavnom studenti), ljudi s poslom (u drugom sektoru) koji iznajmljuju smještaj turistima, a posebno mala galaksija nekvalificiranih pozicija (na primjer, dočekivanje ljudi za *Airbnb* ili druge *peer-to-peer* platforme, osoblje za čišćenje i radnici za događaje, itd.). Ova jukstapozicija između onih koji imaju izravne ili neizravne interese u turizmu i onih koji su isključeni iz turističkog poslovanja pogoršava suprotnosti, fragmentira društvenu koheziju i podiže nivo protesta oko gradske turističke rasprave“ (Bertocchi, Visentin, 2019).



*Sl.27. Venecijanski karneval, Grand kanal, Venecija
(Atlas Obscura)*

5.5. Atak hotelijerstva na resurse, energetiku i ambijent

Negativni impakti hotelijerstva na životnu sredinu manifestuju se atakom na vodene, mineralne i drvene resurse, energetiku, pejzaže i ukupni ambijent.

Za potrebe arhitektonske i građevinske izgradnje, uređivanja i dekorisanja hotela, koriste se razni materijali: drvo, minerali i stijene, plemeniti metali (zlato, dragulji i dr.), itd. Npr. *Burj Al Arab* (Dubai) je "prvi svjetski hotel sa sedam zvjezdica" i često se smatra jednim od najluksuznijih na svijetu. Apartmani su prostrani i pozlaćeni, prostiru se na dva sprata, i s mnoštvom zlatnih elemenata. Donji dio ima dnevni boravak, trpezariju i biblioteku. Ono što ih povezuje je zamršeno stubište, s 24-karatnom pozlatom, ispod 24-karatnog pozlaćenog stropa.

Osim luksuznih hotela u arapskom kraljevstvu (UAE, KSA i dr.), popularni su zlatni hoteli i u drugim dijelovima svijeta; *Hanoi hotel*

(Vijetnam) tzv. „prvi pozlaćeni hotel u svijetu“ od 24-k zлата, čak su i sanitarije od čistog zлата (kada i dr.). U skupocjenim hotelima odsjeda najbogatija klijentela svijeta (članovi kraljevske porodice, visoke diplomatije, slavne ličnosti: Bruno Mars, Justin Bieber, i dr.).



Sl.28. Veliki ulaz u Burj Al-Arab
(Architectural Digest)

Arhitektonska vrijednost najluksuznijih hotela u svijetu iznosi čak i po nekoliko milijardi američkih dolara. Npr. *Abraj Al-Bait* (Mekka) je državni kompleks od sedam neboderskih hotela lociranih pored najveće svjetske džamije i najsvetijeg mjesta islama, Velike džamije u Meki. Središnji toranj, Kraljevski toranj sa satom u Meki, sadrži Muzej tornja sa satom na svoja četiri gornja sprata. Toranj također ima dvije velike sobe za molitvu (jednu za muškarce, jednu za žene) i hotel kojim upravlja Fairmont kako bi se osigurao smještaj za milione hodočasnika koji godišnje putuju u Meku kako bi sudjelovali u hadžu. Investitor i izvođač radova na kompleksu je Saudi Binladin Group, najveća građevinska tvrtka u

Kraljevstvu. Ne samo da je Abraj Al Bait najviši hotel na svijetu (601 m ili 1972 stope), već je i najskuplja zgrada na svijetu s ukupnom cijenom izgradnje od 15 milijardi USD.



Sl.29. Abraj Al-Bait, Meka, KSA
(The Luxury Travel Expert)

Neželjeni učinci hotelijerstva na vodene resurse mogu biti: porast potrošnje vode, nestašica i redukcija vode, otpadne vode (vodeni sistemi/ akvaferi su receptori), ili polucija podzemnih voda zbog neadekvatnog odlaganja hotelskog otpada i sl.

Potrošnja vode u hotelima je neuporedivo veća nego u domaćinstvima; „100 hotela potroši 15.000 m³ vode za oko 2 mjeseca, što je dovoljno za 100 gradskih porodica u 2 godine“ (Leung et al., 2014). Hoteli troše 84-2000 litara na dan po turisti, a najviše (oko 55%) otpada na osnovne aktivnosti: tuširanje, spiranje WC, pranje veša, kao i punjenje bazena i spa programi. Ranije je prikazana struktura potrošnje vode u hotelima (vidi poglavlje *Negativni geokološki impakti turizma- „Nestašica i polucija vode“*). Zeleni hoteli imaju maksimum ekoloških atributa, pa je i štednja vode veća; oni čak praktikuju korištenje kišnice za spiranje WC-a i sl. Na primjeru sarajevskih lux hotela (Hills, Malak,

Swisotel, Radon Plaza, Austria i Bosna), eko atributi čine preko 50%; kišnica se ne iskorištava, ali se upotrebljavaju filter sistemi za efikasno korištenje voda 60%, mada sanitarna oprema nije u potpunosti eko-tipa 30-80%, zavisno od hotela do hotela.

Turizam, hotelijerstvo i ugostiteljstvo koriste ogromne količine energije za razne potrebe: smještaj, prevoz, priprema hrane i pića, zabava, specijalni tretmani, uređenje ambijenta i komfora (rasvjeta, zagrijavanje, hlađenje, ozvučenje i sl.).

„Hotelska industrija predstavlja jednu od energetske i resursno najintenzivnijih grana turističke industrije. Značajne količine energije troše se na pružanje udobnosti i usluga gostima, od kojih su mnogi navikli i spremni platiti za ekskluzivne pogodnosti, tretmane i zabavu“ (Bohdanowicz et al., 2001).

Turistički impakti na destinacijski energetske sektor i GHG emisije: rezidencijalni sektor (energija koju troše turisti i radnici u smještaju); putnički transport (energija koju troše turisti i radnici koristeći privatni prevoz); komercijalna, industrijska i institucionalna (energija koju troši poslovanje obezbjeđujući radnicima i turistima usluge i proizvode, kao i snabdjevajući druga turistička preduzeća); administrativne zgrade i infrastruktura (energija koja se koristi za pružanje administrativnih usluga turistima i radnicima); javni prevoz (energija koja se koristi za gradski transport turista i radnika) (Krstinić-Nižić et al., 2016).

Turistički saobraćaj prednjači, a turističke institucije, hoteli, turoperator i agencije, ugostiteljstvo, zabavni parkovi, sportski tereni i dr., svi skupa doprinose potrošnji energije; npr. za vožnju dugu 2500 km, turistički autobus troši 875 megadžula po osobi, što je znatno manje nego li auto sa jednom osobom koje troši čak 7200 megadžula.

Müller navodi da je učešće turizma u ukupnoj potrošnji energije u Švicarskoj iznosilo oko 11%, tj. na 3. mjestu u odnosu na druge privredne grane (1990). Među uslužnim sektorima u turizmu,

najviše energije potroši saobraćaj 47%, hotelijerstvo 34% i restorani 19%. Među rekreativnim sadržajima, najviše energije se potroši na bazene i klizališta s vještačkim snjegovom i ledom.

Prema Bohdanowicz et al., hotel se može promatrati kao arhitektonska kombinacija triju različitih zona, od kojih sve služe izrazito različitim svrhama:

- a) Područje gostinjske sobe (spavaće sobe, kupaonice/tuševi, WC)- pojedinačni prostori, često s velikim ostakljenjem, asinhronim korištenjem i različitim energetskim opterećenjima;
- b) Javni prostor (repcija, predvorje, barovi, restorani, sobe za sastanke, bazen, sauna itd.)- prostori s visokom razmjenom topline s vanjskim okolišem (veliki toplinski gubici) i velikim unutarnjim opterećenjem (stanari, uređaji/oprema i rasvjeta);
- c) Servisni prostor (kuhinje, uredi, skladišta, praonice rublja, prostorije za osoblje, strojnarnice i drugi tehnički dijelovi)- energetski intenzivna područja koja obično zahtijevaju naprednu obradu zraka (ventilacija, hlađenje, grijanje).

„Potrošnja energije značajno varira između različitih vrsta hotela, a na nju utiče veličina hotela, klasa/kategorija, broj soba, profil korisnika (gosti koji dolaze poslovno/na odmoru), lokacija (ruralno/udaljeno ili urbano), klimatska zona, kao i vrsta usluga/aktivnosti i pogodnosti koje se pružaju gostima“ (Bohdanowicz et al., 2001).

Tab.26. Energetska potrošnja zavisno od veličine hotela prema Bohdanowicz et al. (2001)

| | Struja (kWh/m ² godišnje) | Ukupna energija (struja + gorivo) (kWh/m ² godišnje) | Topla voda (kWh/m ² godišnje) |
|---|--|--|--|
| <i>Veliki hoteli</i> (s preko 150 soba) s klima uredajima, vešeraj, i unutrašnji bazeni | <165 do >250 | <365 do >550 | <220 do >320 |
| <i>Srednji hoteli</i> (50-150 soba); vešeraj, zagrijavanje i klima u pojedinim područjima | <70 do >120 | <260 do >380 | <160 do >220 |
| <i>Mali hoteli</i> (4-50 soba); vešeraj, zagrijavanje i klima u pojedinim područjima | <60 do >100 | <240 do >340 | <120 do >160 |

(Autor¹⁵)

Prema tabeli energetske potrošnje, veliki hoteli su najveći potrošači u sve tri kategorije: struja, ukupna energija (struja i gorivo/ pogon), i topla voda, što se naročito pozna na potrošnji struje.

Tab.27. Godišnji prosječni intenzitet korištenja energije (EUI) za hotelske zgrade u različitim dijelovima svijeta

| | London, UK (1988) | Ottawa, Canada (1991) | Oslo, Norway (1993) | US (1995) | Hong Kong (1995) | Sweden (1999) |
|---|-------------------------|-----------------------------|---------------------------|--------------|------------------------|------------------|
| EUI, kWh/m ² (energy) | 715 [4] 322 [11] | 688.7 [4] | | 401 [4] | 564 [4] | 100–200 [9] |
| EUI, kWh/m ² (electricity) | | | 282 [10] | | | |

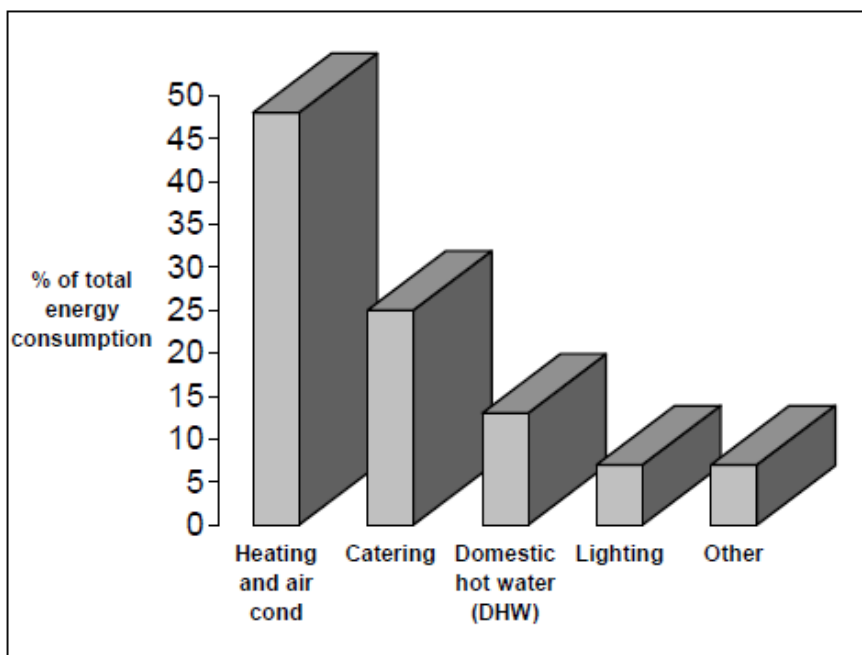
(Bohdanowicz et al., 2001)

Prema grafikonu godišnjeg prosječnog intenziteta korištenja energije u hotelima u različitim dijelovima svijeta, zaključuje se da vanjske klimatske prilike imaju odraza na potrošnju električne

¹⁵ tabelarena obrada i prevod

energije, pa je manja u zemljama u kojima je potrebnije zagrijavanje nego rashlađivanje (npr. Švedska); klima uređaji za rashlađivanje veći su potrošači.

Na primjeru sarajevskih lux hotela, koriste se efikasni sistemi zagrijavanja preko 80% i obnovljivi izvori energije 50%, zahvaljujući povoljnoj lokaciji hotela na JZ Sarajeva blizu termalnih voda, koje se eksploatišu za spa programe i zagrijavanje; potrošnja goriva je uglavnom održiva u radijusu od 200 km, jer hoteli sarađuju sa lokalnom zajednicom i koriste domaće proizvode, pa smanjuju troškove i emisije transporta; ušteda električne energije iznosi preko 50% zahvaljujući efikasnom sistemu uštede (smart kartice, LED TV i dr.).



Grafikon 33. Struktura korištenje energije u tipično hotelu
(Bohdanowicz et al., 2001)

Prema gornjem grafikonu, hoteli najviše energije troše na klimatiziranje ambijenta (zagrijavanje i rashlađivanje) oko 45-50%, catering oko 20-25%, potrošna topla voda oko 10-15%, rasvjeta 5-10% i dr.

Na primjeru američkih hotela (SAD), potrošnja struje po sobi iznosi preko 2000 USD godišnje; u strukturi potrošnje električne energije, najviše otpada na rasvjetu 57%, rashlađivanje 10%, zagrijavanje 6%, hlađenje-frižideri 5%, ventilacija i PC oprema po 2%, itd.

“Glavni uzročnici otpada u slobodnom vremenu i turizmu su: smještaj i opskrba, velike priredbe, industrija sportskih potrepština, turoperatora, zračne kompanije” (Müller, 2004). U hotelijerstvu najveći dio otpada nastaje u kuhinji (ambalaže od hrane, konzerve, staklo, ostaci jela i dr.), ofisima (papiri, markeri, toneri o dr.) i sobama (ambalaže od higijenskih sredstava i hemikalija, istrošeni materijali i dr.); od velikih priredbi, fudbalska prvenstva zbog velike posjećenosti znatno doprinose stvaranju smeća; sportski rekviziti i oprema, ukoliko nisu reciklirajući pogodni, doprinose stvaranju otpada; kod zračnih prevoznika, 48% ukupnog otpada čini hrana na avionu (npr. Lufthansa), dok na švicarskom Cirihi aerodromu hrana učestvuje u ukupnoj strukturi otpada čak 60% (1995). Za vrijeme turističkih posjeta stvaraju se povećane količine otpada, koji se može primjetiti uz ceste, na izletištim, na obalama, u rijekama, čak i na udarnim turističkim lokalitetima, zavisno od politike zbrinjavanja otpada, ekološke svijesti ljudi i opće uređenosti zemlje (obično su ovi problemi prisutniji u destinacijama u razvoju); divlje deponije u UNESCO-vom historijskom Kairu (Egipat), uprkos impozantnom kulturnom bogatstvu, znaju biti faktor razočarenja za turiste- u literaturi se, nažalost, ovaj čuveni centar islamskog svijeta, “grad sa 1000 munara”, spominje i u negativnom kontekstu- “grad smeća”.

Turizam utiče na stvaranje 1kg otpada po gostu dnevno (IUCN). “U BiH, hoteli svake godine odlažu 600.000 tona kompostnog

otpada od hrane; količina proizvedenog komunalnog otpada (industrija, trgovina i uslužne djelatnosti) za 2010. godinu iznosila je 1.521.877 tona, što iznosi 396 kg po osobi godišnje ili oko 1,1 kg po gostu na dan” (Žunić, 2019). Na primjeru sarajevskih lux hotela, vodi se računa o sigurnom odlaganju hazardnog otpada daleko od vodenih izvora; upotreba refilirajućih šampona iznosi preko 80%; ekološki ili biorazgradivi toaletni papir 50%; međutim, nema tematskih kontejnera/ kanti za selektivno odlaganje otpada po sobama, što bi predstavljalo značajan ekološki pomak, jer hoteli na ovaj način značajnije kontribuiraju u procesima reciklaže i sl. Muller navodi da se dosljednim sortiranjem otpada može postići smanjene troškova do 90%.

Hotelijerstvo značajno utiče na izmjenu ambijenta, naročito invazivni hotelsko-ugostiteljski razvoj, koji je uzročnik prevelikoj degradaciji ambijenta (kako je, nažalost, demonstrirano na primjeru nekih bosanskih planina i sl.). Problem takođe predstavlja kvantitet hotelijerstva i redukcija kvalitete. „Postoje određene diskusije u vezi kvaliteta razvoja smještajne infrastrukture u turističkoj destinaciji Sarajevo. Bibanović ističe kvantitet vs. kvalitet zbog slabe zastupljenosti hotela sa 5*. Međutim, u zadnje vrijeme su utvrđeni pozitivni pomaci podizanja i restauracije određenih prvoplasiranih hotela, npr. hoteli Bosna i Austrija na Ilidži“ (Žunić, 2018).

5.6. Turistička transkulturacija i krize lokalne zajednice

Negativni impakti turizma pogađaju komponente tradicije, stanovništva, opće društvene stabilnosti. Najveće promjene dešavaju se upravo u receptivnim destinacijama, gdje se lokalci suočavaju sa određenim konotirajućim efektima masovnog turizma. Negativni socio-kulturni impakti turizma na lokalno stanovništvo ili lokalnu zajednicu su:

- a) Disrupcija tradicije i kulture

- b) Psihički uticaji zbog turističke demonstracije i uvrede; turistička ksenofobija
- c) Destabilizacija društva uslijed porasta kriminaliteta
- d) Tenzija i manjak samopouzdanja lokalne uloge u turizmu

5.6.1. Disrupcija tradicije i kulture

Negativne posljedice turizma na tradiciju prepoznaju se kroz organizaciju raznih ceremonija za turiste. Osjete se promjene u umjetnosti, zanatu, oblačenju, festivalima za turiste, i invaziji tradicionalnih i svetih lokaliteta. Turizam može biti razlog netradicionalnih ceremonija (razni karnevali, parade i sl.), devastacije tradicionalnih zanata (uvoz nekvalitetnih proizvoda i nevjerodostojnih replika iz drugih zemalja), internacionalizacije muzike, nošnje, ishrane i sl., kao i generalno akulturacije i transkulturacije, u smislu gubitka tradicije ili njene izmjene u kontaktu sa turističkom klijentelom.

Dakle, turizam doprinosi komercijalizaciji kulture; „komercijalizacija ili komodifikacija kulture predstavlja pojednostavljene, upakirane pojmove kulture i u nekim je slučajevima rezultirala gubitkom autohtonih prava i kulture; primjeri su proizvodnja i prodaja suvenira, zabava turista kroz bastardizirane rituale i korištenje kulturnih ikona u komercijalnim nastojanjima“ (Encyclopedia UIA). Npr. Venecijanski karneval (od 1162.), kao simbol pobjede Mletačke Republike nad svojim neprijateljem: patrijarhom ili Akvilejom, koji se tradicionalno slavi na Trgu Svetog Marka, ima višemilionsku posjećenost, a slavljenci su kostimizirani, nose plastične maske, korsite se razni rekviziti i baloni, itd.; prosto rečeno, masovna „kič“ maskarada i urnebes u gradu, potpuno suprotno idiličnom tradicionalnom životu.

„Primjer Inka (Machu Pichu-Istočni Andi-Peru); eksploatacija kulture Inka i dozvoljene promjene uz malu dobit za ovo stanovništvo; praktikuje se posjeta svetima građevinama mimo dobre volje Inka zbog njihovih vjerovanja (povreda duhovnih

prava)“ (Leung et al., 2014). Da bi smo razumjeli kako turističke posjete mogu biti povreda duhovnih prava, potrebno je poznavati religiju Inka: iz perspektive Inka, ljudi su dijelili ovaj svijet s bogovima, precima i duhovima krajolika. Kako bi se osiguralo zdravlje i prosperitet ljudskih zajednica, morali su se održavati odnosi s tim nadnaravnim silama kroz opetovane darove hrane, kukuruznog piva i drugih vrijednih stvari. Inke vjeruju da se bogovi, duhovi i davno umrli preci mogu očitovati na zemlji u obliku prirodnih obilježja kao što su planinski vrhovi (apu), rijeke, izvori, pećine, stjenoviti izdanci, pa čak i kamenje neobičnog oblika. Ta su se mjesta ponekad modificirala kako bi se naglasila neobična obilježja i tretirala su se kao svetišta s posebnom moći uticaja na stvarnost. Bili su poznati kao *huacas* (*wak'a*) i, u slučaju kamenja, odnošeni su na sigurno čuvanje u palate i grobnice, ponekad čak i transportirani u vojne pohode. Ljudi su na huacama ostavljali darove, osobito školjke, tekstil, koku, dragocjenost, glinene figurice, a prinosile su se žrtve, najčešće lame i zamorci. Sad možemo zamisliti koliko turista „skače“ preko kamenih blokova matičnog grada Inka, dok oni strahuju da enormna vrea ne uznemiri duhove koji spavaju upravo u tom kamenju...

Kako se turizam može negativno odraziti na umjetnost? Primjer: tradicionalna izrada suvenira predstavlja autentičnu narodnu umjetnost, ali ista može biti zbog turističke invazije ugrožena. Problemi mogu biti: nedostatak resursa: *materijalnih* (materijali i alati za tradicionalnu izradu), i/ ili *humanih* (radna snaga koja poznaje tradicionalne zanate, kod nas „esnaf“- samostalni obrtnici koji se bave tradicionalnim zanatstvom); nedovoljna podrška vlasti (veliki porez, nema subvencija, slaba promocija, slaba prođa i dr.); veliki priliv turista i porast potražnje; manjak kapaciteta domaće proizvodnje suvenira; manjak ponude tradicionalnih suvenira na domaćem tržištu; uvoz suvenira kako bi se nadomjestio manjak. Bosanski, pa tako i sarajevski esnaf (kazandžije- bakarno posuđe i suveniri od bakra; kujundžije- nakit od zlata i srebra; sarači- sedlari i kožna galanterija; sahačije- satovi, itd.), su takođe ugroženi, što se

potvrdilo u razgovoru s nekoliko zanatlija na Bačaršiji; naveli su kao glavni problem mali interes i što je ostalo svega malo ljudi koji se bave tradicionalnim zanatima, jer im se ne isplati; izrada bakarnog i kalajisanog posuđa, bakroreza, drvoreza je zahtjevna i skupa, zbog čega se ti nedostaci prevazilaze na dva načina: a) djelimična pomoć kroz sufinansiranje zanatlija, b) povećani uvoz suvenira iz nereceptivnih, nedomesticilnih zemalja, npr. iz Turske i Kine. U sarajevskoj destinaciji, osim kod samostalnih obrtnika na turističkim lokalitetima, moguće je kupiti razne suvenirne predmete u domaćim prodavnicama (Hoše, Amko, Bingo i dr.), često krajnje pojednostavljene verzije ili totalno „loše replike“; neki predmeti turističke namjene čak imaju deklaraciju da su proizvedeni u Turskoj, pri čemu predstavljaju površno simboličan, a nipošto autentičan odraz narodne umjetnosti BiH- primjer- suvenirna tabla/ tacna s bosanskim motivima:



Sl.30. „Suvenirna“ tabla s bosanskim motivima (inauth.)

(Autor)

Turizam znatno doprinosi internacionalizaciji muzike, a puštanje popularne muzike sa svjetske scene na turističkim lokalitetima predstavlja svojevrsno zapostavljanje tradicionalnog muzičkog

stvaralaštva i domaćeg auditorija. Strana muzika, koja nije tipična za tu sredinu, ne pruža realne mogućnosti da se osjete domaće čari i tradicionalnost ambijenta. Osim toga, turizam podstiče razvoj ugostiteljstva, pa se nepromišljeno pušta strana muzika u brojnim kafićima u centru grada i sl.- svi kao da se takmiče čija će nadjačati kako bi privukli goste- primjer: centar Sarajeva (suprotno tome, zvuk tradicionalne muzike bi mogao biti vodeći „pull factor“).

5.6.2. Psihički uticaji turističke demonstracije i uvrede; turistička ksenofobija

Psihologija lokalnog stanovništva u receptivnoj destinaciji može biti osjetljiva u kontaktu sa turistima. Psihički uticaji na lokalce mogu biti posljedica turističke demonstracije i potencijalne uvrede.

❖ „*Demonstrativni uticaj*: lokalni ljudi mogu pokušati imitirati turiste, što ima loš odraz; određeni lokalci pokušavaju imitirati turiste u govoru, odijevanju, izgledu ili stilu života- tako se gubi vlastita kultura i tradicija (opijanje i dr.); poremećaj obiteljskog života“ (Leung et al., 2014). Demonstrativni efekat je fenomen u kome lokalni stanovnici usvajaju stilove i navike koje su zapazili kod turista posjetilaca (Common). Demonstrativni efekat je pojava kada autohtone i ruralne zajednice i kulture adaptiraju zapadnjački stil i ponašanje koje su opservirali kod turista posjetilaca kroz demonstraciju i interakciju (McClary, 2008).

McClary identifikuje demonstrativne uticaje na lokalnu zajednicu:

- a) *Akulturacija*- promjena komponenti kulture uslijed stranog uticaja);
- b) *Globalizacija*- opadanje nerazvijenih područja uslijed porasta dostupnosti transporta ljudi i proizvoda;
- c) *Modernizacija*- unaprijeđena infrastruktura, naprednija privreda, i promjene u vrijednostima po cijeni nezavisne kulture lokalne zajednice.

„Nedostaci demonstrativnog efekta za turiste su što privremeni boravak i površni kontakt mogu rezultirati irealnim impresijama i romantizirajućim perpetuacijama destinacije i svakodnevnog života lokalaca, što zauzvrat može povećati njihovu eksploataciju; nedostaci demonstracije za lokalce su što se moraju suočavati s gužvom, i promjenom životnog stila tokom turističke sezone, kao što su dugi radni sati, ili zbližavanje sa stranicama koji su došli na odmor“ (Gunesch, 2017).

Pošto turizam nalaže da se udovoljava gostu pod svaku cijenu, kako bi se ispunile svačije želje i zahtjevi, mnoge receptivne turističke destinacije uvode novine koji nisu tipične za njihovu kulturu. Npr. svjetski hotelski lanci sa sobom obavezno donose i bogati asortiman alkoholnih pića, a poslužitelji za alkohol-barom su pretežno lokalci, čija religija možda ne podržava alkohol (npr. muslimanima je zabranjen); popularno je i da hotel ima razne tipove restorana i kuhinje, pri čemu internacionalni treba da omogući raznovrsniju ponudu, koja ne mora biti kompatibilna s lokalnom kulturom (svinjski specijaliteti nađu se na meniju i u destinacijama sa poglavito muslimanskim ili jevrejskim stanovništvom, uprkos religijskoj restrikciji). Uporedo s takvim procesima, lokalnom stanovništvu postaju dostupne nove stvari, pa mogu doći u iskušenje da ih isprobaju i da zanemare svoja religijska uvjerenja i tradiciju; u literaturi se navodi da je turizam uzročnik porasta stope alkoholizma u mnogim područjima svijeta. Primjeri: prilikom boravka u Susu (Tunis), *Tour Khalef* hotel, na zahtjev gostiju iz Rusije, spremljena je svečana večera na bazi svinjskih specijaliteta u hotelskom restoranu; prilikom boravka u Tunisu i Turskoj, koji inače slove za muslimanske zemlje, primjećeno je da je alkohol postao navika određenom broju lokalaca, naročito zaposlenicima hotela i sl.

Ranije je pomenuto da turizam modernizuje mjesto, pa se tako uvozi i roba koja nije karakteristična za neko područje (osim hrane i pića, odjeća i dr.); najočitiji odjevni primjer je „jeans“, koji je postao globalno popularan, čak i u prilično konzervativnim

društvima; npr. Egipćanke uživaju nositi *stretch* farmerice uprkos hidžabu. Osim modernizacije hrane i nošnje, turizam doprinosi i liberalizaciji odnosa i promiskuitetu; promiskuitet znači „imati ili karakterizirati s mnogim prolaznim seksualnim odnosima; demonstriranje ili impliciranje neselektivnog pristupa; neselektivno ili ležerno“ (Oxford); među turistima su ljudi različitog statusa (bračni i vanbračni parovi, samci i dr.), ali i različite kulture, rase, pojavnost, stil života; sve su to izazovi za kojima se može povesti lokalno stanovništvo, pa IUCN navodi da je turizam uzročnik porasta stope promiskuiteta i disrupcije porodičnog života (gube se tradicionalne i moralne vrijednosti).

Turizam može biti uzrok i zapostavljanju maternjeg jezika i implementacije stranog jezika u državni sistem, naročito engleskog kao svjetskog jezika; u nekim čuvenim destinacijama, engleski je, uz maternji, obavezni jezik, npr. UAE, Indija, Malezija, Maldivi.

❖ „*Uvreda lokalnog stanovništva*: kada se suočava sa neprimjerenom turističkom klijentelom“ (Leung et al., 2014), koja ne poštuje pravila određene kulture. Neki turisti se znaju odnositi disrespektno prema lokalnim kulturama, tradicijama i običajima i tako mogu direktno uvrijediti lokalce; osim neznanja ili neinformisanosti, uvreda može biti čin lične nekulture i nepoštivanja drugih, kada se prosto ogлуši na pravila (na specifičnim sajtovima, turistima se uruče edukativni prospekti, a vodiči skrenu pažnju na neprimjerene oblike ponašanja). Primjer: prilikom posjete beduinskom selu u Arapskoj pustinji (Hurgada, Egipat, 2012), uprkos napomeni lokalnog vodiča da strani turisti-parovi- ne razmjenjuju svoje emocije fizičkim kontaktom (poljupci, zagrljaji, dodirivanje), jer se radi se o vrlo pobožnoj muslimanskoj komuni (imaju svoje šatore, duhovnog poglavara- šejha, lokalnu džamijicu usred pustinje i sl.), a islam inače ne podržava takvu praksu, ipak se našao promiskuitetni par iz Srbije koji nije gubio priliku za neprihvaćene oblike ponašanja u ovoj sredini unatoč

upozorenjima (nedolično ponašanje zapaženog para nipošto ne osuđuje ostatak grupe turista iz Srbije).

Kod nas u Sarajevu, primjer može biti nepoštivanje Gazi Husrevbegovog harema, u kome se nalazi čuvena Begova džamija, turbeta alima, centralni šadrvan za abdestenje i pojedinačne abdesthane za muškarce i žene, itd., ali je pristup slobodan bez kontrole i naplate; harem džamije je po pravilu duhovni objekat u kome se okupljaju vjernici radi molitve, uključujući pripremne obrede (abešćenje-propisno pranje dijelova tijela). Međutim, kako ne postoji restrikcija ulaska, u haremu je svakodnevno gužva (kongestija), turisti vrve u haremu kako bi posjetili Begovu džamiju, a neki lokalci ga čak koriste i kao prečicu; ne poštuju se pravila propisnog odjevanja, buka uglavnom uznemirava i ometa vjernike u sprovođenju obrednih i molitvenih radnji, možemo reći povreda duhovne skrušenosti. U većini muslimanskih zemalja u svijetu (npr. Mina džamija u Hurgadi), ulaz u harem je strogo kontrolisan, postoji prijemna recepcija, a turistima se na ulazu dodijeli propisna kabanica s kapuljačom (adekvatna zamjena za džilbab i hidžab); obilazak je dostupan svim zainteresiranim bez obzira na religijsku pripadnost.

❖ *Turistička ksenofobija*: Demonstracije i uvreda lokalnog stanovništva mogu implicirati razvoj ksenofobije. U kontaktu sa stranim turistima mogu se poljuljati koncepti izvorne religije i tradicije. Zanimljivo je da u turističkom sektoru u nekim zemljama rade isključivo muškarci, dok je to sramota za žene (npr. Egipat), zbog čega se muški spol suočava sa znatno većim izazovima; radnici dolaze u interakciju sa slobodnim ženama iz raznih dijelova svijeta, koje drukčije izgledaju i pretežno žive zapadnjačkim stilom života; liberalne su i dostupne, što dovodi do raznih iskušenja, porasta promiskuiteta, slamanja brakova ili opadanja broja sklopljenih brakova, napuštanja zemlje (odlazak u inostranstvo) i dr. Kroz ovu vrstu kontakata i interakcija, turizam predstavlja faktor opadanja religioznih, duhovnih i moralnih vrijednosti, pa i slabljenja patriotizma i porasta stope emigracije- neki lokalci vide

vezu sa strankinjom kao priliku za bijeg iz svoje siromašne zemlje; “prema UNDESA, komercijalni turizam je pokretač emigracija izlažući siromašne zajednice bogatim posjetiocima iz inostranstva, što im podstiče ideju da bolji život može biti pronađen u stranim zemljama” (Žunić, 2022). Ekstremni poduhvati borbe protiv internacionalnog turizma vidjeli su se na primjeru Egipta za vrijeme jednogodišnje vladavine petog predsjednika- Mohamed Mursija (30.06.2012-03.07.2013.)- koji je tokom revolucije („Arapsko proljeće“) planirao „zatvoriti“ vrata Egipta za drukčiji svijet zapadnjačke kulture; ideja je bila banirati (zabraniti) strani turizam, a razvijati domaći turizam, kao sigurniju alternativu da se spasi tradicija i religija i očuvaju moralne vrijednosti egipatskog društva.

5.6.3. Destabilizacija društva uslijed porasta turizma i kriminala

Porast turizma dovodi do destabilizacije lokalne zajednice jer povećava kriminalitet, prostituciju, prosjačenje, kockanje, alkoholizam i droge. “Turizam se smatra katalizatorom kriminaliteta bilo direktno (kroz kriminalne radnje turista) ili indirektno. U Liu i Vari studiji samo 37% Havajaca misli da turizam učestvuje u porastu stope kriminala, iako većina smatra da su određene vrste kriminalnih radnji kao što je prostitucija porasle zbog turizma (Moore & Berno, 1995).

Prema Tarlowu, turisti mogu postati žrtve zločina, mogu biti saučesnici u raznim prijestupima, a mogu počiniti prekršaje protiv turističke infrastrukture i osoblja (Lisowska-Kierepka, 2017). Turisti kao žrtve kriminala, npr. u terorističkim napadima su meta jer predstavljaju strane kulture, ili su jednostavno lahak plijen. Međutim, turisti kriminalci povezuju se s kriminalnim radnjama kao što su šverc robe, uvoz zabranjenih dobara (npr. slonovače) i crno tržište razmjene novca; mogu biti i turisti s kriminalnom namjerom kao što je razmjena droge, terorizam i organizirane kriminalne akcije; neki specijalni turistički produkti mogu biti

dozvoljeni u jednoj, a zabranjeni u drugoj destinaciji (sex ture u Aziji, opijum ture u sjevernom Tajlandu). Kriminalni incidenti mogu rasti i uslijed opijanja za vrijeme odmora” (Moore & Berno, 1995).

Tab.28. Veza turizma i kriminala prema Lisowska-Kierepka

| Vrsta | Generalni zaključci |
|--|--|
| <i>Utjecaj turizma na zločin, zločin u receptivnim područjima, i njihova međuzavisnost</i> | <ul style="list-style-type: none"> - turisti mogu biti lakše mete kriminalcima od lokalnog stanovništva; - ponašanje turista čini čestu metu krađa; - utjecaj turizma je različit za različite vrste kriminala; - kriminal je više povezan s turizmom u velikim, prepunim gradovima; - vrste posjeta s obzirom na vrste atrakcije i nivo atraktivnosti, mogu imati značajan učinak na imidž kriminala u određenom području. |
| <i>Potencijalni utjecaj kriminala u turističko-receptivnim područjima na ekonomski razvoj zemalja koje žive od turističke industrije</i> | <ul style="list-style-type: none"> - percepcija sigurnosti s obzirom na stopu kriminala u raznim turističkim destinacijama ima veliki utjecaj na razvoj turizma i sigurnost turista; - gradovi s kockarnicama ili sličnim atrakcijama imaju tendenciju da generiraju nešto više stope kriminala; - važan element oblikovanja imidža turističke destinacije je njena slika percipirana od turista. |
| <i>Turistička percepcija sigurnosti i rizika od kriminala i percepcija sajtova koji su privlačni, ali istovremeno opasni</i> | <ul style="list-style-type: none"> - strah među turistima često je diktiran faktorima koji utiču na nivo anksioznosti; - osjećaj opasnosti ili sigurnosti prvenstveno proizlazi iz percepcije, iskustva žrtve i slike koju stvaraju mediji; - stavovi prema međunarodnim putovanjima, percepcija rizika i prihodi imaju direktni utjecaj na odabir odmarališne destinacije izvan redovnog mjesta stanovanja; - turisti će vjerojatnije postati žrtvama kriminala zbog činjenice da im je pažnja amnestirana od kriminala i sigurnosti; - anksioznost ili strah od zločina nisu dovoljni da odgode putovanje na određeno mjesto. |

(Autor¹⁶)

Tab.29. Počinitelji i žrtve zločina prema Tarlowu

| Zločini počinjeni od: | Zločini počinjeni protiv: | Primjeri: | Ciljevi: |
|-----------------------|--|---|--------------------|
| Turisti | Ostali posjetitelji, lokalni građani, osoblje iz turističkog sektora | Provale, krađe, pljačka, džeparenje | Uglavnom ekonomski |
| Građani | Posjetitelji | Napad, manje krađe, prevara, sitni kriminal | Uglavnom ekonomski |
| Turistička industrija | Posjetitelji | Ekonomska prevara | Ekonomski |

(Autor¹⁷)

¹⁶ tabelarna obrada i prevod; rezim.

¹⁷ tabelarna obrada i prevod; bazirano na Lisowska-Kierepka (2017)

U IUCN-ovim dokumentima za primjer destabilizacije lokalne zajednice uzete su muslimanske zemlje u svijetu: Iran, Maroko i dr., koje su se uporedo s rastom turizma součile s raznim kriminalnim problemima, inače netipičnim za konzervativna islamska društva. Seksualna eksploatacija žena i mladih je jedan od ozbiljnih problema. Prema rezultatima meta-analize studija, prevalencija (raširenost) seksualnog nasilja u Iranu bila je 28%, a u svijetu se procjenjuje na 17%, dakle iznad globalnog prosjeka. Seks turizam i trgovina ljudima u svrhu seksa u Iranu su u porastu. Jedan od uzroka tome je praksa „uzdisaja“ (*sigheh*“; “*nikah mut‘ah*”). S populacijom od 3 miliona, Mashhad je drugi po veličini grad u Iranu. Uglavnom zbog svojih šiitskih hodočasničkih mjesta, grad svake godine privuče oko 25 miliona stranih i domaćih turista. Nažalost, grad privlači i muškarce u potrazi za *sigheh*. *Sigheh* je vjerski odobrena legalizacija prostitucije; dopušta muškarcima da ožene ženu na unaprijed određeni vremenski period, imaju intimne odnose s njom, a zatim je napuste bez posljedica („provremeni brak“); iako se uzdah često opravdava moralnim terminima, u praksi je to zakonska rupa za prostituciju.

Međutim, možemo uzeti za primjer i najpopularnije turističke destinacije u svijetu, kao što je čuvena metropola zabave i noćnog života- Las Vegas- tzv. *Sin City/ Grad grijeha*, vodeći američki grad po zavisnosti od turizma, sa stopom kriminala od 30 zločina na 1000 stanovnika, što je čini znatno višom od državnog prosjeka u svim zajednicama u Americi, od najvećih do najmanjih.

Na primjeru Sarajevske turističke destinacije, „vlada stanje mira bez ratnih dejstava i drugih vajolentnih konfliktnih sukoba, nema terorističkih napada, sigurnosno-bezbjedonosna situacija je stabilna i pod međunarodnom kontrolom; ocjena javnog reda i mira u 2013. je zadovoljavajuća; većina krivičnih djela je u oblasti imovine oko 75%; najzastupljeniji prekršaji su prosjačenje oko 45%, tuča 17% i naročito drsko ponašanje 14%; najveći broj prekršaja učinjen je na ulici i drugim otvorenim prostorima 85%“ (Žunić, 2016). Uvidom

u Izvještaj MUP-a za januar 2023., uočeno je da je npr. procenat prosjačenja manji nego prije 10 godina oko 36%, ali je generalno porastao diverzitet i obim kriminalnih radnji, uključujući tabelu posjedovanja droge; pritom ne treba zanemariti pozitivne trendove turističkog razvoja Sarajeva i moguće neželjene impakte turizma upravo u sferi kriminala.

Među problemima destabilizacije je premještanje i ponovno naseljavanje rezidenata neusaglašeno sa turističkim razvojem. Može da se radi o konfliktu interesa po pitanju namjene površina, potencijalnoj prenamjeni i mogućem preklapanju stambenih i turističkih zona, što zavisi od državne politike, stepena demokratičnosti i prava glasa lokalnog stanovništva (prava turista s jedne, i prava lokalaca s druge strane); pošto turizam podiže cijene i inflaciju, ljudi se sami zbog visokih životnih troškova iseljavaju iz turističkih zona. Osim toga, relokacije ili pokušaj izgradnje novog imidža mogu biti prisutne na relaciji sa hotelima i turoperatorima, ukoliko su uključeni u ilegalne aktivnosti- izdavanje seksualnih usluga i dr. (promjena naziva hotela ili agencije, izmještanje, pitanje vlasništva i sl. malverzacije su prateći fenomeni). Ima slučajeva i kada određene kokarnice i kasina prerastu u moćne hotele, a znalo se dešavati da hoteli budu paravan za neke kriminalne radnje i sl.

5.6.4. Tenzija i manjak samopouzdanja lokalaca u turizmu

Tenzija i manjak samopouzdanja lokalne uloge u turizmu tiče se „nesnalaženja“ lokalne zajednice u turističkim tokovima. Određeni lokalci i stariji ljudi koji nisu aktivno uključeni u turističku industriju, mogu se na neki način osjećati ugroženo u vlastitom-receptivnom- području. U zavisnosti od starosne dobi, karaktera i individualnih sposobnosti čovjeka je i spremnost na nove izazove, koje turizam svakako donosi sa sobom (dručkija struktura poslova, novi objekti i sadržaji, veći promet u području i veće gužve, razne kulture se praktično okupljaju na jednom mjestu, itd.). Prilagođavanje osoba na neke nove trendove u podmakloj dobi je

težak proces naročito kada zbog turističke prestrukturacije ljudi mogu doći u poziciju da npr. izgube vlastiti privatni biznis (u trgovini, zanatstvu i dr.) zbog ustupanja mjesta turističko-ugostiteljskim gigantima i sl.; nije se jednostavno ponovo snaći i zaposliti, ili uvesti u neki potpuno drukčiji posao, koji uz to zahtjeva poznavanje stranog jezika i sl. Problem može biti i lokalnim zajednicama koje žive na margini globalizacije, imaju neki svoj jedinstveni svijet i nesavremenu kulturu i tradiciju koju ljubomorno čuvaju za sebe, pa nisu „otvoreni“ za turističke posjete. Ne moraju biti samo specifične etničke zajednice u pitanju, nekad to mogu biti i ljudi iz manjih provincijskih područja, koji radije čuvaju svoje privatne „sitne“ poslove (lokalne prodavnice, kafane i dr.) i uživaju u vlastitoj idili i harmoniji umjesto da im tu ambijentalnost pokvare golemi tržišni centri i velike gužve u njihovom mjestišcu, koje se dotada prilično izolovalo od nekih takvih procesa (primjer- film „*A Kindhearted Christmas*“ sa Jennie Garth u glavnoj ulozi, simbolično prikazuje sličnu situaciju u jednom takvom američkom gradiću).

VI NEGATIVNI EKONOMSKI IMPAKTI TURIZMA

6.1. Sezonski poslovi i nerentabilnost

Turizam utiče na razvoj raznih lokalnih poslova, ali ih je većina „ropska“, slabo plaćena i sezonska. Turistički poslovi su znatno zavisni od turističke sezone. Zbog toga u turističkom sektoru po pravilu ima više privremenih radnika nego u nekim drugim privrednim sektorima; prema podacima Eurostata, honorarni ili privremeni ugovori i poslovi do jedne godine u turizmu iznose 23%, dok u ne-finansijskim poslovnim djelatnostima oko 14-15%.

Sezonsko poslovanje može biti veliki teret za firme (hotele, agencije i dr.) kad treba održati profit van sezone; iskorištenost smještajnih kapaciteta bi trebala biti oko 30-40% na godišnjem nivou, kako bi bila rentabilna. Zbog toga su prisutni određeni ekonomski propusti, jer lokalni vlasnici turističkih preduzeća i dobavljači roba i usluga za turizam ponekad zloupotrebljavaju položaj- moguće malverzacije: neregistrovana firma („rad na crno“), neplaćanje poreza, neuredne i nepotpune prijave noćenja stranih gostiju i dr. Strani prihodi su najvažniji za domaće poslovanje, pa se upravo u tom segmentu pojavljuju nesrazmjerni gepovi u državnim statistikama mnogih zemalja. Na primjeru Sarajeva, komparacijom rezultata istraživanja na internetu i u službenom registru Ministarstva okoliša i turizma, broj i naziv smještajnih jedinica se ne poklapaju, jer ih ima više u kibernetičkoj domeni; osim toga, interne statistike noćenja kod određenih hotela se razlikuju od godišnjih izvještaja dostavljenih nadležnim organima; od strane određenih privatnih poduzetnika- ponuđača smještaja (izdavanje apartmana i sl.), potvrdilo se da svoje stalne goste ne prijavljuju preko Booking-a da ne bi morali platiti porez, a neki to čak uspjednu iskomunicirati putem mejla u preliminarnoj fazi- već pri prvoj registraciji smještaja. „Neki poslovi vezani uz turizam su nestabilni i visokorizični poduhvati koji su neodrživi“ (Kreag, 2001).

Problemi zaposlenosti u turizmu su:

- a) slabe plate
- b) nekvalifikovana radna snaga
- c) „ropski poslovi“
- d) strani privremeni radnici
- e) gubitak sezonskog posla

❖ *Male plate*; „turistička preduzeća često uključuju značajan broj slabo plaćenih poslova, često s minimalnom plaćom ili manje“ (Kreag, 2001); većina poslova u turizmu je slabo plaćena i potražuje slabe vještine s malom šansom za napredak i trening lokalnog stanovništva (poslovi spremača, nosača, čistača, poslužitelja, konobara i dr.).

❖ *Nekvalifikovana radna snaga*; na primjeru Sarajeva (Žunić, 2018), u turizmu je najzastupljenija srednja stručna sprema 67%, nepotizam je glavni vid zapošljavanja u hotelima i agencijama preko 51%, a na specijalističkim pozicijama, u značajnom broju slučajeva, rade ljudi koji nisu edukovani za turizam i hotelijerstvo (socijalni radnici, teolozi, trgovci, gimnazijalci, čak i zubotehničari).

❖ „*Ropski poslovi*“ 24-satna usluga za vrlo malu platu; iziskuju mnogo energije i oduzimaju previše vremena; zato je procenat mladih (15-24 godine) zaposlenih u turizmu veći nego u nefinansijskim poslovnim djelatnostima 13:9%; eksploatacija maloljetnika u turizmu je ozbiljan problem.

❖ *Strani privremeni radnici*, uvozi se radna snaga zbog nekoliko razloga: nedostatak raspoloživih ljudskih resursa; nedostatak struke; jeftinija uvozna radna snaga iz zemalja u razvoju; uvoze ženske radne snage (iz Rusije, Ukrajine i dr.), jer neke muslimanske zemlje ne dozvoljavaju lokalnim ženama rad u turizmu („sramota“), a nastoje ispoštovati principe etičnosti i demokratičnosti u turizmu (bez spolne diskriminacije, jednake prilike i dr.); „radna snaga može biti uvezena, a nezaposlena

lokalna, posebno ako su potrebne posebne vještine ili stručnost, ili ako lokalna radna snaga nije dostupna“ (Kreag, 2001); radi se o migracijama pod vođstvom turizma (TLM)- “primjeri uključuju kretanja mladih iz centralne Evrope na upražnjena radna mjesta u turističkom sektoru zapadne Evrope, i migracije muških radnika iz Južne Azije radi građevinskih zahtjeva turističkog cvjetanja u UAE” (Žunić, 2022); zemlje koje potražuju radnu snagu u turizmu snose administrativne i dr. troškove, ali i neke druge rizike (radnici drukčije kulture, odgovornost i kontrola useljenja, mogući interes radnika za stalno useljenje, itd.); zemlje koje šalju radnike radi turizma vani, trpe gubitak mozgova, mladih, muškaraca, ali i implikacije po pitanju spasa brakova na daljinu i sl.

❖ *Gubitak sezonskog posla*: varijacije godišnjih odmora, klima ili sezonske atrakcije dovode do gubitka posla tokom smanjene/ ili van turističke sezone; „poslovi u turističkim preduzećima su često sezonski, uzrokujući nedovoljnu zaposlenost ili nezaposlenost tokom izvansezone“ (Kreag, 2001); optimalni omjer stalnih i privremenih radnika je 60:40% (u korist stalnih), kako bi bilo održivo.

6.2. Turistička diverzifikacija i zavisnost od turizma

Problemi vezano za turistifikaciju odnose se na turističku diverzifikaciju privrede i zavisnost od turizma (monoprivreda), nejednaku raspodjelu beneficija i porast inflacije.

Iako *turizam diverzifikuje privredu*, dok raste broj poslova u tercijarnom sektoru, uglavnom se reduciraju poslovi u primarnom ili sekundarnom sektoru. „Turističke firme mogu tražiti zemljište koje bi moglo imati veću vrijednost ili drugu namjenu“ (Kreag, 2001). Međutim, cijena šansi za razvoj turizma može biti visoka, jer su možda poljoprivreda ili rudarstvo ipak unosnije; turizam jeste moderan trend, ali neka područja jednostavno nemaju kapacitet da ga prate (nedostatak turističkih potencijala, nerazvijena

infrastruktura, neisplativa zaduženja). Privatizacija u turizmu i prepuštanje područja stranim investitorima može biti rizično-primjer: masovna introdukcija svjetskih lanaca (koji generišu većinu prihoda) uz enormna zaduženja zemlje; „ne-lokalni vlasnici i korporacije mogu izvoziti profit iz zajednice“ (Kreag, 2001).

Zavisnost od turizma je isto tako rizičan faktor; ako lokalna privreda nije raznovrsna, ponuđivači usluga i proizvoda su ranjivi i pod rizikom da li ima isplativosti od posjeta. Prisjetimo li se Hunzikerove izreke „*turizam je najosjetljiviji seizmograf svih potresa u društvu*“, problem monoprivrede je tim bolje shvaćen. Uzmimo primjer negativnih efekata globalne pandemije COVID-19 na turizam, uvažavajući podatke WTTC za jednogodišnji period (2019-2020): gubitak prihoda od 4,9 biliona američkih dolara (pad od -50,4%); pad učešća sektora putovanja i turizma u globalnom BDP-u sa 10,3% (2019) na 5,3% (2020) zbog stalnih ograničenja mobilnosti; izgubljeno je 62 miliona radnih mjesta (pad od 18,6%); pad potrošnje domaćih posjetilaca od 47,4%; pad potrošnje međunarodnih posjetilaca od 69,7%. Ne moraju biti biološke katastrofe, mogu biti problemi sociološke prirode- primjer: revolucija „*Arapsko proljeće*“, koja je u arapskim državama započela 2011.; situacija se uglavnom stabilizovala do 2015. (mada ponegdje i dalje traju politička previranja i reforme), ali je poenta da je turizam „grohnuo“ u zemljama sjeverne Afrike (Tunis, Egipat i dr.), što je značajno unazadilo ukupnu privredu tih područja; u razgovoru s nekoliko turističkih radnika u Hurgadi, možemo samo suosjećati s njihovom boli i razočarenjem kad su ostali bez posla jer hoteli nisu radili 2 godine (a njima je to „vječnost“), grad je bio pust, a ljudi iz okolnih područja su se vratili u svoja mjesta jer su im propali poslovi u trgovini i dr.

Nejednaka raspodjela beneficija, radije između male elitne grupe nego između siromašnih ljudi, nastupa pretežno u zemljama u razvoju, gdje se turističko planiranje ne temelji na principima demokratičnosti i transparentnosti, bez bitnog udjela lokalne zajednice u turističkom razvoju. Iskorumpirana državna vlast sa

jakim lobijem i podobnim ljudima, kao i nedovoljno osvještana i nezainteresovana lokalna zajednica, glavni su razlozi masovne privatizacije zemlje i neodržive prodaje najboljeg zemljišta i najljepših pejazaža stranim investitorima; koristi uglavnom pakupe investitori i samo pojedinačni predstavnici vlasti, dok lokalna zajednica kontribuirala minimalno (kroz ropske poslove i eksploataciju „jednog radnika za 3 posla“, dok ostatak stanovništva čak nema pristup čuvenim rezidencijama rezervisanim za goste iz investitorskog „kraljevstva“). Prodaja zemljišta investitorima s Bliskog Istoka (Kuvajt i dr.) u Bosni i Hercegovini u proteklom periodu je često diskutabilna tematika, jer su prepoznate neke upravo takve tendencije, gdje su se turistička resort naselja smjestila u zelenim područjima gornjeg sliva Bosne, a pristup imaju samo lokalni uposlenici i bogata strana klijentela.

Inflacija: u regiji gdje turizam raste, turistička destinacija može postati preskupa za osoblje; „veća potražnja za robom, uslugama, zemljištem i stambenim prostorom može povećati cijene, što će zauzvrat povećati troškove života“ (Kreag, 2001). Primjer: Nju Jork je vodeća turistička metropola u SAD-u i jedna od svjetskih najpopularnijih urbanih destinacija, ali zato ima znatno veći životni standard od drugih gradova u Americi; dok je mjesečna potrošnja u Teksasu oko 1500 dolara, u Nju Jorku iznosi oko 4000 USD/ *per month*. „Porast cijena zemljišta, nekretnina i hrane, i dr. kao rezultat turizma; cijene lokalnih usluga rastu sa povećanom turističkom potražnjom; turizam uzrokuje promjenu cijena u domaćinskoj zemlji- receptivnoj destinaciji; lokalci se suočavaju sa povećanim troškovima življenja“ (Kreag, 2001). Ovo je jedan od razloga da ljudi koji žele živjeti u Nju Jorku, obavezno traže minimalne stambene uslove i cimere radi podjele troškova stanarine i sl. Međutim, i mi smo svjedoci visoke inflacije u Sarajevu zadnjih nekoliko godina, jer nam turizam cvijeta (bez obzira na izvjesnu „kamuflačiranost“ statistike, dokazi žive turističke aktivnosti u destinaciji su svuda oko nas: stižu nam svjetski hotelski lanci i moćne strane biznis kompanije; grade se

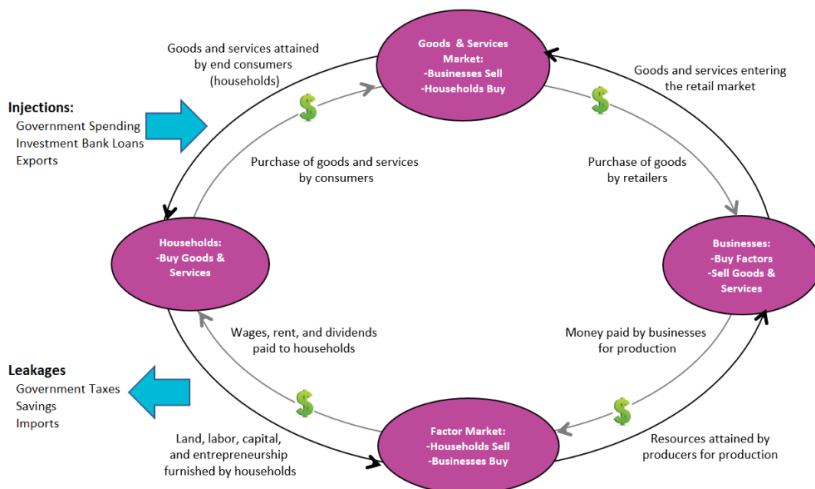
hoteli na sve strane; moderni tržišni centri; ugostiteljstvo; trgovina; privatizacija; saobraćajne veze se produbljuju, itd.), a životni troškovi postaju nam sve skuplji!

6.3. Curenje novca kroz destinaciju

Ekonomsko curenje je termin koji opisuje korištenje prihoda koje ne dovodi do daljeg kruga prihoda (tj. ne utiče na porast prihoda). Takve upotrebe uključuju štednju pojedinaca ili firmi, plaćanje poreza vladi i kupovinu uvezenih proizvoda od stranaca. Ako oticaji premašuju ulaganja u kružni tok, prihodi će se smanjiti“ (Oxford). Curenje je ekonomski izraz koji opisuje kapital ili prihod koji izmiče ekonomiji ili sistemu u kontekstu modela kružnog toka prihoda (Investopedia). Do curenja dolazi kada dođe do povlačenja novca iz privrede što rezultira smanjenjem državnog prihoda. Izvori curenja uključuju *poreze, štednju i uvoz*.

- a) *Porezi* prenose novac s domaćinstava i preduzeća na državu i smanjuju novac koji domaćinstva mogu potrošiti na robu široke potrošnje, a preduzeća za ulaganje u faktore proizvodnje, pa porezi uzrokuju curenje. Međutim, državna potrošnja je injekcija koja nadoknađuje smanjenje prihoda kućanstava i preduzeća;
- b) *Štednja* je još jedan izvor curenja. Novac koji domaćinstvo uštedi ne koristi se za kupnju potrošačkih dobara i usluga. Međutim, kada se štednja položi u banku, može se koristiti za povećanje kreditiranja, što povećava ulaganja. Ulaganja finansirana zajmovima ubrizgavaju novac natrag u privredu. Do curenja također dolazi kada se posuđeni novac ne deponira ponovno, jer se novac ne može koristiti za dodatne zajmove i smanjuje sposobnost privrede da odobri kredit;
- c) *Vanjska trgovina* može osigurati curenje i injekciju. Uvoz je curenje jer se novac šalje u zemlju izvoznicu kada se ostvari uvoz. Suprotno tome, izvoz se kupuje novcem izvan privrede, tako da je novac koji dobiva firma unutar privrede injekcija.

Curenje smanjuje novac dostupan potrošačima i firmama za kupovinu i proizvodnju dobara i usluga. Model kružnog toka je model koji ilustrira kako potrošački proizvodi i proizvodni inputi teku u zamjenu za novac. Najosnovniji model kružnog toka je zatvoren, a novac cirkuliše između preduzeća i domaćinstava bez ikakvih dodatnih sredstava koja ulaze ili izlaze iz sistema (dijagram ispod- bez curenja i injekcija, tj. ubrizgavanja ili dodavanja):



Shema 11. Zatvoreni model kružnog toka u kome novac cirkuliše između preduzeća i domaćinstava bez dodatnih sredstava koja ulaze ili izlaze iz sistema (dijagram bez curenja i injekcija)
(Higher Rock Education)

Domaćinstva i preduzeća su dva glavna aktera u modelu kružnog toka. Oni međusobno trguju na dva tržišta: tržištu faktora, i tržištu roba i usluga. *Tržište faktora* je mjesto gdje preduzeća kupuju resurse koji su im potrebni za pružanje robe ili usluge. Domaćinstva kupuju dobra i usluge koje žele od preduzeća na tržištu dobara i usluga, što je svugdje gdje preduzeća prodaju krajnjem potrošaču. Novac koji preduzeća dobivaju od domaćinstava vraća se u privredu kada preduzeća kupe resurse koji

su im potrebni na tržištu faktora. Faktori proizvodnje uključuju rad, zemlju, prirodne resurse, kapital i preduzetništvo. Svi su osigurani od strane domaćinstava. U zamjenu za osiguravanje faktora proizvodnje, preduzeća plaćaju domaćinstvima plate, najamninu, kamate i profit.

Međutim, u stvarnom svijetu curenje se događa kada postoji odljev novca iz sistema, a potrošnja je smanjena. Injekcije (ubrizgavanja) se događaju kada se novac dodaje u sistem i potrošnja se povećava; sredstva se dodaju privredi iz izvora koji nisu domaćinstva i preduzeća; izvori injekcija uključuju: *državnu potrošnju, investicije i izvoz*.

- a) *Državna potrošnja* je injekcija jer se novac dodaje privredi koji domaćinstva mogu koristiti za nabavku više dobara i usluga; preduzeća koriste novac kako bi proširila svoje poslovanje kupnjom više faktora proizvodnje; međutim, povećanje prihoda država nadoknađuje porezima, koji smanjuju iznos domaćinstvima i preduzećima, pa porezi uzrokuju curenje (kako je gore pojašnjeno);
- b) *Investicije* finansirane zajmovima injektiraju (ubrizgavaju) novac u privredu; do curenja dolazi kada se posuđeni novac ne deponira ponovo jer se novac ne može koristiti za dodatne zajmove i smanjuje sposobnost privrede da odobri kredit; u vezi s ovim je i štednja, koja uzrokuje curenje (kako je gore pojašnjeno);
- c) *Vanjska trgovina* može osigurati curenje i injekciju; uvoz je curenje jer se novac šalje u zemlju izvoznicu kada se ostvari uvoz (kako je gore pojašnjeno); suprotno tome, izvoz se kupuje novcem izvan privrede, tako da je novac koji dobiva firma unutar privrede- injekcija.

Kako curenje novca izgleda u turističkoj privredi? To su u pravilu „rupe“ u ponudi i potražnji, jer se dobar dio novca izgubi zbog različitih aktivnosti:

- oko 60-75% novca koji turisti potroše u destinaciji za vrijeme njihovog boravka ne ide u LEDC (*Less Economic Development Countries*);
- novac uglavnom posuđuju LEDC vlade radi investiranja u turističku infrastrukturu što dovodi do dugova;
- internacionalne kompanije i svjetski hotelski lanci često znaju ispoštovati sniženu cijenu poreza ili takse, jer su prepoznatljiv brend i puno opreme donose sa sobom, pa je njihova implementacija u destinaciji vrlo efikasna- prihodi su smanjeni zbog reducirane takse i pojačanog uvoza uporedo sa zahtjevima turizma;
- iako su svjetski hotelski lanci i poslovne kompanije locirani u našoj destinaciji (podružnica), njihova centrala je u nekom posve drugom području (izvorna adresa- matično sjedište, npr. Hilton u SAD; Bristol u UK, itd.), što utiče na odljev prihoda, jer se dijele i preusmjeravaju na direkciju;
- radna snaga u turizmu je vrlo jeftina, pretežno sezonska, i često je uključen značajan broj maloljetnika koji rade za „bakšiš“ ili čak volonterski;
- ponekad turističke destinacije imaju potrebu za dodatnom radnom snagom (stručni kadar ili isplativija radna snaga, i dr.), zbog čega je uvoze, pa je potrebno platiti transfer i privremene strane radnike;
- investiranje u turistički marketing i izgradnju turističke infrastrukture (hoteli, aerodromi, turistička resort naselja, suveniri ili materijali za njihovu izradu), u razvojnim destinacijama, podrazumijeva i potraživanje zajmova (po potrebi) od države, crpljenje evropskih fondova ili stranih investitora, gdje se nastoje definisati uslovi održive saradnje, mada ne mora biti slučaj (zavisí sve od politike, pravde u zemlji, i realne procjene ekonomske isplativosti; npr. u Kairu se uočavaju brojni „propali“ projekti, jer su neke zgrade, hoteli, poslovni objekti polovično izgrađeni zbog prevelikih zamisli i nedostatka sredstava da se finalizira započeto);

- subvencije i strani zajmovi obično zadužuju državu, što se uglavnom kompenzira povećanim uvozom stvari iz „donatorske“ zemlje (npr. kod nas je turska roba preplavila tržište, i dr.), iako pretjerani uvoz „guši“ lokalnu privredu;
- porast uvoza raznih stvari u turističku destinaciju radi potreba turizma i mogući manjak od 50%;
- malverzacije po pitanju registracije firmi, posjeta i noćenja, turističke potrošnje u destinaciji, izbjegavanja poreza, što ima za posljedicu irelevantnost statistike, bez mogućnosti tačne analize i realne ocjene stanja i trenda;
- nejednaka raspodjela prihoda od turizma, netransparentno i individualistički, bez opće koristi za lokalnu zajednicu;
- nedovoljno generisanih prihoda od turizma koji bi bili reinvestirani u nove razvojne turističke projekte kako bi se osigurao održivi turistički razvoj (pozitivan primjer: zarada od *sarajevske žičare* se iskorištava za nove projekte u turističkom planiranju);
- potrošnja turista van lokalnog tržišta što podrazumijeva neprijavljene smještajne objekte (koji rade na crno), prodavnice koje ne izdaju račun i sl.; manjak zarade je prisutan i kod sezonskih turista koji ne ostvaruju bitniju potrošnju kod nas, jer im je boravišna destinacija izvan naše države (npr. turisti iz Makarske na jednodnevnom izletu u Sarajevu; zato se zanatlije na Bašćaršiji žale da iako je turistička kongestija, ipak za njih nema dobre prođe, jer „izletnički turisti“ neće potrošiti kod nas koliko u Hrvatskoj; za razliku od toga, turisti koji odsjedaju kod nas, naročito iz bogatih arapskih zemalja, su veliki potrošači upravo u bašćaršijskim zlatarama, tržnim centrima i dr.);
- prihodi od turizma se gube u privredama drugih zemalja, jer mogu biti toliki da čak neutrališu zaradu od turizma, tj. da im se turizam na kraju ni ne isplati (zbog prevelikih investicija, stranog kapitala koji se „izvozi“ u direkciju, potrošnja van lokalnog tržišta, i dr.).

VII NEGATIVNI GEOEKOLOŠKI IMPAKTI TURIZMA

7.1. Polucija zraka, svjetlosti i zvuka

Različite turističke aktivnosti pogađaju kvalitet zraka, a prema većini izvora najizraženije su:

- a) Transport
- b) Rad postrojenja; zvuk (buka)
- c) Upotreba svjetla

Primjeri negativnih posljedica od transporta, buke i upotrebe svjetlosti su:

- a) Buka i aeropolucija od vozila
- b) Porast emisije CO₂ iz fosilnih goriva, što utiče na globalne klimatske promjene
- c) Polucija svjetlosti („*Light Pollution*“) može poremetiti razvoj mladih kornjača u moru, jer manjak svjetlosti uzrokuje pad temperature vode i krizu reprodukcije i rasta
- d) Buka i opor zvuk turističkih postrojenja ili turističke vreve ("*Noise Pollution*") može poremetiti ponašanje i rasplodavanje ptica

„Jedan od najnegativnijih uticaja turizma na klimu je emisija stakleničkih gasova (GHG), posebice CO₂. U turističkom sektoru, potrošnja energije u destinacijama i povezane emisije stakleničkih gasova snažno zavise, npr. od infrastrukture smještaja, posebice instalacija za grijanje, hlađenje i toplu vodu“ (Serrano-Bernardo, 2012). Na primjeru Švicarske (1995), hotelski smještaj i turistički saobraćaj participiraju u onečišćenju zraka, pri čemu udio turizma u emisijama SO₂ iznosi 0,7%, Nox 3,2%, CO_x oko 28% (Müller, 2004). „Gotovo 70% karbonskih emisija generisanih od turističke industrije potiče od sagorijevanja goriva, koja se koriste za smještaj, saobraćaj, i upotrebu zemljišta“ (Zhang, Lu, 2022). Analiza ugljičnog otiska turizma širom svijeta pokazuje da su

emisije GHG uzrokovane: saobraćajem (osobito zračnim i motornim vozilima) 82%, smještajem 4,5%; ostale djelatnosti 8,6% trgovina na malo 3,4% (Serrano-Bernardo et al., 2012).

Tab.30. Emisije CO₂ i udio turizma po različitim sektorima

| | MT (milioni tona) | Udio turizma (%) |
|--|----------------------|---------------------|
| Zračni transport | 515 | 40 |
| Automobilski | 420 | 32 |
| Dr. oblici transporta | 45 | 3 |
| Smještaj | 274 | 21 |
| Druge aktivnosti | 48 | 4 |
| Ukupni turizam | 1302 | 100 |
| Svijet | 26400 | / |
| <i>Udio turizma u svjetskim emisijama CO₂</i> | | 4,9 |

(Autor¹⁸)

Prema izvještaju Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih naroda (2016), turizam oslobađa 5% svih globalnih emisija ugljičnog dioksida (CO₂) povezanih s energijom, pri čemu se tri četvrtine stakleničkih gasova stvara iz transporta (UNWTO). „Prevoz posjetilaca do odredišta igra važnu ulogu u doprinosu ugljičnom otisku. Turizam je po definiciji nemoguć bez prevoza. Za turističku mobilnost, vrsta prevoza i udaljenost koju treba preći određuju količinu potrošene energije i, posljedično, proizvedene emisije. Prevoz do i na odredišta predstavlja visok postotak potrošnje energije (trenutno oko 30%), a velik dio toga predstavljaju turistička putovanja. Ako uzmemo u obzir da gotovo sva transportna vozila koriste tekuća goriva, kao što su dizel ulje, kerozin i benzin, jasno je da su putovanja svakako odgovorna za

¹⁸ tabelarna obrada i prevod (izv. WTO data; Serrano-Bernardo et al., 2012)

velike količine GHG koji se emitiraju u atmosferu“ (Serrano-Bernardo et al., 2012).

„Zračni saobraćaj u svijetu učestvuje 76% u ukupnom saobraćaju tokom ljetne sezone za vrijeme godišnjih odmora“ (IATA, 2022). Zračni transport je najzastupljeniji u svjetskom turizmu (2019: 59%), dok je npr. u BiH izraženiji cestovni od zračnog. Zračna industrija predstavlja oko 8% finalne potrošnje nafte u svijetu, dok pomorsko brodarstvo čini oko 7%. Obje brojke blijede u odnosu na drumski transport (putnička i teretna vozila), koji predstavlja 49,3% globalne finalne potrošnje goriva. „Smatra se da je ukupni doprinos emisija iz aviona u ukupnim antropogenim emisijama ugljičnog dioksida relativno mali- oko 2%“ (Serrano-Bernardo et al., 2012).

Međutim, avioni troše 10-30% tečnog goriva (kerozina¹⁹), koji prema nekim izvorima predstavlja jednako štetno gorivo kao i dizel, i ima negativno dejstvo na zrak i zdravlje živih bića. „Poređenje je pokazalo da je pri veoma visokim nivoima kontaminacije (10 i 15%) kerozin bio 1,3-1,6 puta fitotoksičniji od dizel goriva i 1,3-1,4 puta toksičniji od sirove nafte, a pri niskim (1 i 2%) i srednjim (3 i 5%) nivoi toksičnosti ovih zagađivača bili su blizu, razlikuju se za faktor od 1,1-1,2“ (Sharonova, Breus, 2012). „Avion može proizvesti do 4% globalne emisije ugljičnog dioksida svake godine. Sagorevanje kerozina, zapaljivog ugljikovodičnog ulja, proizvodi zagađivače kao što su ugljični dioksid (CO₂), azotni oksid i azotni oksidi (NO_x), oksidi sumpora (SO₂) i čađ. Zračni saobraćaj učestvuje u aeropoluciji i globalnom otopljenju, jer navedeni gasovi imaju staklenički efekat; azotni oksidi doprinose povećanju temperature zraka i razaranju ozona“ (NASA). Međutim, avioni prenose znatno veći broj putnika; prosječni avion turističke namjene ima 130 sjedišta, neki 80-180 sjedećih mjesta, mada veliki komercijalni avioni mogu prenositi i po 400 putnika, i dr. Studija Instituta za istraživanje transporta Univerziteta

¹⁹ Kerozin je fosilno gorivo stvoreno u zemlji od raspadajućih životinja i biljaka tokom hiljada godina (NASA)

Michigan navodi da je energetska intenzitet transporta automobila u prosjeku 57% veći od zračnog transporta; automobil emituje više CO₂ od prosječnih aviona jer troše više energije za prevoz iste količine putnika. Zbog toga neki izvori drže avio-prevoz kao ekološki održiviji od automobilske, mada se u aktualnim dokumentima UNEP-a potencira redukcija letova i domaći turizam; neki proračuni čak nastoje ukazati da je preko 300 auta ekvivalent jednom avionu po pitanju kontribucije u emisijama CO₂. EPA navodi da tipično putničko vozilo emituje oko 4,6 metričkih tona ugljičnog dioksida godišnje. Komparativno, ekonomični let u različitim državama od New Yorka do Los Angelesa proizvodi oko 0,62 tona CO₂ po putniku (ICAO). U suštini, jedan dug let oslobađa ekvivalent od skoro 14% godišnjih emisija iz automobila. Ista ruta, kada se vozi, rezultirat će oslobađanjem 1,26 tona emisije ugljika (ovi proračuni su zasnovani na EPA procjeni oslobađanja od 411g CO₂ po milji iz prosječnog putničkog vozila koje dobije 21,6 milja po galonu). Kada se uporedi broj emisija po osobi, može se činiti da je letenje bolje od vožnje. Međutim, kada više ljudi dijeli vožnju, emisije po osobi su smanjene, čineći vožnju ekološki prihvatljivijom od letenja. „Na kratkim putovanjima doprinos LTO-a (slijetanje-polijetanje) potrošnji goriva i emisiji CO₂ vrlo je visok. To je razlog zašto letovi na velikim udaljenostima postaju praktičniji u smislu količine emitiranog CO₂ po km“ (Serrano-Bernardo et al., 2012).

Emisije CO₂, i drugih stakleničkih gasova (GHG), u sektoru turističkog transporta, zavise od nekoliko faktora:

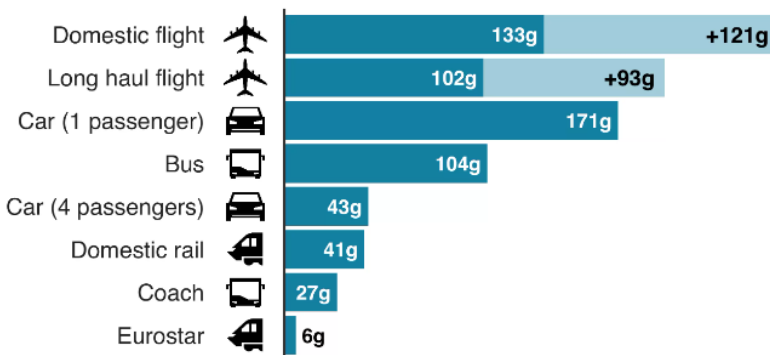
- a) modus transporta i vrsta vozila;
- b) učinkovitost vozila i saobraćajne infrastructure;
- c) broj putnika;
- d) broj putovanja;
- e) pređena udaljenost;
- f) turistička sezonalnost.

Ljetna turistička sezona je najizraženija na globalnom nivou zbog korištenja godišnjih odmora u tom periodu godine, što znatno doprinosi saobraćajnoj kongestiji i aerozagađenju. Prema UNWTO procjenama za januar-juli 2022., 44% svih internacionalnih dolazaka otpada na samo 2 ljetna mjeseca (juni i juli). I na primjeru Sarajeva, tokom udarne turističke sezone (ljetno) pojačane su saobraćajne gužve, kako zbog priliva turista, tako i uvođenjem dodatnih linija u sezonskom drumskom i željezničkom transportu prvenstveno prema Jadranu (turistički autobusi i voz na južnoj ruti dolinom Neretve); osim toga, tokom ljeta su pojačani i letovi (charter linije, i dr.).

Emissions from different modes of transport

Emissions per passenger per km travelled

■ CO2 emissions ■ Secondary effects from high altitude, non-CO2 emissions



Note: Car refers to average diesel car

Source: BEIS/Defra Greenhouse Gas Conversion Factors 2019



Grafikon 34. Emisije CO₂ po putniku po pređenom kilometru prema različitom modusu transporta; ekonomska klasa (BBC Portal)

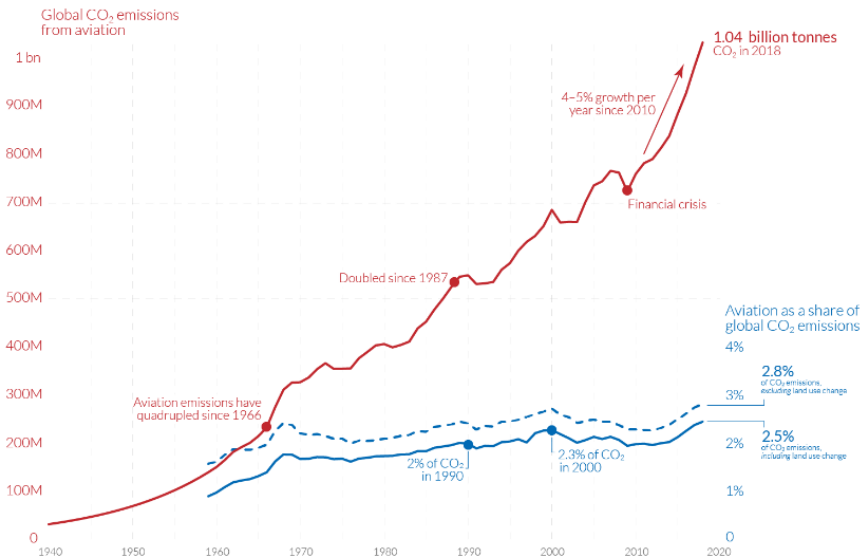
Vožnja malog Mini automobila emituje 111 g CO₂eq po km, dok veliki 4×4 automobil emituje ~200 g CO₂eq po km. Dodavanje još jednog putnika koji putuje na istu lokaciju prepolovilo bi emisije po putničkom kilometru; na putu od Edinburga do Londona (~500

km), emitovale bi se blizu 100 kilograma CO₂eq posredstvom auta, dok bi letenje povećalo emisije za skoro jednu trećinu (128 kg CO₂eq); vožnja vozom bi bila 80% niža (21 kg CO₂eq). Na putovanju umjerene udaljenosti (<1000 kilometara ili domaći let unutar UK), letenje ima veći ugljični otisak od automobila srednje veličine. Ako je udaljenost veća (>1000 kilometara ili međunarodni let), onda bi letenje zapravo imalo nešto manji ugljični otisak po kilometru od vožnje samostalno na istoj udaljenosti (Our World in Data). Jedna studija je procijenila da pojedinačni transatlantski povratni let emituje skoro polovinu emisije CO₂ proizvedene iz svih drugih izvora (rasvjeta, grijanje, korištenje automobila, itd.) koju prosječna osoba godišnje potroši (ICAO, 2001).

Global carbon dioxide emissions from aviation

Aviation emissions includes passenger air travel, freight and military operations. It does not include non-CO₂ climate forcings, or a multiplier for warming effects at altitude.

Our World
in Data



OurWorldinData.org – Research and data to make progress against the world's largest problems.
Source: Lee et al. (2020). The contribution of global aviation to anthropogenic climate forcing for 2000 to 2018; based on Sausen and Schumann (2000) & IFA.
Share of global emissions calculated based on total CO₂ data from the Global Carbon Project. Licensed under CC-BY by the author Hannah Ritchie.

Grafikon 35. Globalne emisije CO₂ od avijacije 1940-2020.
(Organisation „Our World in Data“)

Sa grafikona se uočava gotovo eksponencijalni trend rasta emisije CO₂ od avijacije sa godišnjom stopom od 4-5% od 2010. godine.

Avijacija- vazduhoplovstvo- uključuje: putnički zračni prevoz, teretni transport i vojne operacije. Globalna emisija ugljičnog dioksida od avijacije iznosi 1.04 milijarde tona (2018). Postotak avijacije u globalnim emisijama CO₂ iznosi 4% (2020), uz napomenu da je trend rasta učešća avijacije u globalnim emisijama CO₂ relativno stabilan pri rangu od 2-2,5% (1990-2020). Porast emisije CO₂ od zračnog transporta imponiran je ubrzanim razvojem zračnog saobraćaja i svjetskog turizma. Procjene radijacijskog uticaja različitih elemenata (*isprekidana plava linija*), u kombinaciji doprinose da avijacija čini približno 3,5% efektivnog uticaja zračenja, tj. 3,5% zagrijavanja. Iako CO₂ dobiva većinu pažnje, on je odgovoran za manje od polovice ovog zagrijavanja. Dvije trećine (66%) dolazi od uticaja koji nisu CO₂. Kontrailni tragovi- tragovi vodene pare iz ispušnih plinova aviona- čine najveći udio.

Na letenje otpada oko 2,5% globalnih emisija CO₂, ali 3,5% kada uzmemo u obzir ne-CO₂ uticaje na klimu. Globalna avijacija (uključujući domaću i međunarodnu; putničku i teretnu) čini:

- a) 1,9% emisije stakleničkih plinova u 2016. godini (što uključuje sve stakleničke plinove, ne samo CO₂);
- b) 2,5% emisije CO₂ (2018);
- c) 3,5% “efikasne radijacijske sile”- bliža mjera njenog uticaja na zagrijavanje (2018).

Zagađenje zraka od turističkog prevoza ima uticaja na globalnom i lokalnom nivou, a specifične turističke aktivnosti doprinose tome. Na primjer, posebno u veoma toplim ili hladnim zemljama, turistički autobusi često ostavljaju motore da rade satima, dok su turisti na izletu, a žele se vratiti u udobno klimatizovani autobus; tome doprinosi i kongestija cestovnog saobraćaja tokom turističke sezone (gužva, zakrčenost i sporo kretanje vozila uz brojna zastajkivanja s upaljenim motorom). „Potrošnja goriva i emisije ugljičnog dioksida su uvijek veće u praznom hodu preko 10 sekundi; „prazni hod“ ili „*idling*“ (upaljen motor kod mirujućeg

vozila). Ako svaki auto u SAD idlje samo 6 minuta dnevno, gubitak je oko 3 milijarde galona goriva godišnje, koštajući vozače 10 milijardi dolara ili više. Idling duži od 10 sekundi troši više goriva i emituje više CO₂ nego ponovno pokretanje motora. NO_x i emisije THC-a (ugljevodonika) od ponovnog pokretanja su veće. Za kratka zaustavljanja, ima smisla ugaziti vozilo kako bi se smanjila potrošnja goriva i CO₂ emisije“ (Gaines et al., 2012).

„Zagađenje bukom iz aviona, automobila i autobusa, kao i rekreativnih vozila kao što su motorne sanke i jet skije, problem je savremenog života. Osim što izaziva smetnje, stres, pa čak i gubitak sluha za ljude, izaziva i uznemirenost divljih životinja, posebno u osjetljivim područjima“ (Sunlu, 2003). Istraživači koje finansira američka fondacija „*The U.S. National Science Foundation*“ (NSF) pogledali su ogromnu kolekciju skupova podataka – uključujući i one koje su prikupili naučnici – kako bi procijenili kako svjetlost i buka utječu na reproduktivni uspjeh 58.506 gnijezda iz 142 vrste širom Sjeverne Amerike. Biolozi su otkrili da svjetlosno zagađenje uzrokuje da se ptice počnu gnijezditi do mjesec dana ranije nego što je uobičajeno u otvorenim sredinama kao što su travnjaci i močvare, te 18 dana ranije u šumskim sredinama. Posljedica bi mogla biti neusklađenost u vremenu - gladni pilići se mogu izleći prije nego što im hrana bude dostupna. Kada se razmatra zagađenje bukom, rezultati su pokazali da su ptice koje žive u šumskim sredinama osjetljivije na buku od ptica u otvorenim sredinama. Zagađenje bukom je odložilo gniježđenje ptica čiji je pjev na nižoj frekvenciji i stoga ga je teže čuti kroz niskofrekventnu ljudsku buku. „Upotreba akustičnih signala za privlačenje i stimulaciju seksualnih partnera je široko rasprostranjena pojava u životinjskom carstvu, a mnoge vrste se u određenoj mjeri oslanjaju na slušni kontakt za reproduktivni uspjeh. Antropogena buka ima štetan uticaj na gustinu razmnožavanja ptica i reproduktivni učinak, sa posebno negativnim efektima na vrste koje se emituju na niskim frekvencijama. Niske frekvencije mogu igrati ključnu ulogu u ženskoj privlačnosti, jer imaju potencijal da prenesu poruku muškog kvaliteta. Učinak se

dijelom može objasniti nedostatkom fleksibilnosti frekvencije pjesme kod vrsta koje ne nauče svoje vokalizacije (npr. kukavice). Međutim, čak i vrste koje odmah prilagođavaju frekvenciju pjesme u prisutnosti eksperimentalne buke, mogu pretrpjeti smanjeni uspjeh u razmnožavanju kada potencijalne prednosti spektralnog prilagođavanja nisu dovoljne da izbjegnu negativan uticaj maskiranja ili kada spektralno prilagođavanje dolazi po cijenu smanjene atraktivnosti“ (Halfwerk et al., 2011).

Fotohemijski smog (EPA: „mješavina zagađivača koja nastaje kada azotni oksidi i ispariva organska jedinjenja reagiraju na sunčevu svjetlost, stvarajući smeđu izmaglicu iznad gradova; često se javlja ljeti, jer tada imamo najviše sunčeve svjetlosti“) uzrokuje slabiju vidljivost i smanjuje prodor svjetlosti u okean, pa zajedno sa noćnim vještačkim svjetlima (radari, svjetionici, izgrađena područja, i dr.), može uticati na život, odnosno kretanje, hranjenje i reprodukciju morskih bića (npr. kornjače).

U jednom naučnom dokumentarcu (*Discovery Channel*), pojašnjeno je kako gradska svjetlost ima zbunjujući efekat na ptice selice na njihovom putu ka krajnjem odredištu. Mnoge nikada ne stignu na željenu destinaciju, jer prelijeću iznad brojnih modernih metropola, koje su čak i tokom noći izvršno osvjetljene, što dovodi do pogreške u poimanju dana i noći. Ptice su bića kojima oči i mozak funkcionišu poput savremenog GPS-a, pa imaju savršen osjećaj za prostor i vrijeme, i izvršnu orijentaciju. Međutim, kada noćna urbana svjetla pomješaju sa dnevnom svjetlošću, gube svoj kurs i neplanski naseljavaju određena područja, koja često nemaju visoke atribute potrebne za njihovu egzistenciju. “Polucija svjetlosti je prosvjetljivanje noćnog neba uzrokovano uličnom rasvjetom i drugim vještačkim izvorima, što ima ometajući učinak na prirodne cikluse i sprečava promatranje zvijezda i planeta“ (Oxford). Koristeći radar za nadzor vremena (WSR) za mjerenje gustoće ptica na neviđenom obimu, istraživači sa Univerziteta Delaware pratili su sjevernoameričke ptice (kanadske guske,

ceruleanski pjevači, i dr.), koje su se kretale na jug tokom jeseni. Otkrili su da gradska svjetla privlače ptice selice, odvlačeći ih s kursa. Međutim, ptice se obično drže udaljenosti od nekoliko kilometara od izvora svjetlosti, prikrivajući problem koji predstavlja svjetlosno zagađenje. Stanovnici gradova možda neće shvatiti da su njihova svjetla problematična ako preusmjerene ptice ostanu nevidljive, izvan granica grada. Ptice selice možda ne lete direktno u gradove, ali njihova blizina urbanim područjima i dalje može imati ozbiljan uticaj na njihovo zdravlje. Ptice koje se noću zaustavljaju u blizini gradova odriču se mogućnosti da jedu i odmore na pogodnijim, šumovitim mjestima za zaustavljanje. Također je veća vjerovatnoća da će umrijeti ili biti ozlijeđeni zbog susreta s urbanim opasnostima poput puteva i zgrada. Posljedično, ptice koje slijeću u urbana područja mogle bi postati manje sposobne za ostatak svoje migracije i stići u lošijem stanju. Migratorne životinje utiču na ekosisteme kroz čitav njihov raspon, koji za neke ptice može doseći i više od 10.000 milja.

Većina galebova su npr. migratorne vrste- ptice selice, pa se postavlja pitanje da li je polucija urbane svjetlosti mogući uzrok njihovom čudnovatom boravku u Sarajevu posljednjih par godina? Iako neki izvori navode da je njihova pojava ovdje rezultirala pronađenim izvorima hrane na divljim deponijama i sl., ne treba zanemariti klimatske promjene, kao ni poluciju svjetlosti kao potencijalne uzroke gubljenja kursa; naseljavanje u neuobičajenoj sredini kontinentalnog grada sa oskudnim izvorima nekvalitetne hrane je fenomen o kome bi trebalo razmisliti; galebovi zasigurno radije love ribu na morskoj pučini nego na mrtvoj Miljacki.

7.2. Polucija i nestašica vode

Turističke aktivnosti koje doprinose poluciji voda prvenstveno su vezane za odlaganje otpada u vodena tijela. Primjeri negativnih posljedica su:

- a) Unošenje minerala, nutrijenata, fekalija, čvrstog otpada, petrola i toksina u okoliš
- b) Kontaminacija smanjuje kvalitet vode i može voditi do potencijalnih zdravstvenih hazarda živog svijeta/ ili životinja
- c) Povećanje upotrebe voda i redukcija

Doprinos turizma zagađenju vode veći je sa:

- a) povećanjem broja turista,
- b) slabijim hotelskim standardom,
- c) povećanim vodnim intenzitetom turističkih aktivnosti (plivanje, krstarenje, sportovi na vodi, golf, skijanje uz vještačku produkcija snjega, i dr.);
- d) slabije razvijenom vodno-sanitarnom infrastrukturuom,
- e) ostalo.

Na primjer, Neumski zaliv ima narušen kvalitet morske vode (ali i dalje prihvatljiv za plivanje), zbog 2 bitna faktora: *a) prenapučena obala i turistička uzurpacija, i b) slabija prirodna dinamika prečišćavanja vode (nije otvoreno more)*. Čitav obalski pojas je kompaktno izgrađen s „načičkanim“ hotelima i privatnim smještajem (vikendice i apartmani), brojnim ugostiteljskim objektima, trgovinama, i dr. Od otvorenoga mora Jadrana, Neum je zaklonjen poluotokom Pelješac, poluotokom Klek i njihovim uvalama, lučicama i turističkim i ribarskim naseljima. U historijskim izvorima se spominje u 6.st.; u početku je imao trgovačku, političku i vojnu funkciju, a odmarališnu funkciju poprima 1950-ih godina do danas; ljeti je Neum krcat, a popunjenost plaže ispod svih standarda komfora (*5 m² po osobi-prosjek za javnu plažu; 3 m² po osobi- prenapučenost*). Prilikom terenskih opservacija uočeni su neplanski oblici gradnje i nesanitarno sprovedene odvodne cijevi u obalskom području, procesi eutrofikacije, potkopovanje obale, vještački nasipi na plaži, brojna krstarenja i dr.; određena biološka istraživanja pokazuju

smjenu živog svijeta (prorijeđene neke „čistije“ vrste i zamjenjene s nekim drugim koje imaju veću ekološku valensu u smislu adaptacije na degradiranu životnu sredinu).



Sl.31. Turističko naselje Neum, primorje BiH

(Autor)

Na primjeru eksploatacije rijeka za turističke svrhe, moguće je zaključiti o neželjenim efektima raznih turističkih aktivnosti (pretjerana uzurpacija vodene životne sredine i živog svijeta, polucija, nepovratni gubici vode i sl.). „Turističke atributivno-funkcionalne vrijednosti rijeka su: *turistički lokaliteti za različite aktivnosti* (rekreacija, sport i ribolov, avantura, religijski i spiritualni obredi, zdravlje, takmičenja, igre i zabava, ispiranje zlata i dijamanta, te razni eventni uključujući čak organizaciju vjenčanja i dr.); *turističko-plovni pravci ili tzv. turistički koridori*; *turističko-ambijentalne cijeline* (prirodna, antropogenizirana, mješovita); *turistički arheološki lokaliteti* zbog pronalaska starih gradova i tragova ranijih civilizacija u dolinama rijeka; *eko-turistički*

lokaliteti kroz zaštićena područja prevashodno gornji sliv rijeke; turističko-biogeografska atrakcija zbog habitata različitih biljnih i životinjskih vrsta naročito endema i relikta u riječnim sistemima; *turističko-religijski lokaliteti* zbog održavanja vjerskih manifestacija ili hodočašća; *turistički spiritualni & wellness lokaliteti* radi meditacije i odmora misli i duše; *turističko-zdravstveni lokaliteti* radi direktnog korištenja blagodati vode i plivanja kao najzdravije tjelovježbe (jačanje mišićne mase, vježba disanja, porast kapaciteta pluća i popravljivanje krvne slike - imunizacija); *turističko-plemeniti lokaliteti* (kada rijeke nose plemenite metale i drago kamenje); *turističko-hidrografski opskrbeni kapaciteti* (pitka voda; voda za hotele, bazene i sl.; hidroenergija za snabdijevanje strujom u smještajnim i ugostiteljskim objektima i dr.); *turističko-transportni koridori* kroz prevoz robe, putnika, otpada u sektoru turizma i turističke djelatnosti; *turističko-komunalni receptori* kroz prihvatanje otpada različitog porijekla koji nastaje u sektoru turističke djelatnosti (s dvojakim impaktom: „ispomoć“ i „rizik“)“ (Žunić, 2022).

„Turizam je zavisian od slatkih vodenih resursa i istovremeno važan faktor u upotrebi slatke vode. Turisti su korisnici vode u smislu održavanja lične higijene, fizioloških potreba i sl., ali i onda kada učestvuju u aktivnostima kao što su ski ili golfski turizam (produkcija vještačkog snijega i irigacija), ili kada koriste spa wellness područja ili bazene. Slatka voda se koristi za održavanje resort vrtova i pejzaža hotela i atrakcija, i utjelovljena je u razvoj turističke infrastrukture, hrane i proizvodnje goriva. Rekreativne aktivnosti: plivanje, krstarenje, rafting i dr., također su važni elementi pejzaža posjećenih od strane turista. Brojne forme turizma su indirektno zavisne od vode, npr. vodeni turizam (sa zimskim pejzažima), agroturizam ili divlji turizam“ (Gössling et al., 2012).

Tab.31. Kategorije upotrebe vode i procijenjena upotreba po turistu na dan prema Gössling et al.

| | |
|-----------------------------------|-------------------------|
| Kategorija direktne upotrebe vode | Litar po turistu na dan |
| Smještaj | 84-2000 |
| Aktivnosti | 10-30 |
| Indirektna upotreba vode | Litar po turistu na dan |
| Infrastruktura | nepoznato |
| Fosilna goriva | 750 (na 1000 km- auto) |
| Biofosilna | 2500 (po 1 litru) |
| Hrana | 2000-5000 |
| Ukupno po turistu na dan | 2000-7500 |

(Autor²⁰)

Industrijalizirane zemlje imaju visokokvalitetnu efikasnu vodenu i sanitarnu infrastrukturu, što se ne odražava bitno na konflikt upotrebe voda za lokalce i turiste, dok je teže u niskorazvijenim zemljama i zemljama u razvoju (Becken, 2014).

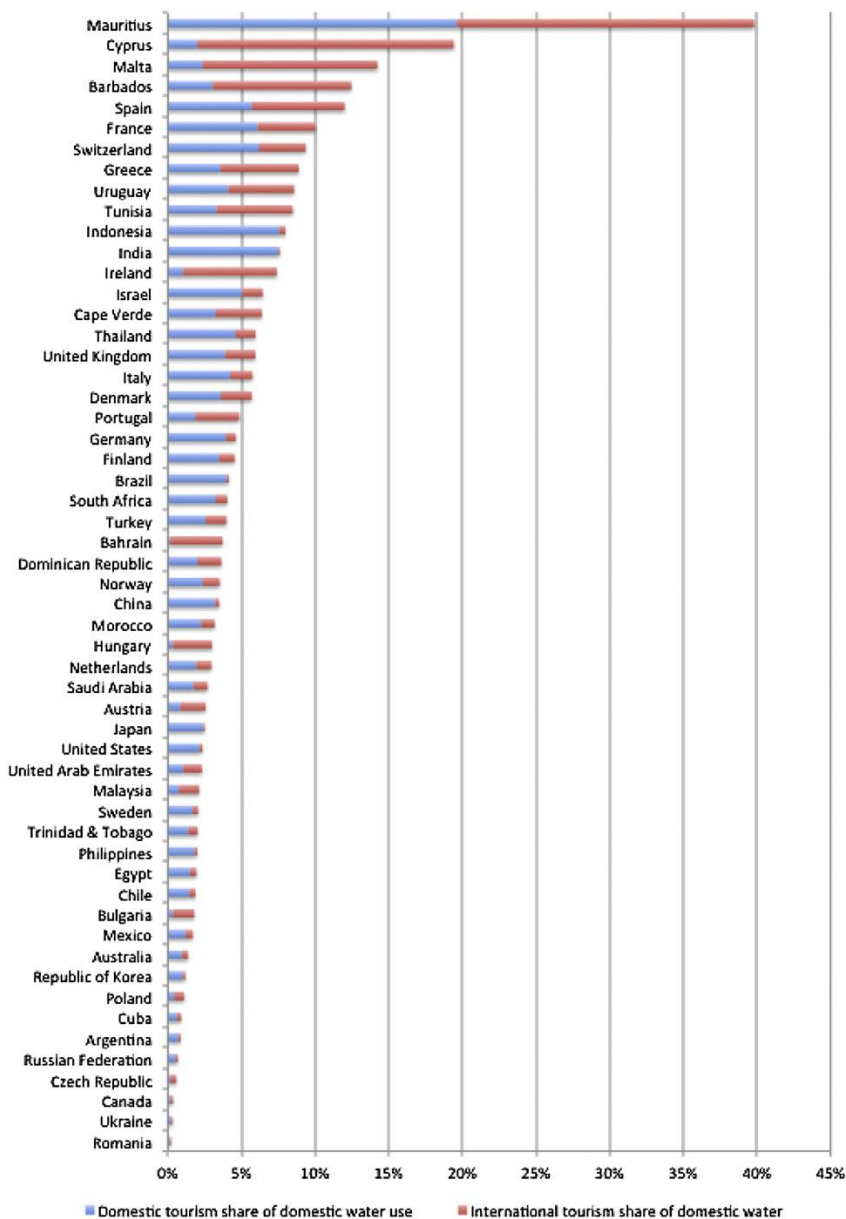
Za potrebe turizma, destinacije u razvoju posvećene su turističkoj izgradnji i okupaciji vodenih resursa, što iziskuje napore kod renoviranja, dograđivanja i proširivanja postojeće vodovodne i kanalizacione mreže i sanitarne infrastrukture generalno. Ogromne količine vode se troše u cik turističke sezone za punjenje bazena, aqua parkove i dr., što može iscrpiti bunare i rezervoare za vodosnabdjevanje i sl. Radovi na vodovodnoj mreži, pogotovo u preklapajućim zonama (stambene i turističke), također mogu biti uzrok redukcije vode za lokalce; ovakvi primjeri su zabilježeni u Sarajevu u posljednjoj deceniji intenziviranog turističkog razvoja. „Gössling pojašnjava vezu između turizma i nestašice vode. Potrošnja vode u turističkom smještaju kreće se između 84 i 2000 L po turistu dnevno. Općenito, postoji tendencija da smještaj viših standarda troši znatno veće količine vode, kao što su hoteli sa

²⁰ tabelarna obrada i prevod

toplicama i velikim ili višestrukim bazenima. Veće količine pranja rublja po gostu po danu rezultat su sportskih i zdravstvenih centara, kao i utjecaja kvalitete tekstila i/ili težine predmeta za pranje rublja, uključujući vrlo velike ručnike za spa sadržaje itd. Glavni udio vode potrošen za izravnu upotrebu, uključujući tuširanje, ispiranje WC školjke i korištenje vode iz slavine (55%, 136 L po turistu dnevno), uz odgovarajuću potrošnju od 20% ili 186 L po turistu dnevno u hotelima“ (Žunić, Bidžan-Gekić, Gekić, 2019); „na primjer, nestašice vode tokom turističke sezone uporedo sa izgradnjom novih odmarališta u gornjem slivu rijeke Bosne“ (Žunić, Bidžan-Gekić, Gekić, 2019).

Prema UNEP, u suhim i vrućim regijama kao što je Mediteran, problem nestašice vode posebno je zabrinjavajući. Zbog vruće klime i sklonosti turista da na odmoru troše više vode nego oni sami kod kuće, korištena količina može iznositi do 440 litara dnevno. To je gotovo duplo više nego što u prosjeku koriste stanovnici španskog grada (Sunlu, 2003).

„Velike razlike postoje između najvažnijih turističkih zemalja u smislu obnovljivih vodnih resursa, kapacitet desalinizacije, korištenje pročišćene otpadne vode i ukupne upotrebe vode. Na primjer, u zemljama kao što su Bahrein, Barbados, Izrael, Malta, Saudijska Arabija i Ujedinjeni Arapski Emirati, potrošnja vode premašuje obnovljive izvore vode. U mnogim drugim zemljama, kao što su Poljska, Republika Koreja, Ukrajina, Mauricijus, Njemačka, Južna Afrika, Cipar, Španjolska, Indija, Maroko, Bugarska ili Tunis, koristi se značajan udio obnovljivih izvora vode. U mnogim zemljama oskudica vode postoji na regionalnoj i lokalnoj razini, ali se ne prikazuje u državnoj statistici korištenja vode (Gössling et al., 2012).



Grafikon 36. Udio domaćeg i internacionalnog turizma u nacionalnom korištenju domaće vode (%)
(Gössling et al., 2012)

„Međunarodni turizam računa za manje od 1% nacionalne potrošnje vode; Barbados (2,6%), Cipar (4,8%) i Malta (7,3%) su iznimke, što pokazuje da se ostrva s velikim brojem turističkih dolazaka i ograničenim vodnim resursima više suočavaju sa vodenim konfliktima. Ovo postaje još očitije pri izračunu udjela upotrebe vode u turističkom sektoru i u domaćinstvima, kao i kod upotrebe vode u sektoru domaćeg turizma. Udio potrošnje vode od strane turističkog sektora je obično ispod 5% domaće potrošnje vode, ali može biti i do 40% (Mauricijus). U 19 najznačajnijih turističkih zemalja i ostrva, turistička potrošnja vode predstavlja više od 10% upotrebe vode u domaćinstvima“ (Gössling et al., 2012).

7.3. Ugroženost pejzaža, geoloških formi i zemljišta

Potencijalni uzroci degradirajućim procesima po pejzaž, geološke forme i zemljište su:

- a) Legalni i ilegalni razvoj
- b) Skupljanje ili povlačenje tla
- c) Vandalizam; npr. lomljenje stalaktita, i sl.
- d) Erozijska; trošenje tla

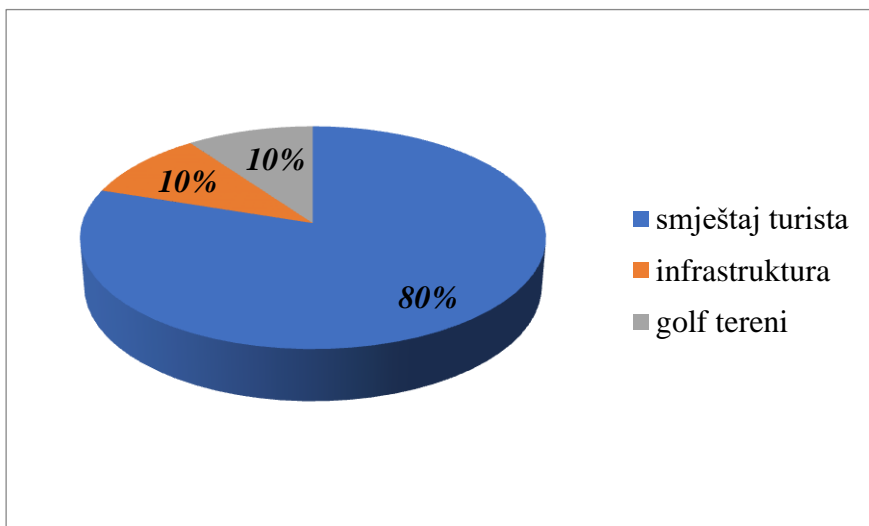
Primjeri negativnih posljedica su:

- a) Eksploatacija minerala, stijena, fosila i drugih stvari od arheološkog interesa, i grafita
- b) Fizičke i hemijske promjene tla (gubitak organske materije, smanjena poroznost, povećan oticaj, i dr.)
- c) Erozijska i zbijanje tla, što utiče na beskičmenjačku faunu
- d) Vizuelni uticaj naselja u pejzažu

Müller navodi 2 glavna efekta industrije slobodnog vremena i turizma na krajolik:

- a) Trošenje zemljišta (npr. izgradnjom stanova za odmor ili sportskih terena);
- b) Nagrđivanje krajolika (npr. izgradnjom žičara, cesta ili skijaških staza)

Na primjeru Švicarske (1995), ukupna površina zemljišta korištenog za turizam iznosila je 10% naseljene površine, a glavina je iskorištena za smještajno-ugostiteljske kapacitete:



Grafikon 37. Struktura korištenja švicarskog zemljišta za turizam
(Autor)

Jedan od problema u korištenju zemljišta za turizam je i privatni smještaj, koji je u geokološkom smislu manje održiv od hotela, jer koristi više prostora, tj. veću površinu zemljišta po krevetu i noćenju. „Budući da hotelski krevet zahtjeva pet puta manje zemljišta, a istovremeno je bolje iskorišten, zauzeti krevet u stanu za odmor zahtjeva 15x više površine nego zauzeti hotelski krevet“ (Müller, 2004).

Prostornim planom Kantona Sarajevo 2003-2023. predviđene su veće zone turizma na planinama Bjelašnica i Igman, lokacijama izvora termalnih voda (Ilidža), u predjelima izrazitih prirodnih

vrijednosti (Bijambare, Crnoriječka visoravan, Skakavac, Bjelašnica). Planom su utvrđene sljedeće glavne turističke zone:

- kulturni turizam: poglavito Stari Grad i Centar;
- zimski turizam: Igman i Bjelašnica su okosnica razvoja sa ostalim planinama, Treskavica, Ozren, Zvijezda, Trebević, Nišička visoravan;
- seoski eko turizam (oko 4,9% od ukupne površine KS): Nišička visoravan, Podbjelašnička sela: Dejčići, Lukomir, Šabići i dr. Tarčin, Pazarić, Trnovo, Lokve;
- rekreativne i šumske zone za cjelogodišnje korištenje: područja na Ilidži, Stojčevcu, Bentbaši, Vrelo Bosne, Betanija, Sedrenik, Barice-Čavljak, Mojnilo, Skakavac, Bijambare i dr. zaštićena prirodna područja, kao i sportsko-rekreativni centri: Skenderija, Zetra, Otoka, Dobrinja, Ilidža (u ukupnoj površini KS sport i rekreacija učestvuju sa oko 7,8%).

U zemlji mogu da postoje veliki regionalni i prostorni dispariteti u koncentraciji turističkih zona, a gusta turistička izgradnja u određenom području povlači upravo više negativnih efekata na tlo, pejzaž i životnu sredinu u globalu.

Turistička uzurpacija prostora (upotreba zemljišta i drugih lokalnih resursa potrebnih za turističku izgradnju, zagrijavanje, vodosnabdjevanje, razne turističke aktivnosti, kao i turistički pritisak na tlo, ili opterećenje kapaciteta nosivosti životne sredine) dovodi do pojave klizišta, jaružanja, propadanja objekata, gubitka vegetacijskog pokrova, smanjene regeneracije i uništenja prirodnih staništa, i dr.

IUCN-ov dokument (Leung et al., 2014) prati slučaj drevnog grada *Machu Pichu*, stari grad Inka u istočnim Andima Perua. U njemu živi 500-750 nativnih stanovnika (zavisno od izvora), a turističke posjete u prosjeku iznose 2000 turista na dan, što 4x premašuje broj lokalaca. Zbog turističkog pritiska na tlo, grad je počeo da se

spušta i klizi naniže, a građevine su slomljene, skrnavljene ili oštećene.

Na primjeru Bosne i Hercegovine, nažalost, brojne planine (Bjelašnica, Jahorina, Vlašić, i dr.) su uzurpirane za turističku upotrebu u obimu koji je doveo do narušavanja prirodne ravnoteže. Procesi divlje i guste izgradnje uzrok su redukciji vegetacionog pokrova, brojnim klizištima, narušenom pejzažu i umanjenom doživljaju prirodnog ambijenta.



Sl.32. Vlašić kod Travnika- problemi uzurpacije tla zbog neplanske gradnje privatnih turističkih objekata

(Autor)

Pored ilegalne gradnje koja je najizrazitija u sektoru privatnog smještaja (npr. izgradnja vikendica i sl.), legalizovana turistička gradnja takođe može biti uzrok vizuelnoj degradaciji prirodnog ambijenta; ovo se dešava kada nema naučne osnove, održive mjere, stilskog izraza, i kada vlasti zanemaruju savremene trendove i propisne standarde gradnje u osjetljivim planinskim područjima (npr. zeleno hotelijerstvo) ili nekim drugim područjima koja bi

trebala sačuvati tradicionalnu autentičnost i sl. (npr. prilagođavanje materijala, forme, boje, dimenzija, uglova i proporcija). Nekadašnja olimpijska ljepotica nadomak Sarajeva (1984), planina Bjelašnica, uslijed porasta antropogene osvojenosti i prenaplašene urbanizacije, danas više sličí „gradu“ nego li planinskom ski-resortu u šumskom okruženju; redukcija vegetacijskog pokrova i preveliki broj hotela i dr. ugostiteljskih objekata, vidno su ugrozili prirodni pejzaž ovog popularnog zimskog turističkog lokaliteta.



Sl.33. Urbanizirano područje sarajevske Bjelašnice radi turizma
(Dronski snimak, kanal 4Life)

Vandalizam na geo-lokalitetima, kao što su pećine bogate nakitom (stalaktiti, stalagmiti, i dr.), može rezultirati oštećenjem, sknavljenjem ili trajnim gubitkom geoloških fenomena koji su stvarani tokom duge geološke prošlosti (neki su stari i po 190 hiljada godina). Na primjer, „stalaktiti rastu svega 10 cm na 1000 godina“ (BBC Science Focus), a lomljene istih može biti posljedica turističke nepažnje zbog manjka opće i ekološke edukacije, ili uslijed nemara i nedostatka opće kulture. Primjer ovakvog vandalizma je zabilježen u krškoj pećini *Qianlongdong* na jugozapadu Kine; turista je namjerno nogom udario krečnjački stalagmit visok 30 centimetara, pokazujući flagrantno zanemarivanje znakova koji upozoravaju posjetioce da se ne penju ili diraju stijene, pod izgovorom da je htio testirati jačinu

stalagmita, jer je sumnjao u njegovu prirodnost (imao pretpostavku da je ljudsko djelo); lokalna policija je reagovala i naplatila mu propisnu kaznu od 74 USD.

7.4. Ugroženost habitata

„Rukovanje i odlaganje otpada, porast buke (povezano uglavnom s prevozom do i na odredišta), povećano korištenje vodnih resursa, gubitak bioraznolikosti i staništa divljih životinja zbog turističkih aktivnosti u slobodno vrijeme dio su stresa koji se stavlja na posjećena područja, osim pritiska na lokalne resurse kao što su energija, hrana i druge sirovine kojih na lokalnoj razini već nedostaje“ (Serrano-Bernardo et al., 2012).

Turističke aktivnosti koje negativno pogađaju habitat ili stanište živih bića su:

- a) Čišćenje radi izgradnje turističke infrastrukture i postrojenja
- b) Pojačana upotreba prirodnih resursa od postrojenja
- c) Polucija lokalnog staništa
- d) Pješaka i motorna gužva

„Prema IUCN, primjeri negativnih posljedica su:

- a) Dikrizija i fragmentacija prirodnog staništa
- b) Kompeticija između autohtonih i invazivnih biljnih vrsta u resort vrtovima
- c) Porast t°C što vodi do promjene staništa
- d) Destrukcija staništa i raščišćavanje pejzaža (npr. mangrove)
- e) Prekomjerno pecanje radi ponude morske ili riječne hrane gostima
- f) Eutrofikacija i sedimentacija
- g) Obalska i plažna erozija
- h) Promjene u nicanju, utemeljenje, rast i reprodukcija, raznolikost vrsta, sastav, i biljna morfologija

- i) Redukcija razvoja osjetljivih vrsta i zamjena sa progresivnim vrstama“ (Leung et al., 2014).

Na primjeru primorskog turističkog mjesta Cancun (Kuba), prepoznati su negativni imapkti turizma koji su uzrok pojačanoj eroziji obale. Neplanska gradnja i otpad iz sektora turizma doprinose izmijenjenom (pojačanom) režimu sedimentacije u obalskom pojasu, oslabljenim talasima i izdizanju morske vode, kao i krizi organizama, pa i destrukciji staništa.



*Sl.34. Eroziija kubanske Cancun obale
(Serrano, López, 2011)*

Radi potreba turizma, dorađivana je plaža pješčanim nasipima. Međutim, vađenjem ogromnih količina pijeska s drugog nalazišta remeti se ekosistem okeanskog dna s kojeg se uklanja, što

nepovoljno utiče na koralne grebene na obali. Takođe, nasipanjem plaža, talasi su u plaži izdubili udubljenja, pa obala nije ravna, ni najpogodnija za turiste i lokalce (što se prepoznaje s gornje slike); pješčana deniveliranost ima štetne posljedice i za određene vrste npr. morske kornjače, jer im otežava odlaganje jaja u pijesak. Obalska erozija pogoršana je porastom razine mora, koja je rasla u prosjeku za gotovo 2,2 mm godišnje. U 2008. godini izgubljeno je 5% protoka posjetilaca zbog nedostatka plaža; ovaj postotak predstavlja oko 260 miliona dolara godišnje koje sjever entiteta ne dobije. Erozija plaža u različitim stupnjevima utiče na ekosisteme i obalsku privredu raznih mjesta. Erozija oštećuje turistička i urbana dobra i infrastrukturu te pogoršava obalni krajolik, što se pretvara u devalvaciju turističkog proizvoda.

„Negativni učinci turizma mogu se dogoditi kada je nivo korištenja posjetilaca veći od sposobnosti životne sredine da se nosi s tim korištenjem, djelujući izvan prihvatljivih granica promjene ili kapaciteta regeneracije određenog teritorija, npr. samim učinkom broja posjetilaca. Npr. obala Mediteranskog mora, gdje se u uskom pojasu (50-100 km) oko 130 miliona stanovnika sezonski uvećava za oko 100 miliona turista“ (Serrano-Bernardo et al., 2012). Kroz literaturu se pominje primjer Riminija u kontekstu pretjerane turističke okupacije i prenapučene plaže.



*Sl.35. Turistička kongestija na kulturnoj plaži Riminija (Italija)
(National Geographic)*

„U morskim područjima turističke aktivnosti poput ronjenja ili krstarenja mogu uzrokovati štetu osjetljivim ekosistemima poput koralnih grebena, na koje takođe utiču emisije CO₂ zbog promjene pH-vrijednosti morske vode (izbjeljivanje koralala)“ (Serrano-Bernardo et al., 2012). Korali su izuzetno osjetljivi i na promjene termičkog režima vode; minimalna temperatura za njihov rast i razvoj je 18°C, optimalna 23-29°C, rijetko do 40°C; pad temperature ili hlađenje vode dovodi do njihove sedimentacije i raspadanja, a porast temperature ili zagrijavanje vode uzrokuje bolesti i odumiranje. Slika ispod pokazuje destrukciju koralnog grebena u periodu od 30 godina uslijed acidifikacije okeana i mora, kojoj svakako doprinosi i masovni turizam u svijetu. Floridski greben u blizini ostrvskog lanca Florida Keys je najekstenzivniji živući koralni greben, koji je stanište brojnih morskih vrsta (ribe, rakovi, školjke i dr.). Mnogi organizmi koriste kalcij-karbonat za izgradnju svog skeleta (npr. kamenice i sl.), pa tako i korali koji imaju kalcitnu strukturu. Zbog toga im je potreban pristup kalciju u morskoj vodi. Međutim, proces kalcifikacije opada zbog izmijenjene pH vrijednosti morske vode. Studije pokazuju opadanje stvaranja koralala u dijapazonu 52-73%.

FLORIDA KEYS



1980



2010

*Sl.36. Raspadanje koralnog grebena na Floridi prema NOAA
(Žunić, 2021)*

Kisele kiše, kojima doprinose ispušni gasovi ogromnog broja turističkih vozila, doprinose defolijaciji drveća. „Kiše koje apsorbiraju sumporne i azotne okside slabe drveće tako što razlažu nutrijente u zemljištu prije nego ih biljke stignu iskoristiti. Fenomen ogoljelog drveća poznat je pod nazivom defolijacija krošnje, zbog opadanja lišća izazvanog djelovanjem hemijskih spojeva defolijanata“ (Žunić, 2021).



**Defoliation in % of Spruce crown
(after Muler, E., Stierlin, H., 1990)**

*Sl.37. Defolijacija, ogolijevanje i sušenje drveća
(Autor)*

Kroz literaturu se navode brojni primjeri ugroženih ekosistema na Zemlji i fragmentacije staništa različitih vrsta u svijetu. U dokumentima IUCN (Turizam u zaštićenim područjima) pominju se negativni uticaji turizma na biodiverzitet *Machu Pichu*; antropogeni otpad ugrozio je ekosisteme Andskih visokih travnjaka i planinsko stanište ugroženog medvjeda.

Međutim, interesantno je kako turizam osvaja svijet i sve više prodire i u polarne regione, pa tako postaje dodatna prijetnja ranjivom polarnom medvjedu. „Očekuje se da će se učinci turizma na polarne medvjede povećati s obzirom na povećanu prisutnost ljudi u područjima gdje polarni medvjedi žive. To uključuje povećani promet u glavnom staništu polarnog medvjeda, što potencijalno dovodi do povećanih interakcija između ljudi i medvjeda i uznemiravanja ženki u brlogu i ženki s mladuncima“ (Polar Bear Agreement/ Polar Bear Range States).

Stanište polarnog medvjeda (ranjiva vrsta; procijenjena veličina populacije 22.000-31.000) je ugroženo zbog globalnog otopljenja i otapanja leda, ali i zbog konflikta sa čovjekom; industrija, toksično onečišćenje okoliša, povećane pomorske aktivnosti, uznemiravanje majčinih jazbina ili kontakt s izlivanjem nafte, potencijalni prekomjerni lov, kao i razvoj turizma, doprinose fragmentaciji staništa i otežanim uslovima egzistencije arktičkog medvjeda. „Fragmentacija staništa prisiljava sve više trudnih ženki da svoje jazbine rade na kopnu“ (WWF).

Osim toga, polarni medvjed se suočava i sa problemima pronalaska hrane, jer mu je otežan lov sa raspadajućih santi leda sa kojih inače lovi u vodi; u potrazi za hranom često znaju doći do kanadskih naselja i odlagališta otpada; lokalno stanovništvo je čak obučeno kako se ponašati u slučaju susreta s polarnim medvjedom (kontrola ponašanja, zaštitni sprej, hrana za medvjede u vidu bombona i sl.).



***Sl.38. Arktički polarni medvjedi:
zabrinuta majka i uplašeno mladunče***
(Autor; WWF)

7.5. Ugroženost živog svijeta

Živi svijet u kontekstu native, prirodne ili iskonske flore i faune određenog područja se poima i kao „divljina“, „divlji život“, „divlje životinje“, „divlja flora i fauna“, „živi svijet divljine“, „živi svijet prirode“ (eng. „wildlife“).

Turističke aktivnosti koje mogu potencijalno ugroziti živi svijet su:

- a) Lov i ribolov
- b) Polucija
- c) Potencijalne štete po živi svijet zbog gledanja i fotografisanja
- d) Razvoj puteva i željeznica u prirodnim i dr. područjima
- e) Razvoj turističke infrastrukture (žičara, ski-staze i dr.)

Negativne posljedice navedenih turističkih aktivnosti su:

- a) Promjene u sastavu vrsta, reproduktivna obilježja i društveno ponašanje; nestanak vrsta uslijed lova
- b) Redukcija unesenih životinja u staništu zbog lova
- c) Uticaj na zdravlje uključujući fizički stres, promjene ponašanja, smanjenu produktivnost kroz razvoj buke i dr. oblika polucije
- d) Upotreba deponija smeća kao izvora hrane
- e) Eutrofikacija od polucije
- f) Promjena ponašanja: izbjegavanje, privikavanje ili privlačenje sa ljudima što rezultira iz stalne interakcije uslijed posjeta, gledanja i fotografisanja
- g) Fiziološke promjene: promjene u srčanom ritmu, rastu i napuštanje zbog ljudskih posjeta
- h) Promjene vrsta: sastav vrsta, diverzitet i napuštanje, distribucija i međuspecifične interakcije zbog prisustva ljudi
- i) Disrupcija/ poremećaj hranjenja: pronađeno kod različitih životinjskih vrsta zbog interakcije s ljudima
- j) Uticaj na reproduktivno ponašanje i rasplodivanje zbog ljudskih aktivnosti
- k) Specifični poremećaj vrsta uzrokovan cestama, izgradnjom transportnih objekata (npr. žičara), i plantažama
- l) Ograničavajući efekti na zvijeri, kolizije, povećana dostupnost životinjama od kradolovaca
- m) Povećanje svjetlosne-vegetacije uz putne koridore
- n) Vozila ubijaju/ ili sakate životinje tokom kolizije, od čega korist imaju samo lešinari

Istraživanje ruskih naučnika u saradnji sa preduzećem „*Russian Arctic National Park*“, ustanovilo je da kada polarni medvjedi posjećuju odlagališta kućnog otpada u blizini nečijeg doma, do 25% sadržaja njihovog želuca i izmeta ima razni plastični otpad: plastične vrećice, omote, itd.- tzv. „dijeta“ polarnog medvjeda (zbog nestašice hrane i neprimjerene ishrane uslijed gubitka staništa uzrokovane raznim ljudskim aktivnostima, pa tako i turističkim posjetama).



Sl.39. Polarni medvjedi na deponiji u Novoj Zemlji, arhipelag u Arktičkom okeanu, sjeverna Rusija
(The Final Frontier of Investigative Reporting Enviro. News)

Na primjeru ihtiofaune, prekomjerni ribolov je uzrok disbalansu muške i ženske populacije jedinki, jer mamac pretežno uhvate mušjaci. Ribolov je selektivna aktivnost, jer se fokusira na određene vrste ili čak na određeni spol. „Ribolov školjkaša (npr. za rakove i jastoge) često zabranjuje izlov ženki u pokušaju da se poveća proizvodnja jaja, što smanjuje raznolikost unutar vrste. Smanjena populacija velikih mužjaka može rezultirati većinom parenja od strane zrelih, ali nižih jedinki koje imaju manje spermija. Prekomjerni izlov jednog spola (samo za muškarce za rakove i samo za žene za škampe) smatra se jednim od uzroka koji je doveo do kolapsa mnogih vrsta rakova i račića na Aljasci“ (Zhou et al., 2010). Selektivni ribolov mijenja ekosistem, jer smanjuje brojnost određenih skupina, mijenja omjer vrsta i spolova, kao i

distribuciju veličine, što implicira modifikacije u prehrani i strukturi ekosistema, a time i nekih svojstava bioraznolikosti. Pritom ne treba zaboraviti da su lov i ribolov jedna od važnih turističkih aktivnosti, koje doprinose ovim problemima, naročito ako nisu kontrolisane od nadležnih vlasti i kroz adekvatnu legislativnu dokumentaciju i propise vezano za konzervaciju i prezervaciju ugroženih vrsta i sl.

Agresivnom ponašanju grizlija u nacionalnim parkovima značajno doprinose turističke posjete, jer se osjećaju ugroženo zbog njima „stranih“ posjetilaca; medvjedi su grabežljivci i predatori koji obilježavaju areal i ljubomorno čuvaju svoje stanište; ljude doživljavaju kao „uljeze“ na svojoj teritoriji. Medvjedi i ljudi su praktično rivali, jer i jedni i drugi love istu divljač (srne, zečeve, losose, i dr.); ovo može biti jedan od uzroka nenaklonjenosti medvjeda čovjeku, mada su određena ispitivanja pokazala da medvjedi, čak i onda kada imaju izbor hrane, predstavljaju prijetnju čovjeku. Američki istraživači su sprovedli eksperiment, tako da su usred medvjedeg staništa postavili providnu kocku od neprobojnog stakla, u koju se smjestio naučnik, a okolo su pobacali meso divljači i lososa; ovo je u kratkom vremenu privuklo medvjeda, koji je svoj glavni interes i agresiju na kraju ipak usmjerio prema čovjeku u kocki, zanemarujući okolnu hranu. U svijetu se dešava 40 napada na ljude od strane medvjeda na godišnjem nivou; u nacionalnim parkovima SAD-a dešava se u prosjeku 11-13 napada grizlija (*Ursus arctos horribilis*) godišnje, u Rusiji i Turskoj 19, a u EU u prosjeku 18 napada medvjeda godišnje.

Posjetom zoo „Pionirska dolina“ u Sarajevu, uočeno je da su određene unešene vrste promijenile svoj karakter i prirodu ponašanja, i zapale u ozbiljna psihička stanja; uočen je poni koji konstantno udara glavom od ogradu; depresivni lav koji jedva da izlazi iz svog brloga; frustrirana antilopa; itd. Ovo nije situacija samo sarajevskog zološkog vrta, već i brojnih drugih sličnih „životinjskih zbirki“ u svijetu. Problemi zoloških vrtova jesu upravo vezani za ponašanje životinja, kao i s tim da su neke

životinje promijenile način prehrane, jer im se nudi proizvedena hrana; neke su čak razvile čula za ljudsku hranu, koja nepovoljno utiče na njihovo zdravlje i gojenje (upravo zato je zabranjeno hranjenje životinja u zoo); neke životinje nemaju apetita i odbijaju jesti „serviranu“ hranu i sl. Situacija u zoo je pogoršana kada se životinje drže na maloj i neuslovnoj površini sa znatno izmijenjenim ambijentom u odnosu na njihovo prirodno stanište. Međutim, i mali zoološki vrtovi imaju signifikantne turističke posjete, naročito iz perspektive zatočenih živih bića. Nisu sva živa bića ista, jer neka imaju niži stepen adaptacije i dramatično doživljavaju promjenu životne sredine; npr. lavovima lov u savani ne predstavlja samo način dolaska do hrane, već i životni stil; u prirodi lava je nagoni instinkt i potreba da sam sebi pribavi hranu; lav je „kralj divljine“ (simbol snage, i zaštitnik teritorije i porodice); „lavovi igraju ključnu ulogu u održavanju zdrave ravnoteže broja među ostalim životinjama, osobito biljojedima poput zebre i gnu – što zauzvrat utiče na stanje travnjaka i šuma“ (WWF). Eksperimentalna istraživanja uporednog ponašanja čimpanzi u šest zooloških vrtova u SAD i UK, i u divljini Ugande (2008-2010), pokazala su da čimpanze u zoološkim vrtovima ispoljavaju u prosjeku 5 različitih oblika abnormalnog ponašanja na svakih 40 minuta (depresija, anksioznost, motorika, samopovređivanje, ispijanje urina), što nije slučaj kod čimpanzi u prirodnom staništu. Istaknuti problemi svakako povlače pitanje etičnosti formiranja zooloških vrtova, koji su uprkos višestrukoj namjeni (nauka i edukacija, turizam i dr.), prvobitno podređeni upravo posjetama i zaradi, a razne aktivnosti posjetilaca (gledanje, fotografisanje, hranjenje, buka) djeluju uznemirujuće i iritantno na određene vrste. Npr. blic fotoaparata sa uključenim zvukom može značajno uplašiti životinju i izazvati prijeteće ponašanje, jer se osjeća ugroženom; zbog toga je sasvim opravdano dodatno naplatiti takvu aktivnost posjetiocima koji npr. insistiraju na egzotičnoj fotki s afričkom gorilom. Pristup gorilama u Ugandi košta 700 USD po osobi, a za "iskustvo navikavanja" koje omogućuje četiri sata s gorilama, cijena iznosi 1500 dolara.



***Sl.40. Tura s gorilama u neprohodnom nacionalnom parku
Bwindi
(Ngoni Safaris Uganda)***

Žičare se ponekad nazivaju „ekološkim grijehom“, jer se grade na preko 1500 metara n.v. u osjetljivim područjima planinskih i šumskih ekosistema. Za izgradnju žičare rade se neprirodni šumski usjeci, što npr. remeti stanište i gniježđenje ptica (pogotovo i zbog bučnog rada žičare), ali i kod određene faune u zemljištu; stajalište žičare, kao prilično teške konstrukcije, vrši značajan pritisak na tlo; vučna užad mogu biti prepreka pticama, a u svijetu su zabilježeni slučajevi da ptica uleti u otvorenu kabinu. Štetni uticaj žičare Riderfunk u Švicarskoj zabilježen je na primjeru tetrijeba, čija se populacija smanjila sa 40 na samo 1 komad u razdoblju od 7 godina nakon otvaranja žičare u Alpima. Müller navodi problem estetskog dojma, jer „žičare narušavaju sliku prirode, pošto režu šumu po linijarom izvučenoj crti“.

Za pripremu sportskih luka, koje imaju i turističku funkciju, radi se miniranje koralnih grebena; luke, krstarenja i turizam generalno podstiču eroziju plitkih obalskih područja, kao i zagađivanje vode

od motornih ulja, fekalija s turističkih kruzera, uznemiravanje podvodnog svijeta i dr. Sportovi na vodi (surfanje, skijanje i sl.), kao i kruzeri s bučnom zabavom (npr. preglasna muzika) znaju biti uzrok napadima isprovocirane ajkule.

Na primjeru skijaških staza, naročito danas u vrijeme globalnog otopljenja, povećane su potrebe za izgradnjom vještačkog snjega. Ovi procesi dovode do zakašnjelog otapanja snjega, zbog čega se formira dodatna (povećana) količina vode (od otopljenog snjega), što skraćuje vegetacioni period i otežava razvoj pojedinih vrsta flore. Pošto se radi noću (proizvodnja snjega), buka i ljudske aktivnosti nepovoljno utiču na šumsku divljač, koja je u kasnim satima u potrazi za hranom.

Radi gradnje prometnica u prirodnim područjima, krči se određeni dio vegetacije koja služi kao prirodni zaklon, dok aleje drveća uz cestu mogu privlačiti divlje životinje; u oba slučaja, životinje budu lakše izložene kradolovcima. „Unatoč zabrani međunarodne trgovine slonovačom, afrički se slonovi još uvijek krivolove u velikom broju. Deseci hiljada slonova svake godine budu ubijeni zbog svojih kljova od slonovače. Bjelokost se često urezuje u ukrase i nakit- Kina je najveće potrošačko tržište za takve proizvode“ (WWF Panda); slonovača se koristi i za izradu elektroničke opreme za avione i radare, muzičke klavijature, brave, pa čak i bilijarske loptice. Međutim, pošto ceste presijecaju prirodne ekosisteme i stanište živih bića, tako krda slonova na svojim migratornim putanjama, znaju biti uzročnik ozbiljnijem oštećenju prometnica. Sjene od drveća uz saobraćajnice mogu zaklanjati saobraćajne znakove, što može ugroziti ili izložiti opasnosti životinje, ali i ljude (vozače).

VIII TURISTIČKO PLANIRANJE I UPRAVLJANJE

8.1. Principi održivog turističkog planiranja

Turističko planiranje i politike turističkog razvoja obuhvataju:

- *Turistička strategija*: višegodišnja strategija javno dostupna; aspekti: okolišni, ekonomski, socijalni, kulturno nasljeđe, kvalitet, zdravlje i sigurnost
- *Turističke menadžment organizacije*: organizacije, odsjeci, grupe, vijeća za koordinaciju održivog turizma; upravljanje ekološko, socijalno i kulturno kroz relevantne državne okolišne i planerske institucije
- *Planerske regulative*: planerski vodiči, regulative, politike koje integrišu održivu upotrebu zemljišta, namjenu, izgradnju i sl.; regulative koje štite prirodno i kulturno nasljeđe
- *Monitoring*: sistemski monitoring, javni izvještaji; okolišni, ekonomski, socijalni, kulturno nasljeđe, zdravlje i sigurnost.

„*Turističko planiranje*“ je proces identifikacije objekata, i definiranje i evaluacija metoda kojima se to postiže, pri čemu podrazumijeva sve turističke resurse, organizaciju, tržište, i programe u datom području, a uključuje i ekonomski, ekološki, društveni, i institucionalni aspekt turističkog razvoja“ (Stynes & O'Halloran, 1987). Definiciji svakako treba dodati geografski aspekt turističkog planiranja.

Geografski aspekt turističkog planiranja, kao i hijerarhija turističkog planiranja: internacionalni, interregionalni, nacionalni, regionalni, lokalni nivo, elaborirani su pobliže u prethodnoj knjizi autora: „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“ (Žunić, 2022; str. 204-217; 105-107).

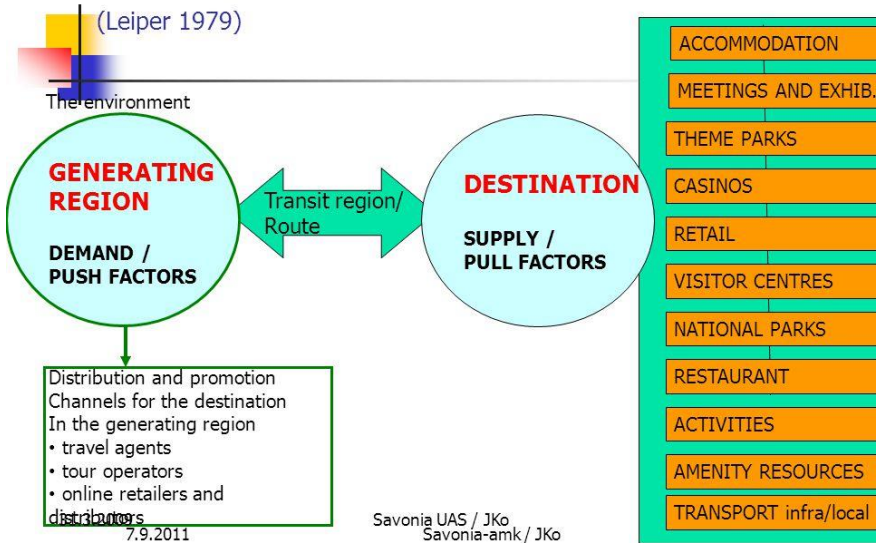
„Glavni principi turističkog planiranja su:

- a) Planiranje turizma kao integrativnog sistema
- b) Dugoročno i strateško planiranje
- c) Uključivanje javnosti u planiranje
- d) Planiranje održivog razvoja” (Monroe College, NY).

❖ *Planiranje turizma kao integrativnog sistema* bazira se na činjenici da turizam predstavlja izuzetno kompleksan sistem. Sistemom turizma bavili su se brojni autori: Leiper, Styeness i O'Halloran, Gunesch, McKercher, Serra, Petrič, istraživači sa Monroe College u Nju Jorku, itd. Prema Stynes i O'Halloran, turistički sistem se može predstaviti kroz tri podsistema: a) *turistički resursi* (prirodni, kulturni, ljudski, kapitalni-infrastruktura i finansije); b) *turističke organizacije* (federalne, državne, regionalne i lokalne za planiranje turizma, turoperator i agencije, prevoznike, informativne, smještajne, catering, zabavne, zdravstvene, poslovne i dr.); i c) *turistička tržišta* (potražnja i potrebe turista zavisno od geografskih karakteristika područja, udaljenosti, motiva i svrhe posjete- razne aktivnosti). Petrič navodi da turizam kao sistem obuhvata: turističku destinaciju, potražnju i ponudu, kao i potrošačke, proizvođačke, institucionalne i upravljačke pod sisteme.

Prema Leiper-u, turistički sistem povezuje generativna i destinacijska turistička područja putem različitih kanala transporta i komunikacije. Za generativna (*emitivna*) područja presudni su podsticajni- „push“ faktori (turoperator, promocija i sl.), dok su za destinacijska (*receptivna*) područja turizma najvažniji privlačni- „pull“ faktori (smještaj, zabava, šoping, turističke usluge i sl.). Turizam utiče na kreiranje jedinstvenog ambijenta: prirodnog, društvenog, kulturološkog, političkog, ekonomskog, tehnološkog (impakti turizma na oblikovanje životne sredine- ambijentalnost).

THE TOURISM SYSTEM



Shema 12. Leiper-ov turistički sistem
(Repozitorij „Theseus.fi“)

Prema istraživačima s Monroe College, turistički sistem obuhvata *faktore potražnje* (corr. „push“) i *faktore ponude* (corr. „pull“). Faktori potražnje su međunarodna i domaća turistička tržišta, kao i lokalci koji koriste turističke atrakcije, uređaje i usluge. Faktori ponude objedinjuju turističke atrakcije i aktivnosti, smještaj, transport, turističke uređaje i usluge, institucionalne elemente i drugu infrastrukturu. Atrakcije uključuju prirodne, kulturne i posebne tipove obilježja- kao što su: tematski parkovi, zoološki vrtovi, botanički vrtovi i akvarijumi- i aktivnosti koje su povezane sa tim atrakcijama. Smještaj uključuje hotele, motele, apartmane i druge tipove objekata gdje turisti mogu prenoćiti. Turistički uređaji i usluge uključuju ture i putničku operativu, restorane, prodavnice, banke i mjenjačnice, i medicinske i poštanske kapacitete i usluge. Faktori ponude se nazivaju „turističkim proizvodom“. Drugi elementi se također vezuju za faktore ponude (opskrbljivači), npr. zahtjeva se infrastruktura. Turistička infrastruktura posebno

uključuje saobraćaj (zračni, cestovni, željeznički, vodeni), vodene kapacitete, električnu energiju, komunalnu opremu, i telekomunikacije. Efektivan razvoj, operativnost i menadžment turizma zahtjevaju određene institucionalne elemente. Ovi elementi uključuju:

- a) Organizacione strukture, vladine turističke urede i privatni sektor turističkih udruženja kao što su hotelske udruge i sl.
- b) Turistička legislativa i regulativa, kao što su standardi i licenciranje zahtjeva za hotele i ture i putničke agencije
- c) Edukacija i trening programi, i trening institucije koje pripremaju osobe za efektivno obavljanje poslova u turizmu
- d) Raspoloživ finansijski kapital za razvoj turističkih atrakcija, uređaja, usluga i infrastrukture, i mehanizmi za privlačenje kapitalnih investiranja
- e) Marketinške strategije i promocijski programi da informišu turiste o zemlji ili području, i da ih navuku da ih posjete, i turistički informativni uređaji i usluge u turističkoj destinaciji
- f) Putničke odredbe (uključujući viza aranžmane), uređaji usluge, legislativa za ulazak i izlazak turista iz zemlje.

❖ *Dugoročno i strateško planiranje* podrazumijeva institucionalni oblik turističkog planiranja ispred korespondentnih tijela i institucija (vlada, ministarstva, općine i dr.). Ova tijela su zadužena za pripremu prostorno-planske i strateške dokumentacije u oblasti turizma, kojom se utvrđuju opći i specifični ciljevi i razvojne mjere. Turističke politike i planovi razvoja rade se za 5, 10, 15 ili 20 godina. Prostornim planom i strategijom razvoja, kao i planovima posebne namjene se utvrđuje značaj turizma i određene smjernice turističkog razvoja, dok se tematskom dokumentacijom pobliže određuju akcije i djelovanja u oblasti turističkog planiranja. U tom smislu važni su jasno definirani dokumenti i instrumenti turističke politike, uključujući pripremu strategije turističkog razvoja i master plana turizma. Strategija turističkog razvoja radi se na državnom nivou obično za period od 10 godina, mada može biti

i na period od 5 godina i sl.; osim na državnom, strategije turističkog razvoja se pripremaju i na nižim distancama prostornog i turističkog planiranja, regionalni ili lokalni nivo; npr. Strategija održivog razvoja turizma općine Stari Grad 2018-2022 (Sektor za lokalni razvoj, Općina Stari Grad). U Bosni i Hercegovini nema strategije turističkog razvoja na nacionalnom (državnom) nivou, zbog specifične političko-administrativne uređenosti države na entitete (FBiH i RS) i Brčko distrikt, a umjesto toga dostupne su: Strategija turističkog razvoja FBiH za period 2022-2027, i u RS Strategija turističkog razvoja za period 2011-2020. godine, dok nije poznato da je utemeljena strategija razvoja turizma u Brčko distriktu, iako je navodno planirana za period 2022-2027. (umjesto toga je dostupna opća strategija razvoja 2021-2027.). Master plan turizma može se raditi na državnom nivou (npr. „Održivi turistički master plan“ za period 2015-2025. godine, Federalna demokratska republika Etiopija), mada je uobičajeno da se radi za grad, i to na period od 10 ili 20 godina. „Master plan turizma- TMP je dugoročni razvojni plan koji može trajati 10 ili 20 godina. Osigurava organizirani i strukturirani okvir za razvoj i promociju turizma unutar grada. To uključuje stvari poput planiranja smještaja, prevoza, turističkih aktivnosti, zakonodavstva i propisa, kao i marketinga i promocije“ (Gradska uprava Minneapolis). Primjer: San Diego 20-godišnji master plan turizma (San Diego Tourism Marketing District, 2015); u Bosni i Hercegovini, izrađuju se posebni master planovi turizma za pojedina planinska područja (Vlašić, Jahorina, i dr.).

Tab.32. Modifikovani sistem planiranja i upravljanja turističkom destinacijom prema Magašu

| Nosioci | Instrumenti | Planiranje | Nivo |
|-------------------------|--|---|------------|
| Politička tijela | Prostorno-planski dokumenti; master plan turizma | Ideja vodilja/ strategija turističkog razvoja | Normativni |
| Turističke organizacije | Marketinška strategija | Turistički marketinški plan | Strateški |
| Individualni ponuđači | Pojedinačne strategije marketinga, i plan aktivnosti | Turistički koncept komunikacije i plan aktivnosti u destinaciji | Operativni |

(Autor)

Magaš ističe da je u turističkom planiranju i upravljanju destinacijom najvažnija ideja vodilja u turizmu, koja podrazumijeva:

- Turizam može imati pozitivne i negativne impakte na životnu sredinu;
- Strategija ponude i konkurentnost destinacije: popularnost, dobar imidž, kompleksna ponuda i ukupni kvalitet; orijentacija prema turistima i sl.;
- Pravni, ekonomski, ekološki, društveni i etički aspekt ideje vodilje u turizmu;
- Ciljevi, sadržaj, planiranje, analiza, strategija i konkretne mjere u turističkom djelovanju; turističke organizacije i planeri bi trebali biti glavni lideri i mozgaši u tom smislu.

❖ *Uključivanje javnosti u planiranje* podrazumijeva da ljudi, prvenstveno lokalno stanovništvo, trebaju biti upoznati sa namjerama turističkog planiranja, jer treba da ostvare određene beneficije. Bitna je podrška javnosti. Nacionalni i regionalni turistički planovi trebaju biti poznati javnosti, a lokalna zajednica treba imati mogućnost da prihvati ili odbije prijedloge i sl. Planerske studije, projekti iz oblasti turizma i sl., moraju ispoštovati reprezentativnost. Ovo podrazumijeva da se uključuje privatni i javni sektor, lokalna zajednica, religijske i druge relevantne institucije, itd. Potrebno je osigurati saradnju i zajedničke interese kroz javne tribine, diskusije, razmjenu iskustava i preporuke. Npr. kod većih nacionalnih i regionalnih planova (ako su velike zemlje), projektna dokumentacija se podnosi centralnim vlastima i opet uz učešće javnosti, itd.

❖ *Planiranje održivog razvoja turizma* podrazumijeva ukupne postulate turističkog planiranja vodeći računa o ekološkim, socijalnim, kulturnim i ekonomskim doprinosima turizma. U osnovi je ekološki pristup, koji uključuje konzervaciju prirodnih i kulturnih atrakcija, radi porasta njihovog turističkog i ukupnog značaja, kao i značaja za lokalne zajednice (ovo bi trebalo biti

prioritet). Primarni cilj održivog turističkog razvoja jesu povećane beneficije za lokalno stanovništvo. Kvalitetni turistički razvoj postiže se kroz stručno i naučno zasnovano turističko planiranje. Poštivanje ekoloških principa turističkog razvoja i racionalno korištenje resursa, uz odgovornost javnog i privatnog sektora, ključne su smjernice za postizanje održivosti.

Da bi neka turistička destinacija ispoštovala principe održivog razvoja, potrebno je da ulaže napore da implementira postulate propisane deklaracijom Svjetske turističke organizacije u vezi sa ekološki prihvatljivim turizmom:

- Razvoj turizma na ekološkim principima; dugoročno ekološki prihvatljiv, ekonomsko izvodiv, kao i etički i socijalno pravedan za zajednicu domaćeg stanovništva; ekološko upravljanje prirodnim i kulturnim resursima.
- Integritet prirodne, kulturne i ljudske okoline; prirodna ravnoteža i kapaciteti održivosti i samoregulisanja
- Promocija tradicionalnih kulturnih elemenata i identiteta autohtonog stanovništva treba biti u fokusu djelovanja
- Solidarnost i kooperativnost djelovanja na svim nivoima: internacionalni, nacionalni, regionalni i lokalni.
- Kulturne i profesionalne inovacije, integracija instrumenata planiranja i menadžmenta- upravljanja prirodnim i kulturnim resursima
- Strategije i turistički projekti održavanja kvalitete turističkog mjesta
- Turizam mora koristiti mogućnosti lokalnog privrednog razvoja
- Mora imati pozitivan socio-ekonomski efekat i poboljšati standard života
- Planovi turizma i njihova nadogradnja i usklađivanje
- Ekološki primjereno formiranja cijena (tako da bude dostupno turistima iz raznih dijelova svijeta)

- Prioritet ekološki i kulturno senzibilnih regija (ekonomski i pravni aspekti)
- Podsticanje alternativnih oblika turizma- eko- turizam
- Razvoj otvorenih mreža u svrhu informisanja i istraživanja i transfera znanja na području turizma i ekologije
- Podupiranje projekata, studija i programa iz oblasti turizma i zaštite životne sredine
- Državna tijela i turističke organizacije i sl. trebaju postaviti smjernice za održivi razvoj turizma (strategije)
- Ekološki uticaji saobraćaja i energije u turizmu; redukcija potrošnje i negativnih posljedica
- Glavni akteri – subjekti turizma moraju poštovati ekološke principe turističkog djelovanja
- Mjere djelovanja na utvrđenim nivoima planiranja (internacionalni, nacionalni, regionalni, lokalni)

Ključni ciljevi održivog upravljanja turističkom destinacijom su:

- 1) stvaranje prikladnog okruženja za razvoj turizma u destinaciji, što obuhvata tri stavke:
 - a) životni standard;
 - b) turističko zadovoljstvo;
 - c) razvoj turističke destinacije, ljudskih resursa i turističkih proizvoda;
- 2) kontinuitet turističkog prometa, marketing i imidž destinacije; marketinško privlačenje posjetilaca u destinaciju kroz promociju i upravljanje odnosima s gostima (Guest Relationship Management - GRM), i dr.;
- 3) kvalitet turističkog razvoja i dugoročnost korištenja; podizanje kvalitete doživljaja kroz operativne aktivnosti, kao što su: poboljšanje kvalitete u svim segmentima destinacijskog proizvoda, razvoj i upravljanje atrakcijama, poslovno savjetovanje, i istraživanje.

Upravljanje turizmom npr. u eko-turističkim destinacijama (zaštićena područja), treba da osigura: generisanje prihoda, upravljanje posjetama, i investiranje u infrastrukturu, usluge i osoblje, kroz razvoj održivih aktivnosti i proizvoda (foto safari i gledanje ptica, jahanje, rafting, biciklizam, rekreacija, liječenje, meditacija). Elaborirajući geokološke impakte turizma, ukazano je šta bi sve trebalo da omogući održivi turizam (vidi poglavlje IV).

8.2. Monitoring i procjena impakata turizma

„*The Tourism Impact Attitude Scale*“ podrazumijeva tehnike identifikacije socio-kulturnih, ekonomskih i geokoloških uticaja turizma, što također uključuje stavove lokalne zajednice i sl.

| Positive or Negative? Social | Positive or Negative? Economic | Positive or Negative? Environmental |
|---|--|---|
| <p>Infrastructure (roads, airports etc) are improved to encourage tourism which also benefits the locals 😊</p> <p>By providing jobs in rural areas it can reduce rural-urban migration stopping the development of slums in urban areas 😊</p> <p>Tourists are sometimes very disrespectful to local cultures and customs and can insult locals. 😞</p> <p>Some tourist areas can end up with a high availability of alcohol and drug use which can increase crime rates. 😞</p> | <p>About 60-75% of the money that a tourist spends on their holiday does not go the LDC. This is called economic leakage. 😞</p> <p>Tourism brings in valuable currency, which is necessary to import things from abroad to help the country. 😊</p> <p>Increased job opportunities increased tax revenues for the government. 😊</p> <p>Provides jobs in the service industry (in hotels etc). 😊</p> <p>Most jobs are menial, low paid and seasonal. 😞</p> <p>Money is often borrowed by the LDC government to invest in infrastructure leading to debt. 😞</p> | <p>The tourist industry uses up a lot of local resources. Electricity and water use is much higher than by locals. 😞</p> <p>Tourism coming to an area can sometimes encourage the government to start the clean up of polluted areas. 😊</p> <p>Overcrowding of an area can sometimes lead to littering and pollution of local environments. 😞</p> <p>Local land is often bought up by large tourist companies with payment to the government and locals lose their most scenic areas. 😞</p> |

Shema 13. Izdvojeni pozitivni i negativni impakti turizma
(Conrad's KIS IGCSE Geography Support)

Parametri kojima su određeni pozitivni i negativni impakti turizma (sukladno sadržaju monografije), ujedno su relevantni za procjenu ukupnih uticaja turizma na prirodu i društvo, uključujući i ekonomiju. Međutim, u literaturi se izdvajaju i dodatni parametri vezano za socio-kulturne i ekonomske impakte turizma (kako su pobrojani ispod), kao i sistemski monitoring kada je u pitanju procjena uticaja turističkih aktivnosti i turističke infrastrukture na životnu sredinu, a prevashodno njene prirodne komponente i fizičko opterećenje (kapacitet nosivosti).

Procjena socio-kulturnih uticaja turizma vrši se mjerenjem relevantnih parametara, kao što su:

- a) Dužina boravka
- b) Ekonomska zavisnost turizma
- c) Udaljenost turističkih centara od lokalnog naselja
- d) Angažman lokalne zajednice u turizmu
- e) Nivo znanja u turizmu i zaštiti životne sredine
- f) Nivo kontakta sa turistima
- g) Nivo turističkog razvoja
- h) Uticaj turizma na razvoj rekreativnih sadržaja od koristi za lokalnu zajednicu
- i) Razvoj održive saradnje: perspektiva preduzeća; povjerenje, upravljanje, monitoring

Procjena ekonomskih uticaja turizma moguća je preko parametara:

- a) Cijene
- b) Zaposlenost
- c) Investicije
- d) Uvoz
- e) Potrošnja strana razmjena
- f) Finansijska infrastruktura
- g) Marketing
- h) Inicijative
- i) Trgovina
- j) Direktne i indirektne promjene u ekonomskim faktorima
- k) Multiplikativni efekti turizma.

Procjena negativnih uticaja turizma na fizičko-geografske i biološke atribute životne sredine u literaturi se pretežno deklariraju kao „ekološki negativni impakti turizma“. Ovo uključuje mehanizme praćenja, procjene i ublažavanja negativnih uticaja turizma na okoliš (životnu sredinu). U tome je naročito važna legislativna podrška i istraživačka dokumentacija. Potrebni su naponi planera kako bi se utvrdile strateške odrednice i smjernice razvoja. Leung et al. predstavili su koncept monitoringa praćenja negativnih učinaka turizma u zaštićenim područjima, koji se sastoji

od: EIA, SEA, i drugih mehanizama procjene, uključujući moguće implikacije.

A. EIA (*Environmental Impact Assessment*)- *okolišni uticaji i strategija procjene uticaja:*

- Opis projekta ili razvoja
- Projekcije ključnih okolišnih uticaja i njihovog značaja
- Javne rasprave i učešće kod izgradnje turističke infrastrukture
- Mjere ublažavanja i sprečavanja negativnih uticaja (ekološke i dr. naučne metode)
- Dokumentaciona osnova odluka i planova
- Monitoring
- Minimiziranje deplecije (osiromašenja) prirodnih resursa i društvene disrupcije
- Državna legislativa i podrška EIA i investicije
- Planovi upravljanja u zaštićenim područjima:
 - a) Tip i vrsta resursa koji se zaštićuje;
 - b) Vrsta, karakter i lokalitet turističke infrastrukture i aktivnosti i usluga;
 - c) Sadržaj turizma i zone zaštićenih područja za upotrebu/namjena;
- Pojedinačne procjene uticaja npr. uticaj izgradnje i operative hotela u zaštićenom području

B. SEA (*Strategic Environmental Assessment*): *formalni, sistemski i komprehensivni proces evaluacije okolišnih uticaja i politike, plana ili programa i njegovih alternativa*

- Ukupna procjena turističkog razvoja i aktivnosti u zaštićenom području i mogućnosti planiranja koncesije i sl.

C. Ostali mehanizmi *procjene negativnih uticaja u zaštićenim područjima*

- Multiplikativni parametarski rangirajući sistem; svaki parametar se pojedinačno procjenjuje (npr. gubitak vegetacije, šteta na drveću i sl.);
- Procjena ekološkog uticaja; potencijalni uticaji na ekosisteme
- Kumulativna procjena uticaja
- Ultimativni okolišni prag; prag tolerancije u prirodnoj sredini- samoreglativnost
- Procjena uticaja na biodiverzitet
- Input i output menadžment; stepen degradacije i stepen restauracije; koliko će npr. hoteli promijeniti prirodni krajolik i kako ih najbolje uklopiti u prirodni ambijent (dimenzije i proporcije, uglovi, boje i sl.)

D. Implikacije

- intenzitet okolišnih uticaja u zaštićenim područjima zavisi od turističke infrastrukture i aktivnosti, odnosno kako su one isplanirane, implementirane i monitorisane;
- ako je negativni uticaj- rizik, treba izbjeći ili planirati neku manje rizičnu aktivnost ili ublažiti štetu (npr. ako će se posjeći šuma, onda treba posaditi drveće u drugom području);
- ekološki osjetljiva područja izbjegavati ili samo male zahvate ako priroda dozvoljava

Strateški monitoring- koncept integrisanog praćenja uticaja turizma na životnu sredinu sastoji se od:

- a) uvodna razmatranja ili metodologija (cilj, predmet, lokacija, metode i instrumenti, eksperti);
- b) uticaj turističke i rekreativne infrastrukture na prirodno-geografske komponente životne sredine (voda, stanište, tlo i vrste);
- c) monitoring turističkih resursa uključujući mogućnosti eksploatacije i iskustva;
- d) monitoring posjeta i upotreba;

- e) ekosistemski monitoring (voda, pejzaž, arheološki sajтови, živi svijet i opterećenje životne sredine- intenzitet posjeta).

❖ Primjer: Planiranje i upravljanje turističkim resursima.

Potrebno je da se na najracionalniji način valorizuju njihovi atributi i maksimiziraju rekreativne šanse, tj. da se postigne što veći diverzitet turističkih aktivnosti i konkurentnost turističke ponude. Međutim, i pored valorizacije geografskih objekata za određenu turističku namjenu, što je u pravilu sprovedeno kroz naučne studije i planske dokumente i potom implementirano u prostoru, potrebno je uvijek iznova vršiti valorizaciju turističkih impresija, percepcija i iskustava. Npr. za neki planinski turistički lokalitet koji bi smo koristili za potrebe zimsko-rekreativnog turizma, odredili bi karakteristične indikatore u vezi sa vrednovanjem geografskih objekata- planina, kao što su: geomorfološki parametri (hipsometrija, nagibi, ekspozicija, dužina padina), klimatski parametri, biodiverzitet, eventualno mogućnosti konzervacije i sl. Računali bi da su nam najpovoljniji nagibi za ski-staze 20-40°, najidealnije su nam sjeverne i zapadne ekspozicije zbog dužeg zadržavanja snijega, uslov je dužina staze od min. 500 m, visina snježnog pokrivača 50 cm najmanje 3 mjeseca godišnje, planinska ili alpska klima, i optimalna zimska turistička sezona sa 3+ mjeseci s temperaturom 0°, itd. Osim pripreme skijališta, planirali bi da iskoristimo i terene sa blažim nagibom, pa bi npr. one sa 5-10° uzeli za nordijsko skijanje, zaravnjenije terene vjerovatno za izgradnju hotela i planinskih domova, itd. Planirali bi smo i parking i drugu komunalnu infrastrukturu, pješačku zonu, ugostiteljske objekte, promociju, prevoz, smještaj i dr. Moguće je čak da bi smo, zbog klimatskih promjena i otopljenja, morali uvesti neke tehničke kompenzatore za vještačku reprodukciju snijega (topove) i sl. Nakon što su izvršena ukupna istraživanja, vrednovanja, procjene uticaja na životnu sredinu, pripremljena planska dokumentacija, ispoštovane sve legislativne procedure (usvojeno), navedeni turistički lokalitet stavljamo u funkciju, tj. uključujemo ga u

turističku ponudu i koristimo za zimsko-rekreativni turizam. Zbog priliva posjeta stranih i domaćih turista, u obavezi smo uvesti monitoring praćenja uticaja turizma na pojedinačne komponente životne sredine (zrak, vodu, zemljište, biodiverzitet, lokalno stanovništvo). Za praćenje istih uvode se različite mjerne stanice, kao i različiti oblici nadzora, uključujući kontrolisani pristup vezano za korištenje turističkih atrakcija i parkinga, itd. Potrebno je odrediti ključne parametre koji su mjerljivi i koji nam pokazuju eventualni stepen degradacije životne sredine, od kojeg zavisi dalje održivo upravljanje područjem. U tom kontekstu, sistemski monitoring obuhvata parametre vezano za procjenu stanja po pitanju očuvanosti pejzaža, kvalitete zraka, vode, erozije zemljišta, očuvanost arheoloških sajtova, interakcija sa živim svijetom, intenzitet posjeta, itd.

Međutim, sve ovo nije dovoljno da bi se tačno utvrdila vrijednost i popularnost turističkog lokaliteta, koji sam po sebi nije dovoljan, jer mu dinamiku i život daju upravo njegovi posjetioci, koji mogu ili ne moraju biti zadovoljni onim što taj lokalitet nudi. Zbog toga se obavezno prate turistička iskustva i impresije (mjerenje turističkog zadovoljstva), koja u savremeno doba imaju globalni odjek u svijetu zahvaljujući prenesenoj riječi (*Word of Mouth*) i internetu (*Trip Advisor* i sl.). Posjetioci predstavljaju najjače promotore turizma, jer ljudi iz raznih područja svijeta rado dijele svoja iskustva i ostavljaju recenzije na određene atrakcije, lokalitete i destinacije, na osnovu čega raste ili opada imidž istih. Pozitivna iskustva (*preporuka*) su garancija da će taj lokalitet imati dugotrajnost i dugoročnu isplativost, jer će ljudi, hvaleći ga, stimulisati nove posjete, ali će se i sami vraćati na to odredište. Turistička posjećenost u konačnici donosi veću zaradu i prihode, u kojima bi trebali kontribuirati najprije lokalci i dr.

Tab.33. Strateški monitoring impakata turizma na životnu sredinu prema IUCN

| |
|---|
| <p>1) Uvodna razmatranja/ Metodologija: <i>Zašto se nešto prati, šta se prati, gdje i kada, ko to radi?</i></p> |
| <p>2) Uticaj turističke infrastrukture na životnu sredinu mjeri se preko ekološkog monitoringa:</p> <p>a) <i>Upravljanje kanalizacijom:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mjerenje fizičkih parametara: npr. zamućenost - Mjerenje hemijskih parametara: npr. nitrogen i fosfor - Mikrobiološki parametri: protozoe, nivo fekalija i bakterije <p>b) <i>Praćenje staništa:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Praćenje invazivnih vrsta - Adaptacija unešenih jedinki |
| <p>3) Monitoring rekreativne infrastrukture:</p> <p>a) <i>erozija tla</i></p> <p>b) <i>ugroženost vrsta</i></p> |
| <p>4) Monitoring turističkih resursa- održivi turizam u zaštićenim područjima zavisi od integracije i stanja prirodnih resursa, uključujući i prirodne pejzaže i biodiverzitet</p> <p>a) <i>Turizam ili rekreativne šanse</i></p> <p>b) <i>Turistička iskustva</i></p> <p>c) <i>Turističke aktivnosti</i></p> |
| <p>5) Turističke posjete i upotreba</p> <p>a) <i>Broj posjeta</i></p> <p>b) <i>Noćenja</i></p> <p>c) <i>Sati posjete</i></p> <p>d) <i>Dani posjete</i></p> <p>e) <i>Trošenje turista</i></p> <p>f) <i>Praćenje uticaja posjeta</i></p> |

6) Praćenje uticaja posjeta podrazumijeva ekosistemski monitoring:

a) Kvalitet vode:

- Parametri: nutrijenti; E. Colli
- Stanje na pritokama
- Morfologija korita
- Stanje vegetacije u vodi
- Živi organizmi: indikatori čiste vode (rakovi) ili zagađene (ciprinidi)

b) Prirodni pejzaži:

- Okupacija zbog pretjeranih posjeta
- Stanje prizemne vegetacije zbog gaženja
- Oštećenost drveća i grmlja
- Oštećenost turističke infrastrukture na turističkim lokalitetima ili stazama
- Ometanje habitata i fragmentacija staništa
- Neprimjerena interkacija posjetioca sa životinjama
- Zbijanje tla

c) Arheološki sajтови:

- Stanje, stabilnost, integritet;
- Očuvanost, vandalizam; gubitak ili oštećenost

d) Intenzitet posjeta:

- Gužva, konflikt i buka
- Broj posjetioca/ sat
- Gustoća: broj posjetioca/ m²
- Broj vozila/ m²

e) Interakcije posjetioca sa živim svijetom:

- Slikanje, hranjenje ili uznemiravanje životinja
- Kidanje biljaka i sl.

(Autor)

8.3. Promocija turizma i mjere redukcije negativnih impakata

Leung et al. (IUCN), Kreag, Josef i Kacetyl, i brojni dr. autori, izdvajaju najvažnije mjere za redukciju negativnih uticaja turizma na lokalnu i životnu sredinu po ključnim oblastima:

- Održivo turističko planiranje;
- Monitoring praćenja negativnih učinaka turizma i implikacija: EIA, SEA i dr.;
- Strateški monitoring impakata turizma na životnu sredinu;
- Geoekološki menadžment;
- Upravljanje posjetama;
- Društveno zdravlje i sigurnost;
- Ekonomska vitalnost;
- Kulturološka konzervacija;
- Uključivanje lokalne zajednice;
- Promocija pozitivnih impakata turizma.

8.3.1. Održivo turističko planiranje

Što se tiče održivog turističkog planiranja, ono u suštini obuhvata razumijevanje turizma i destinacije kao kompleksnog sistema, principe, politiku i instrumente turističkog planiranja, upravljanje turističkim razvojem na svim nivoima (počevši od lokalnog kao najvažnijeg, pa zatim regionalnog, državnog, interregionalnog i međunarodnog), uključujući potrebu da se osigura konkurentnost destinacijske zemlje i održivi razvoj (detaljnije- vidi 8.1.). „Razumijevanje da razvoj turizma može rezultirati mnogim i složenim uticajima, sugerise da lokalni izabrani dužnosnici, turistička industrija i stanovnici zajednice trebaju sarađivati i pažljivo planirati njegov rast i razvoj. Planiranje može pomoći u stvaranju industrije koja poboljšava zajednicu uz minimalne troškove i disrupciju u drugim aspektima života u zajednici. Imati široku uključenost zajednice i prihvatanje različitih perspektiva

tokom planiranja pomaže identificirati i riješiti rizike koji bi inače kasnije stvarali probleme“ (Kreag, 2001).

Pošto je u destinacijama sa velikom posjećenosti prisutna turistička kongestija, pogotovo u slučaju kada je receptivno područje prenapučeno u demografskom smislu, jedna od mjera je uvođenje specijalnih modusa transporta radi redukcije gradske gužve. U tom smislu, zanimljiv je elevacijski autobus u Kini koji vozi iznad gužve; za pogon koristi električnu i solarnu energiju, ima kapacitet 1200 ljudi, a 5x je jeftiniji od metroa.



*Sl.41. Kineski elevacijski (povišeni, izdignuti) autobus
(Bored Panda Art, 2016)*

Održivi razvoj turističkih područja temelji se na (geo)ekološkim principima turističkog planiranja, a podrazumijeva redukcione i sanacijske mjere negativnih impakata turizma na životnu sredinu, kao i postulate kojima se osigurava da je turizam dugoročno ekološki prihvatljiv, ekonomski izvodiv, i etički i socijalno pravedan. U osnovi geoeколоškog menadžmenta je uglavnom praćenje i sanacija štetnih uticaja turizma na prirodno-geografske komponente životne sredine (voda, zrak, tlo, biljni i životinjski svijet, pejzaž). Monitoring praćenja negativnih učinaka turizma i

implikacija: EIA, SEA i dr., kao i strateški monitoring impakata turizma na životnu sredinu, predstavljeni su u prethodnoj stavci (8.2.), a generalno podrazumijevaju procjene ukupnih učinaka turizma na pojedinačne komponente životne sredine, uvažavajući njena specifična obilježja i kapacitet nosivosti, kao i značaj interakcija turističkih radnji i posjeta sa ljudima, živim svijetom flore i faune, i sveukupnim okruženjem.

8.3.2. *Geoekološki (env.) menadžment* – obuhvata:

- a) Klimatske promjene: politika istraživanja i praćenja;
- b) Zaštita osjetljivih područja i ugroženih vrsta;
- c) Zaštita životinja: zabrana lova, izlaganja, prodaje, okupacije, i zaštita (posebne zone);
- d) Emisija stakleničkih gasova- praćenje;
- e) Zaštita energije: štednja i nove tehnologije (bioenergija);
- f) Upravljanje vodama, sigurnost i redukcija gubitaka vode;
- g) Redukcija čvrstog otpada- strategija;
- h) Minimiziranje vizuelno-auditivne polucije (svjetlost i zvuk);
- i) Eko- transport;
- j) Okolišni rizik- strateški dokumenti na svim nivoima: nacionalni, regionalni i lokalni;
- k) Naplata aktivnosti posjetiocima na relaciji sa očuvanjem staništa i vrsta (npr. slikanje sa egzotičnim životinjama - specijalni produkt koji se dodatno plaća)

Iako se prikazane stavke odnose primarno na ekološko upravljanje zaštićenim područjima, većina stavki je primjenjiva na bilo koju drugu destinaciju turizma, ukoliko se želi povesti računa o kvaliteti životne sredine. Upravo zbog toga, planiranje turističke operative (ili korištenje prostora za bilo koju drugu namjenu), podrazumijeva izradu studije uticaja na životnu sredinu, kao i introdukciju monitoringa uticaja turizma na komponente životne sredine. Danas postoji niz savremenih alata i platformi (internet) putem kojih se

informišemo o indeksu kvalitete zraka u nekom području, jer je mjerenje polutanata i procjena očuvanosti zraka za ljude i živi svijet obaveza svih receptivnih područja i sl. Svaka turistička destinacija ima obavezu implementirati pravila održivog razvoja koliko je god moguće radi poštivanja globalnih ciljeva održivog razvoja u konačnici, što će podrazumijevati praćenje klimatskih promjena, kao i utvrđivanje stepena degradacije životne sredine. Moderni cilj ne samo zaštićenih područja, već i zapadnoevropskih i dr. svjetskih metropola, jeste reducirati saobraćajne zone, a povećati rekreativne, pješačke i biciklističke zone radi redukcije aerozagađenja i sl. Osim toga, moderni trendovi na polju konzervacije (SAD, EU, G7), teže ka povećanju procenta zaštićene teritorije na 30% na državnom nivou, jer se ljudi ponovo okreću prirodi, dok istovremeno prirodno bogatstvo održava planetu Zemlju; primarni razlog je razvoj eko-turizma kao preferirane održive forme.

Mjere unapređenja zaštićenih područja podrazumijevaju:

- 1) *Beneficije za biodiverzitet*; uvođenje novih vrsta i redukcija eksploatacije i zaštita ugroženih vrsta (kroz procjene za IUCN Red List, zabrana lova, zaštićena područja, upravljanje po režimima zaštite, i sl.);
- 2) *Legislativa i politika*; turistički stekholderi su inicijatori turističke legislative (LZ, agencije ZP, vladini uredi):
 - a) lokalni razvoj,
 - b) ugrožene vrste,
 - c) jačanje lokalne uprave,
 - d) ostale mjere zaštite

Prema UNWTO, stekholderi u turizmu su: državna vlada; lokalne vlasti; turistička preduzeća; turističke organizacije; tuoperatori i putne agencije; agencije zaštićenih područja; finansijeri ili investitori; turistički radnici; turistički obrazovni centri; razna udruženja: turistička, ekološka; nevladine organizacije; grupe, pojedinci i lokalna zajednica).

- 3) *Edukacija*;
 - a) razvijanje svijesti kod lokalaca i turista;
 - b) promocija zaštite (informatori, šanse, umrežavanje, nagrade)
- 4) *Podrška LZ*; pojedinci i experti među rezidentima (turističko planiranje i istraživanje biodiverziteta)
- 5) *Monitoring i evaluacija*; dugoročnost; uticaji turizma i externih faktora

U svijetu su prepoznati pozitivni primjeri revitalizacije ugroženih područja, koji uključuju razvoj eko-turizma. Prema podacima WWF, plan revitalizacije područja Evropskog Amazona (2011)– Gornje Podunavlje, Srbija, obnova vlažnih močvarnih staništa: očuvanje vrsta kroz obnavljanje staništa, obezbjeđivanje prirodnog režima voda, kao i razvojem eko-turizma na ovom području.

Vegetaciona rehabilitacija masovnog kopna na Les platou u Kini je literaturno istaknut primjer, kako zbog indikacije da je moguće obnoviti degradirane ekosisteme golemih razmjera, tako i zbog kulturnog i turističkog značaja ovog područja.



Sl.42. Rehabilitacija Loess platoa u Kini
(Vegan Sustainability Magazine)

Znatan dio lesne visoravni je obnovljen zahvaljujući diferencijaciji i dizajniranju ekološkog i ekonomskog zemljišta (veći dio zemljišta je proglašen „ekološkim“), terasiranjem, povećanjem infiltracije padavina, kao i stimulacijom organske i biomase masovnom sadnjom drveća u ekološkom zemljištu i sl.

Visoravan (plato) Loess, poznata je po suhom terenu prekrivenom rijetkom vegetacijom, kao i prašnjavim viševjekovnim selima stanovnika pokrajine Shanxi i Shaanxi. Predstavlja jednu od fokalnih destinacija Puta svile (kulturna ruta), jer su njegova prisutnost i historija delikatno isprepleteni s razvojem Kine. Plato okružuje gornji i srednji tok Žute rijeke i pokriva površinu od približno 640.000 km² (otprilike veličine Afganistana). Najraniji zapisi o ovom području potiču od ljudi koji su putovali Sjevernim putem svile. Dinastija Han je tokom prvog milenija p.n.e. započela trgovinu sa zapadnim regijama putujući kroz južni dio Lessove visoravni, koja je činila dio Sjevernog puta svile; razmjenjivali bi robu poput zlata, rubina, žada, korala i slonovače s bronzanim oružjem, krznom, keramikom i korom cimeta. U drevna vremena, tlo platoa je bilo izuzetno plodno i lahko za uzgoj, zajedno s pojavom Puta svile, pa su ga naselili poljoprivrednici. Ovi farmeri sklonili su se u građevine poznate kao Yaodong ili kuće u pećinama Loess; to su kuće koje su uklesane izravno u liticu i prirodno su klimatizirane ljeti i grijane zimi, što znači da su jeftine i lahke za život. Drevni Yaodong na Loess Plateauu je izuzetno važan kineski turistički lokalitet, zbog kulturnog značaja koji seže sve do Puta svile, kao i zbog činjenice da se i danas koriste kao domovi, što posjetiocima daje uvid u to kako su ljudi u davnim vremenima živjeli i uzgajali usjeve ili životinje na Lesovoj visoravni.

U Bosni i Hercegovini, aktuelna je revitalizacija islamskog kulturnog nasljeđa- vakufa; kao glavni finansijeri u ovim projektima prepoznati su Kuvajt i Saudijska Arabija, zatim Turska i dr. Vakuf ima pobožnu i dobrotvornu svrhu, kao trajno zaviještanje

imovine ili njenog prihoda za specificirane korisnike ili namjene zarad Božijeg zadovoljstva; u ekonomskom i socijalnom smislu vakuf je finansijska i društvena institucija koja doprinosi ekonomskom, društvenom, kulturnom i vjerskom kvalitetu života pojedinca i razvoju društva. Razvoj vakufa se veže za dolazak Osmanlija na prostore Bosne i Hercegovine, što je imalo golemi uticaj na razvoj zemlje i nastanak urbanih, političkih, ekonomskih, kulturnih i vjerskih centara; ovo dodatno potvrđuju simbolični nazivi gradova u kojima je sadržan termin „vakuf“ (Kulen-Vakuf, Skender-Vakuf, Gornji Vakuf, Donji Vakuf i dr.). Većina starih gradova u našoj zemlji svoj nastanak i razvitak vezuju uz pojavu nekog vakufa, tj. uz ličnost vakifa (dobrotvora); npr. Sarajevo- Isabeg Ishaković i Gazi Husrev-beg; Tuzla - Turali-beg; Mostar - Karađoz-beg i Koski Mehmed-paša; Banja Luka- Ferhad-paša Sokolović i Sofi Mehmed-paša, itd. Cilj obnove vakufa jeste da se osiguraju fondovi, kojima će se finansirati pojedinačne i društvene aktivnosti radi unapređenja kvalitete života. Osnovni zadatak i uloga vakufa je ispunjavanje općih potreba jedne zajednice, pojedinačnih potreba njenih članova, postizanje općeg blagostanja, bez obzira o kom segmentu ljudskog života se radilo. Shodno tome, u okviru općeg sistema i shodno svojim potrebama, svaka zajednica muslimana ima obavezu da razvija vlastiti sistem vakufa, npr. Islamska zajednica BiH (Vakufska direkcija) ima određene vakufske fondove, iz kojih se finansiraju brojni projekti vezano za obnovu vjerskih objekata i institucija, organizaciju manifestacija, obrazovne seminare i dr.; saradnja sa drugim zemljama često potpomaže implementaciju takvih projekata.

8.3.3. Upravljanje posjetama

- a) *Zaštita atrakcija*: turistička destinacija treba imati politike i sisteme da vrednuje i konzervira ključne prirodne, historijske, arheološke, religijske, duhovne, i kulturne lokalitete, uključujući vidikovce, kulturne i divlje pejzaže;

- b) *Upravljanje posjetama (Visitor Management)*: upravljanje posjetama za ključne atraktivne lokalitete koji uključuju mjere za vrednovanje, zaštitu i šticeenje ključnih prirodnih i kulturnih motiva;
- c) *Ponašanje posjetioaca*: javno dostupni vodič za posjetioce kako bi se minimizirali negativni impakti.

Upravljanje posjetama i zaštita atrakcija zahtjeva naprednu tehniku, informacione sisteme i umreženi nadzor:



***Sl.43. Kineski monitoring ponašanja posjetilaca pećine
(CGTN Live)***

Politike zaštite atrakcija oslanjaju se na instrumente državne i turističke politike: koordinacija, planiranje, zakonodavstvo i regulativa, poduzetništvo i stimuliranje- podsticaj. Konzervaciju prirodnog i kulturnog nasljeđa treba uskladiti sa međunarodnim standardima (IUCN, UNESCO, i dr.). Valorizacija atrakcija se mora zasnivati na savremenoj i svjetski priznatoj naučnoj metodologiji uz kooperativni angažman relevantnih državnih, naučnih i visokoobrazovnih institucija na svim nivoima, uključujući internacionalnu saradnju. Pravci zaštite, kao i kriteriji i metode valorizacije prirodnog i kulturnog nasljeđa su ranije

elaborirani (poglavlje IV; Žunić, 2022- „Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu“, poglavlje III; Žunić, 2018- „Turizam Sarajeva- receptivni kulturni faktori destinacije“, poglavlje IV: 4.2.3.).

Tab.34. Upravljanje posjetama prema Josef i Kacatl (2013)

| | |
|---|--|
| <i>I. Upravljanje posjetama- dio upravljanja destinacijom</i> | organizacija upravljanja destinacijom; upravljanje održivim turizmom; upravljanje resursima; pristupom; posjetama; upravljanje subjektima turizma; inter-destinacijsko upravljanje; participacijsko upravljanje (planiranje, evaluacija recenzija, učešće lokalaca) |
| <i>II. Glavni aspekti turističko-destinacijskih posjeta</i> | a) <i>atraktori</i> (turističke atrakcije i usluge) b) <i>distribucija posjetioca</i> (vremenska: dan, sedmica, godina-sezonalnost; prostorna: protok i mjesta koncentracije posjetioca) c) <i>impakti posjeta</i> (prirodni i socio-kulturni env.) d) <i>dugoročni impakti posjetioca</i> (reverzibilni ili ireverzibilni) |
| <i>III. Ravnoteža beneficija i impakata između posjetioca, rezidenata i ostalih aktera u turizmu</i> | iskustvo posjetilaca/ vrijednost za posjetu; koristi za lokalce, turističke poduzetnike i dr. stekholdere; nivo regulacije/ restrikcije i slobodne aktivnosti posjetilaca, ekološki i komunalni impakti i investiranje zarade u eliminaciju impakata |
| <i>IV. Regulacija posjeta kroz: ponašanje posjetioca, prostornu i vremensku distribuciju, količinu (konc., gustoća posjeta)</i> | ispravne informacije, selektivni izbor posjetilaca, pravila, zabrane, tehnički aranžmani; prostorno i vremensko zoniranje, infrastrukturno planiranje, politika cijena; količinska ograničenja (<i>dozvoljeni broj posjeta</i>) i dr. |
| <i>V. Informativni pristup kod upravljanja posjetiocima</i> | komunikacije, interakcija, planiranje, modeliranje, monitoring i istraživački rezultati vezano za informisanje o infrastrukturi i stanju prirode; reakcijama posjetioca na zabrane; protok, koncentracija i učinci posjetioca; pojašnjenja, podjela vrijednosti i filozofija, učešće, budući razvoj, itd. |
| <i>VI. Pristupi upravljanju posjetiocima i njihova implementacija u različite modele upravljanja posjetama</i> | kvalitet iskustva; ciljevi i metode da se ono postigne; aktivnosti posjetilaca; učinci posjetilaca |

(Autor; prevod i tabelarna obrada)

Za razumijevanje upravljanja posjetama, za ilustrativni primjer uzet je Nacrt plana upravljanja posjetiocima zaštićenog područja Trebević (2022)- prikazano ispod (tab.35.), čiji specifični ciljevi obuhvataju:

- a) Uspostavljen sistem posjećivanja ZP „Trebević“;
- b) Uspostavljena pravila ponašanja i prilagođena infrastruktura koja usmjeravajući posjetioce čuva ekosistem i izvornu ljepotu pejzaža;
- c) Sigurna posjeta i prezentacija vrijednosti ZP, i nezaboravan doživljaj ljepote i vrijednosti očuvane prirode

Glavne aktivnosti na upravljanju posjetama u ZP Trebević usmjerene su na informisanje posjetilaca kroz sve kanale komunikacije, info-brošure i tematske mape, kao i ažurirane aplikacije ruta; omogućiti kvalitetnu interpretaciju baštine; unapređenje atrakcija i infrastrukture; poboljšati sistem finansiranja kroz naplatu žičare i parkinga na Ravnama (parking skuplji od žičare; 1 parking= 2 karte za žičaru); osigurati statistiku praćenja posjeta (punktovi- brojači); evaluirati iskustvo posjetilaca (ankete).

8.3.4. Društveno zdravlje i sigurnost

- a) *Sigurnost i bezbjednost*: politike i mjere zaštite od turistički-povezanog kriminala, sigurnost i zdravstveni hazardi;
- b) *Krize i urgentni centri*: adekvatan plan za hitne intervencije; ključni elementi bi trebali biti povezani sa lokalnim stanovništvom, turistima i turistički-orijentisanim firmama;
- c) *Prevenција eksploatacije*: sistem i praksa da štiti od komercijalne, seksualne ili bilo koje druge eksploatacije i hazarda, naročito djecu, adolescente, žene i manjinske skupine.

8.3.5. Ekonomska vitalnost

- a) *Ekonomski monitoring*: direktne i indirektne ekonomske kontribucije od turizma u destinaciji, tako da se regularno prate i izvještavaju;
- b) *Šanse za lokalni razvoj*: turistička destinacija treba da omogući jednaku zaposlenost i šanse za edukaciju lokalnog stanovništva (dostupno za žene, mlade, osobe sa invaliditetom, manjinske grupacije i druge ranjive/osjetljive populacije); više o ovome u korelaciji sa pozitivnim socio-kulturnim impaktima turizma (Žunić, 2022, poglavlje 4.2.2.; etičnost turizma- str. 188-189.);

- c) *Podrška lokalnim firmama i fer trgovina*: podrška lokalnim preduzećima i promocija poštene trgovine.

8.3.6. *Kulturološka zaštita*

- a) *Promocija*: proizvodi, usluge i održivi razvoj; sve u skladu sa kulturnim i prirodnim nasljeđem;
- b) *Zaštita kulturnog nasljeđa*: historijski i arheološki artefakti se ne smiju ilegalno prodavati, trgovati ili izlagati- npr. kupovinu *egipatskog papirusa* obavljati isključivo u relevantnim državnim ustanovama (muzejima, galerijama i sl.) uz obavezno izdat račun radi kontrole na aerodromu, jer u protivnom se može odgovarati pred Zakonom i snositi troškove kazne, ukoliko je u pitanju „trgovina na crno“ i sl.;
- c) *Interpretacija lokaliteta*: interpretativne informacije, na relevantnim jezicima, na ključnim prirodnim, historijskim, arheološkim, religijskim, spiritualnim i kulturološkim lokalitetima- npr. Egipat je pozitivan primjer zemlje koja iznimno drži do svoje kulturne baštine, zbog čega na ključnim lokalitetima (Kairo, Giza piramide i sl., prvenstveno WHS sajtovi) interpretaciju pružaju isključivo lokalni (domaći) vodiči- egipćani, na engleskom ili drugom relevantnom jeziku zavisno od turističke grupe (imaju i vodiče koji govore ruski, srpski, itd.).



Sl.44. Egipatski papirus, Kairo institut
(Autor)

„U planiranim zaštićenim područjima vrši se promocija kulturnih beneficija: stabilnost lokalne zajednice, ekonomska pomoć, kulturološka iskustva, prakticanje kulture, pristup kapitalu, lokalna kontrola, javne rasprave, informisanost, zapošljavanje lokalaca“ (Leung et al., 2014). Primjeri: štandovska prodaja određenih rukotvorina i domaćih tradicionalno spremljenih proizvoda u zaštićenim područjima u BiH; prodaja i izložba grnčarije u Borboduru u Indoneziji; tradicionalni život beduina u Arapskoj pustinji u Hurgadi, koji sufinansiraju egipatske vlasti, itd. Pored toga, lokalci dobivaju razne poslove unutar zaštićenih područja: recepcija i prodaja karata, ugostiteljstvo, rendžeri, spremači, itd.

8.3.7. Uključivanje zajednice

- a) Mišljenje lokalne zajednice: pratiti da li su zadovoljni turizmom;
- b) Lokalni pristup: šticeenje i praćenje sigurnog pristupa lokalne zajednice prirodnim, historijskim, arheološkim, religijskim, spiritualnim i kulturnim lokalitetima-preferirano je da lokalno stanovništvo (iz neposredne okoline) ima slobodan ulaz u zaštićena područja, pa tako npr. stanovnici Ilidže ne plaćaju ulaznicu na Vrelo Bosne;
- c) Podrška lokalne zajednice: politike koje podstiču volontere ili kontribuišu razvoj zajednice, kulturološko nasljeđe, i konzervacija biodiverziteta;
- d) Participacija stekholdera: učešće u turističkom planiranju i donošenju odluka;
- e) Zaštita vlasništva i prava lokalne zajednice: politike za zaštitu materijalnog i nematerijalnog nasljeđa i vlasništva svakog pojedinca lokalne komune.

Učešće lokalaca u turističkim tokovima poblize je predstavljeno kroz identifikaciju i analizu pozitivnih socio-kulturnih impakata turizma na geografsku i životnu sredinu (Žunić, 2022).

8.3.8. Promocija pozitivnih impakata turizma

Promocija pozitivnih uticaja turizma u receptivnom turističkom odredištu podrazumijeva djelovanje na izgradnju poželjnog socio-kulturnog, ekonomskog i geoekološkog ambijenta životne sredine. Leung et al. navode smjernice i aktivnosti bitne u promovisanju beneficija turizma iz sve tri navedene kategorije na primjeru zaštićenih područja, mada se većina stavki generalno odnosi na bilo koju drugu turističku destinaciju (izuzev propisa vezano za poštedu prirode iskonske vrijednosti i sl.).

❖ Vodič za promociju pozitivnih socio-kulturnih uticaja turizma:

- Pomoć kod edukacije lokalnog stanovništva za vještine koje su tražene u turizmu;
- Razvoj zadovoljstva i podrške turista i lokalaca;
- Osigurati participaciju lokalaca (vodiči, planiranje);
- Šanse za promociju kulturne tradicije (održiva upotreba prirodnih resursa, obilazak kulturnih tačaka);
- Mehanizmi za razvoj infrastrukture u receptivnom području od turističkih prihoda: infrastruktura, komunikacije, zdravstvena briga i zaštita;
- Informacije i interpretacije tačne- lokalci načitani i pouzdani;
- Interakcija turista i prirode bez rizika za živi svijet (ukoliko se radi o posjetama u zaštićenim područjima);
- Istraživanja u saradnji sa institucijama za zdravlje i društvene beneficije od turizma u turističko-receptivnom području;
- Zajednica može može generisati sredstva (moguće kroz povećane poreze) za održavanje cesta i saobraćajnih sistema koji su postali više upotrebljivi (koriste se u puno većem obimu i intenzitetu)

- Slično, ako je potrebna dodatna infrastruktura (voda, kanalizacija, struja, gorivo, medicinska, itd.), dodatne taxe mogu biti potrebne da se plati za njih.

❖ *Vodič za promociju ekonomskih beneficija turizma:*

- Turizam kao samo jedan element diverzificirane ekonomije- ne smije biti jedini izvor prihoda;
- Povećati broj turista;
- Povećati dužinu boravka;
- Povećati vrijednost troškova po posjetiocu;
- Privući bogata tržišta i turiste koji više troše;
- Povećati kupnju- raznovrsna ponuda roba i usluga;
- Obezbijediti smještaj u destinaciji i u zaštićenim područjima planirati zone sa takvom namjenom;
- Omogućiti koncesijske šanse- privatni sektor- razvoj infrastrukture i sl.;
- Obezbijediti vodiče i druge usluge;
- Povećati domaću radinost;
- Minimizirati propuste u sakupljanu prihoda od turizma- potrebna organizirana povezanost sa lokalnom industrijom, proizvođačima i uslužnim provajderima i preferirati zapošljavanje lokalnog stanovništva;
- Dobar menadžment: finansije, kvalitetno osoblje, cjenovnik, operativnost;
- Čuvati se neprofitnih motiviranih investitora- nisu svi tu radi zajedničke dobiti, neki su samo radi okupacije prirode.

Primjer- *vezano za okupaciju prirode i neprofitne investitore:* u Bosni i Hercegovini su u zadnje vrijeme prisutne određene špekulacije kako se najvredniji pejzaži prodaju bogatoj klijenteli s Bliskog Istoka radi turističkih naselja (resorta), kojima lokalno stanovništvo ni nema pristup, osim malog broja zaposlene radne snage, koja se uz to maksimalno eksploatiše i uglavnom sezonski; naročito je ciljano na dijelove prirode u gornjem slivu rijeke Bosne

i sl., zbog čega određeni subjekti i mediji izražavaju sumnju u pouzdanost izrađenih studija uticaja na životnu sredinu, kao i irelevantno procijenjene pozitivne impakte turističkih operativa na domaće stanovništvo; neki su čak iskazali bojazan da bi gradnja turističkih objekata i infrastrukture mogla ugroziti ležište pitkih voda na Ilidži i sl.; na terenu (2021/22), u razgovoru sa načelnikom općine Hadžići, konstatovano je da su neosnovane sumnje, jer se turističko planiranje i razvoj sprovodi po propisima sa minimalnim učincima na životnu sredinu, dok općina i lokalna zajednica imaju znatnu korist od turističkih prihoda koji se ostvaruju signifikantnim boravkom arapskih turista u ovim naseljima (višemjesečni boravak).

❖ *Vodič za geokološke (env.) beneficije turizma:*

- Povećati svijest o beneficijama turizma;
- Osigurati prihode od turizma za dalje upravljanje i razvoj mjesta;
- Omogućiti geokološku edukaciju za rezidente i turiste;
- Podstaci šanse za volonterski rad- npr. plaća se i plovidba i snimanje i istraživanje životinja i sl., lokalci dobrovoljno pomažu kod kretnji, ali se od naplate usluge i njima proslijedi nešto novca;
- Podstaci operatore za dizajniranje, razvoj i mjere odgovornosti- ekološko upravljanje;
- Saradnja vlasti receptivnog područja sa privatnim sektorom radi podrške daljim turističkim projektima, ili ako je u pitanju zaštićeno područje, kao podrška staništu i konzervaciji biodiverziteta.

Kroz dokumentarce (National Geographic, Discovery, Animal Planet, Natura Geo Wild), pobliže se promovišu koncepti održivog razvoja turizma uz učešće lokalnog stanovništva i saradnju sa strancima, npr. prekogranični rad američkih, britanskih i dr. istraživača na arheološkim lokalitetima u Egiptu („Piramide- vječna misterija“) u saradnji sa lokalnim vlastima; američka

istraživanja po Amazoniji, gdje su im lokalni rendžeri ili čak ribari vodiči u njihovim ekspedicijama, jer najbolje poznaju područje i fokalne tačke ulova egzotične bik-ajkule i sl.; učešće afričkih lokalnih plemena (Masai) u turizmu Kenije kroz interakciju s posjetiocima i promociju svoje kulture i stila života, itd.

Koristi konzervacije prirodnih resursa i biodiverziteta u privatnom sektoru su:

- a) Prihodi za menadžment u zaštićenim područjima (ZP); od posjeta i turističke potrošnje; koncesije, taxe i donacije internacionalnih organizacija; turoperatora i njihovo djelovanje;
- b) Ekonomski impakti na okolne zajednice; zaštita ZP, poštivanje pravila ponašanja i granica ZP, legalne mjere, održivi turizam, redukcija eksploatacije, inkluzija rezidenata u istraživačke projekte;
- c) Podrška privatnog sektora u konzervaciji habitata i biodiverziteta; direktno (finansijske donacije, plate za rendžere u parku, oprema), nevladine grupe (besplatne ture, prevoz ili smještaj), lobiranje konzervacije (političke kampanje, planiranje).

Što su veće socio-kulturne i ekonomske beneficije od turizma naročito za lokalno stanovništvo, veći su i geokološki benefiti:

- Uključivanje u turističke aktivnosti
 - Razvijanje svijesti
 - Prijava rizika i ilegalnih radnji
 - Teme zaštite i edukacija
 - Problemi i mjere upravljanja
 - Uloga turoperatora u izgradnji podrške za zaštitu:
- a) povećanje znanja, raznovrsnost tema, ekološke mjere, filantropska podrška (čovjekoljublje, solidarnost i tolerancija; zajedničko pomaganje)

- b) različiti oblici turizma u ZP (safari, ekoturizam, avanturistički)
- c) raznovrsni turistički proizvodi
- d) povećanje benefita od ZP iznad dobiti od drugih djelatnosti u tom mjestu (npr. od poljoprivrede); pozitivan primjer je Kenija, jer ima više koristi od ZP nego od poljoprivrede (lavovi pustošili poljoprivredne površine); Kenija ima čak 23 terestrička i 4 morska NP, 28 kopnenih i 6 marinskih rezervata, i 4 državna svetišta.

Kenija ima veliku raznolikost ekoloških zona i staništa, uključujući nizijske i planinske šume, šumovite i otvorene travnjake, polusušno šipražje, suhe šume, kopnene vodene, kao i obalne i morske ekosisteme. Kenijski sistem zaštićenih područja sastoji se uglavnom od zaštićenih područja divljine (WPA: 8,2%) i zaštićenih šumskih područja (FPA: 1,8%), koja skupa pokrivaju oko 10% državne kopnene mase. WPA i FPA nisu potpuno odvojene cjeline, jer se u nekoliko slučajeva preklapaju. Kenija je bila pilot zemlja za testiranje Zelene liste u njegovim ranim fazama 2014. (globalni program sertifikacije za promovisanje djelotvornih, pravičnih i uspješnih zaštićenih područja naglašavanjem najboljih praksi i pružanjem podrške za efektivno upravljanje). Mnogi su partneri doprinijeli procesu Zelene liste, uključujući WWF, i dr.

Tab.35. Akcioni plan upravljanja posjetama u ZP Trebević (1/2)

| Aktivnosti | Cilj aktivnosti | Opis aktivnosti | Zona izvođenja aktivnosti | Rezultat | Potrebni resursi (godišnje) | Vremenski raspored (godina) | Finansijski troškovi (do 2027) | Izvori finansiranja |
|---|--|--|---------------------------|---|--|-----------------------------|--------------------------------|----------------------|
| 1 INFORMISANJE POSJETIOCA (mogućnosti obilaska, pravila ponašanja...) | | | | | | | | |
| 1.1 Ažurno informisanje posjetilaca | Bolja informisanost posjetilaca | U svim uspostavljenim komunikacijskim kanalima osigurati ažurne informacije o pravilima ponašanja, specifičnim zahtjevima posjete ZP | / | Podignuta svijest o vrijednostima zaštićenog područja | SI 6 dana | Cijela godina | / | Budžet KJUzZPP |
| 1.2 Izrada brošure o osnovnim informacijama ZP 'Trebević' | Bolja informisanost posjetilaca | Design i tisak brošure sa pravilima ponašanja i osnovnim informacijama o ZP | / | Bolja informisanost posjetioca | SI 3 dana VP (designer) 5 dana | 2023 | 3.500 KM | Budžet KJUzZPP |
| 1.3 Priprema mape ZP 'Trebević' | Upravljanje posjete | Izrada printane verzije karte ZP na kojoj će biti predstavljena i pravila ponašanja u ZP | / | 2.500 komada printanih karata (višejezično) ZP 'Trebević' + ZP KS elektronska karta | SV-2 dana SI 2 dana VP 2 dana | 2024 | 4.000 KM | Budžet KJUzZPP |
| 1.4 Ažuriranje aplikacije Trebević Outdoor | Upravljanje posjete | Ažuriranje, održavanje i nadogradnja postojeće aplikacije | / | 1 aplikacija | SV 10 dan SI 10 dan | Svaka godina | 4.000 KM | Budžet KJUzZPP |
| Routs | | | | | VP 20 dana | | | |
| 2 UPRAVLJANJE DISTRIBUCIOM POSJETA ZAŠTIĆENOM PEJZAŽU | | | | | | | | |
| 2.1 Unaprijeđenje sistema finansiranja upravljanja kroz naplatu žičare i parkinga na Ravnama (parking skupiji od žičare (1 parking = 2 karte za žičaru) | Dodatno urediti poboljšati sistem finansiranja | Sklopanje sporazuma između Žičare i upravljača - JP Sarajevo d.o.o. | / | Unaprijeđen sistem financiranja | D 10 dana SV 10 dana | 2025 | / | Budžet KJUzZPP |
| 3 RAZVOJ PROGRAMA POSJEĆIVANJA | | | | | | | | |
| 3.1 Priprema Plana interpretacije ZP 'Trebević' | Kvalitetna interpretacija ZP 'Trebević' | <ul style="list-style-type: none"> sakupljanje rezultata inventarizacije flore i faune, spiska kulturno-historijske baštine analiza posjetilaca analiza ciljnih grupa izrada sadržaja interpretacije utvrđivanje načina interpretacije priprema turističkih programa uključivanje u plan interpretacije koji se priprema za sva zaštićena područja Kantona Sarajevo | / | 1 plan interpretacije | SV 20 dana SI 20 dana | Do 2027 | 5.000 KM | Budžet KJUzZPP |
| 3.2 Poboľšanje i održavanje infrastrukture edukacijske staze | Edukacija posjetilaca | Na edukacijskoj stazi je potrebno prikazati sve ključne karakteristike ZP. Vrijednosti se mogu prikazati putem info (edukacijskih) tabli i/ili uz obezbjeđivanje vodiča. | Pufer | Ažuriran sadržaj edukacijskog puta i unaprijeđena infrastruktura | SV 5 dana SI 5 dana R 5 dana VP 15 dana | 2026 | 3.000 KM | Budžet KJUzZPP |
| 4 POSJETITELJSKA INFRASTRUKTURA - ODRŽAVANJE I RAZVOJ | | | | | | | | |
| 4.1 Održavanje pješačkih staza | Uređenje i kontinuirano održavanje staza unutar prostora | Izraditi evidenciju svih staza u prostoru i pripremiti njihovu kategorizaciju. Izraditi plan prioriteta investicijskog održavanja. | Sve zone | Evidentirane, kategorizirane uređene i održavane staze | SV 10 dana N 120dana R 240 | kontinuirano | 3.0000 | Budžet KJUzZPP |
| 4.2 Unapređenje vidikovca uz Appelov put | Poboľšanje vidikovca | Održavanje vegetacije na vidikovcima uz Appelov put | Pufer | Barem 5 unaprijeđenih vidikovca | SV 6 dan N 12 dana R 15 dana VP 15 dana | 2023 i 2027 | 10.000 KM | Budžet KJUzZPP |
| 4.3 Uređenje Botaničke bašte sa info centrom | Uređenje infrastrukture | Priprema projekta uređenja infrastrukture | Pufer | 1 projekat uređenja infrastrukture | D 10 dana SV 60 dana | Do 2025 | Prema projektu | Projekat, fondovi EU |
| 4.4 Manifestacioni trg | Uređenje infrastrukture | Priprema ugovora o javno-privatnom partnerstvu uređenju Manifestacionog trga za priređivanje kulturnih i etnoloških događaja. | Pufer | 1 ugovor o javno-privatnom partnerstvu | D 2 dana SV 10 dana | Do 2025 | Prema projektu | Projekat, fondovi EU |
| 4.5 Uređenje kutka za šumsku pedagogiju | Edukacija posjetioca | U manje posjećenoj zoni ZP Kreira se Kutak za šumsku pedagogiju, koji služi | Pufer | 1 nova edukacijska infrastruktura | SV 10 dana SI 10 dana N 5 dana | Do 2026 | 12.000 KM | Budžet KJUzZPP |

Tab.35. Akcioni plan upravljanja posjetama u ZP Trebević (2/2)

| Aktivnosti | Cilj aktivnosti | Opis aktivnosti | Zona izvođenja aktivnosti | Rezultat | Potrebni resursi (godišnje) | Vremenski raspored (godina) | Financijski troškovi (do 2027) | Izvori finansiranja |
|---|--|--|---------------------------|--|---|-----------------------------|--------------------------------|---------------------|
| 4.6 Uređenje arheološkog lokaliteta Draguljac | Edukacija posjetioca | porodicama i drugoj zainteresiranoj javnosti. Priprema projekta za prezentaciju arheološkog lokaliteta Draguljac u suradnji sa JU "Kantonalni zavod za zaštitu kulturno-historijskog i prirodnog naslijeđa, Sarajevo" | Nukleus | Pripremljen projekt i shodno projektu izgrađena infrastruktura | R 15 dana SV 10 dana SI 20 dana N 15 dana R 35 dana | Do 2027 | 22.000 KM | Budžet KJUzZPP |
| 4.7 Uređenje prostora za relaksaciju | Poboljšanje turističke infrastrukture, disperzija posjetioca | U manje posjećenom djelu ZP, unutar šume postavljaju se drvene platforme za relaksaciju. | Pufer | 10 platformi | SV 5 dana N 5 dana R 10 dana | Do 2024 | 10.000 KM | Budžet KJUzZPP |
| 5 SAOBRAĆAJ | | | | | | | | |
| 5.1 Povezivanje sa Bentbašom | Bolja povezanost zaštićenih područja | Povezivanje planinarskom stazicom | Pufer i tranzicijska zona | 1 put ZP 'Trebević' – ZP 'Bentbaša' | SV 3 dana N 15 dana R 30 dana | 2025 | 5.000 KM | Budžet KJUzZPPKS |
| 5.2 Uređenje alternativnog prijevoza između Žičare i Botaničke bašte, a shodno Prostornom planu područja posebnog obilježja ZP 'Trebević' | Bolja povezanost unutar područja sa naglaskom na grupe posjetilaca sa posebnim potrebama | Uvođenje alternativnog prijevoza za ranjive pojedince između Žičare i Botaničke bašte u okviru JP partnerstva | Pufer | 1 alternativni prijevoz | D 20 dana SV 30 dana | 2027 | 40.000 KM | Budžet KJUzZPPKS |
| 6 PRAĆENJE STANJA I ISTRAŽIVANJE POSJETE | | | | | | | | |
| 6.1 Uvođenje praćenja statistike gostiju žičare na godišnjem nivou uz | Bolje poznavanje dinamike broja posjetilaca na | Saradnja sa javnim preduzećem koje upravlja žičarom u svrhu dobijanja | Pufer | Poboljšano praćenje broja posjetioca i | SV 5 dana N 12 dana | 2024 | 6.000 KM | Budžet KJUzZPPKS |
| postavljanje nekoliko automatskih brojača posjeta na karakterističnim punktovima | godišnjem nivou | podataka o broju posjetioca. Praćenje broja prodatih karata za parking i postavljanje automatskih brojača posjete na 6 punktova | | njihovog prostornog rasporeda | | | | |
| 6.2 Ankete | Bolje poznavanje motivacije i zadovoljstva posjetilaca | Uspostaviti godišnji, trajni program praćenja karakteristika, doživljaja i zadovoljstva posjetioca te na osnovu rezultata, davati preporuke za unaprijeđenje upravljanja posjećivanjem | Sve zone | 1 anketa godišnje | SI 5 dana VP 20 dana | Svaka godina | 4.000 KM | Budžet KJUzZPPKS |

(Nacrt plana upravljanja posjetiocima ZP „Trebević“, 2022)

LITERATURA I IZVORI:

1. *Analysis and Addressing the Biodiversity Needs*, Monitoring and Evaluation Support Activity (Measure II), USAID, BiH
2. Aynalem, S., Kassegn, B., Sewent, T. (2016): *Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors*, Journal of Tourism and Hospitality, 05(06)
3. Bazyar, J. et al. (2018): *The prevalence of sexual violence during pregnancy in Iran and the world: a systematic review and meta-analysis*, Journal of Injury and Violence Research, 10(2): 63–74
4. Becken, S. (2014): *Waterequity- Contrasting tourism water use with thatofthelocalcommunity*, Water Resources and Industry, 7-8, pp 9–22
5. Bertocchi, D., Visentin, F. (2019): *“The Overwhelmed City”: Physical and Social Over-Capacities of Global Tourism in Venice*, Sustainability, vol. 11(24), MDPI 6937
6. Bohdanowicz, P., Churie-Kallhauge, A., Martinac, I. (2001): *Energy-efficiency and conservation in hotels–towards sustainable tourism*, 4th International Symposium on Asia Pacific Architecture, Hawaii
7. Đug, Drešković, Dalmatin (2008): *Zaštićena područja BiH*, Ekološka udruga „Lijepa naša“, Čapljina
8. Đug, S., Drešković, N. (2012): *Nature protection in Bosnia and Herzegovina*, Revija za geografiju - Journal for Geography, 7-1, 2012, 69-80
9. Đug, S., et al. (2013): *Crvena lista flore FBiH- knjiga 2*, NVO EU Greenway, Sarajevo
10. FAA 119 ANALYSIS (2020), *Bosnia & Herzegovina Biodiversity-*
11. Gaines, L., Rask, E., Keller, G. (2012): *Which Is Greener: Idle, or Stop and Restart? Comparing Fuel Use and Emissions for Short Passenger-Car Stops*, Argonne National Laboratory, U.S. Department of Energy

12. Galičić, V., Laškarin, M. (2016): *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Rijeka
13. Gallopin, G.C. (1997): *Branch Points: Global Scenarios and Human Choice*, Stockholm Environment Institute ISBN: 91 88714 39 X
14. Gössling, S., Peeters, P., Hall, M.C., Cerone, J-P., Dubois, G., Lehmann, L.V., Scott, D. (2012): *Tourism and Water Use: Supply, Demand and Security- An International Review*, Tourism Management, Elsevier
15. Grube, A. (1994): *The national park system in Germany*, Geological Institute, Christian-Albrechts-University Kiel, Kiel, Germany
16. Gunesch, K. (2017): *Demonstration Effect*, The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism
17. Halfwerk, W., et al. (2011): *Low-frequency songs lose their potency in noisy urban conditions*, PNAS, vol. 108 (35)
18. Hall, M., Page, S. (2002): *The Geography of Tourism and Recreation*, Routledge, London
19. Hrelja, E. (2022): *Nacionalni parkovi Bosne i Hercegovine- problemi održivog razvoja*, Prirodno-matematički fakultet Sarajevo
20. Ibanescu et al., 2018
21. *International Tourism Highlights* (2020), UNWTO, Report
22. Izvještaj- regionalni pregled (2021): *Uticaj pandemije COVID-19 na stanje zaštićenih područja u regionu Dinarida*, Parkovi Dinarida- mreža zaštićenih područja Dinarida u saradnji sa WWF Adria
23. Jakovlev, Z., Petrevska, B. (2016): *Tourism development in the east region of Macedonia: economic perspective*, Proceedings from the International Conference, Institute for sociological, political and juridical research, 12.11.2015, Skopje

24. Josef, Z., Kacetl, J. (2013): *Visitor management in protected areas*. Czech Journal of Tourism, 2(1), 5-18. doi: 10.2478/cjot-2013-0001
25. Košić, K. (2012): *Ruralni turizam Vojvodine*, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad
26. Kreag, G. (2001): *The Impacts of Tourism*. The University of Minnesota
27. Krstinić-Nižić, M., Šverko-Grdić, Z., Hustić, A. (2016): *The Importance of Energy for the Tourism Sector*, *Academica Turistica*, Year 9, No. 2
28. Leiper, N. (1983): *An etymology of "tourism"*, *Annals of Tourism Research*, Volume 10, Issue 2, 1983, Pages 277-280
29. Leka, A. (2017): *Muzeji, zbirke i galerije u Bosni i Hercegovini*, Udruženje ICOM- Nacionalni komitet Bosne i Hercegovine, Sarajevo
30. Leung et al. (2015): *Tourism and Visitor Management in Protected Areas*, IUCN
31. Lisowska-Kierepka, A. (2017): *Crime in tourism destinations- research review*, *Tourism*, 27/1
32. Little, J.C., Hester, E.T., Carey, C.C. (2016): *Assessing and Enhancing Environmental Sustainability: A Conceptual Review*, *Environ. Sci. Technol.* 2016, 50, 13, 6830–6845
33. Magaš, D. (2003): *Management turističke organizacije i destinacije*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment
34. McClary, R. (2008): *Demonstration Effect*, University of Northern British Columbia
35. *Metro Tucson 10-year Tourism Master Plan* (2019), Organizacija „Visit Tucson“
36. Mirić, R., Drešković, N., Avdić, B., Hrelja, E. (2017): *Analysis of contemporary trends in tourist movement in Sarajevo Canton with a specific focus on the tourists from EU and European countries*, 3rd International Tourism and

Hospitality Management Conference (ITHMC) – Book of Proceedings

37. Moore, K., Berno, T. (1995): *Relationship between crime and tourism*, Vision in Leisure and Business, vol.14 (3)
38. Müller, H. (2004): *Turizam i ekologija- povezanost i područja djelovanja*, MASMEDIA, Zagreb
39. *Nacrt plana upravljanja posjetiocima zaštićenog područja Trebević* (2022), United Nations Development Programme, Zavita, svetovanje, d.o.o., Ljubljana
40. Nguyen, I. (2014): *Maratonmatkailu*, Haaga-Helia
41. Nguyen, P.M., Vo, N.D., To, Q.L., Dinh, V.T. (2019): *Towards Responsible Tourism in Vietnam: Critical Review and Implications for Future Research*, Global Changes and Sustainable Development in Asian Emerging Market Economies Vol. 1, Springer
42. Nguyen, P.M., Vo, N.D., To, Q.L., Dinh, V.T. (2022). *Toward Responsible Tourism in Vietnam: Critical Review and Implications for Future Research*. In: Nguyen, A.T., Hens, L. (eds) *Global Changes and Sustainable Development in Asian Emerging Market Economies Vol. 1*. Springer, Cham.
43. Ojedaa, A.B., Kiefferc, M. (2020): *Touristification. Empty concept or element of analysis in tourism geography?* Geoforum, 115: 143–145
44. Pathak, P., Pratap, Singh, M.P. Sharma, P. (2017): *Sustainable Manufacturing: An Innovation and Need for Future*, Proceedings of International Conference on Recent Innovations in Engineering and Technology, Jaipur, India, ISBN: 978-93-86291-63-9
45. Petrić, L. (2003): *Osnove turizma*, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu
46. Pilgrim, S., Samson, C., Pretty, J. (2009): *Rebuilding lost connections- How revitalisation projects contribute to cultural continuity and improve the environment*.

- Interdisciplinary Centre for Environment and Society
Occasional Paper 2009-01, University of Essex, UK
47. Pivac, T., Vujičić, M., Besermenji, S., Vukojević, D., Cimbaljević, M., Marić, A. (2022): *Menadžment kulturnog nasleđa i kulturnog turizma*, Prirodno-matematički fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad
 48. *Plan upravljanja vodama za vodno područje rijeke Save u FBiH (2016-2021)- prateći dokument br.5.- zaštićena područja*, Agencija za vodno područje rijeke Save, Sarajevo, 2016
 49. Polyzosa, S., Samitasa, A., Spyridou, A. (2021): *Tourism Demand and the COVID-19 Pandemic: An LSTM Approach*, Tourism Recreation Research 46(2)
 50. Projekat „*Investigating the Potential Presence of Balkan Lynx in Bosnia And Herzegovina*“ (2019), The Rufford Foundation
 51. *Prostorni plan Kantona Sarajevo 2003-2023* (2006), Zavod za planiranje razvoja KS, Sarajevo
 52. *San Diego Tourism 20-Year Master Plan* (2015), San Diego Tourism Marketing District
 53. Serrano, A., López, X. (2011): *Comunicación personal*, CEMDA, Impactos del Turismo
 54. Serrano-Bernardo et al. (2012): *Pollutants and Greenhouse Gases Emissions Produced by Tourism Life Cycle: Possible Solutions to Reduce Emissions and to Introduce Adaptation Measures*, Chapters, in: Budi Haryanto (ed.), *Air Pollution- A Comprehensive Perspective*, IntechOpen
 55. Sharonova, N., Breus, I. (2012): *Tolerance of cultivated and wild plants of different taxonomy to soil contamination by kerosene*, The Science of the Total Environment, 424:121-9, Epub 2012, PMID: 22444070
 56. Stručna ekspertiza gospodarskog razvitka s naglaskom na turizam (2009), *Standardi za planiranje ugostiteljsko-turističkih zona*, Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko-Neretvanske županije

57. Stynes, D.J., O'Halloran, C. (1987): *Tourism Planning*, Tourism information series no.2., Michigan State University
58. Sunlu, U. (2003): *Environmental impacts of tourism*. In : Camarda D. (ed.), Grassini L. (ed.). Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region. Bari : CIHEAM, 2003. p. 263-270 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 57)
59. *Sustainable Tourism Master Plan 2015-2025* (2015), The Federal Democratic Republic of Ethiopia, Ministry of Culture and Tourism, UN Economic Commission for Africa
60. Šćebović, R. (2010): *Turističko planiranje*, Skripta za studente, PMF UNSA
61. Škrijelj, R., et al. (2013): *Crvena lista faune FBiH- knjiga 3*, NVO EU Greenway, Sarajevo
62. Towner, J. (1990): *Tourism and Cultural Exchange: An Historical Perspective*, Journal „Visions and Leisure in Business“, vol. 9 (1) *Travel and Tourism Economic Impact* (2022), Reports of Global Trends, August 2022, World Travel and Tourism Council (WTTC)
63. World Travel and Tourism Council (2022): *Bosnia and Herzegovina, Annual Research 2022- Key Highlights*, WTTC
64. Zhang, J., Lu, Y. (2022): *Exploring the Effects of Tourism Development on Air Pollution: Evidence from the Panel Smooth Transition Regression Model*, International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(14):8442
65. Zhou, S., Smith, A., Punt, A., Sainsbury, K. (2010): *Ecosystem-based fisheries management requires a change to the selective fishing philosophy*, PNAS, Vol. 107 (21) 9485-9489
66. Zhuang, X., Yao, Y., Li, J. (2019): *Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China*. Sustainability, vol.11 (3), 2019

67. Žunić, L. (2016): *Turizam Sarajeva- turističko-geografska valorizacija receptivnih antropogenih faktora i njihov značaj za planiranje turističke ponude*, PMF UNSA, Sarajevo
68. Žunić, L. (2018): *Turizam Sarajeva- receptivni kulturni faktori destinacije*, Prirodno-matematički fakultet, Sarajevo
69. Žunić, L. (2021): *Uticaj kiselih kiša na vodene resurse i živi svijet*, Voda i mi, br.104, AVP Sava
70. Žunić, L. (2022): *Pozitivni socio-kulturni impakti turizma na geografsku i životnu sredinu*, Prirodno-matematički fakultet, Sarajevo
71. Žunić, L. (2022): *Turistička valorizacija okeanografskih elemenata*, AVP Sava, Voda i mi, br.108
72. Žunić, L. (2022): *Turističko-geografski atributivni faktori riječnih sistema*, Voda i mi br. 106, AVP Sava, Sarajevo
73. Žunić, L. (In Press): *Natural Management and the Development of Protected Areas as Sustainable Tourism Spots in Bosnia and Herzegovina*, The Sixth International Scientific Conference ITEMMA 2022, Maribor
74. Žunić, L. (In Press): *The Tourist Image of the Protected Landscape of Biambare*, Sarajevo, The Sixth International Scientific Conference ITEMMA 2022, Maribor
75. Žunić, L. (2003-2023), *Personalna kolekcija fotografija s terena: BiH, RH, Austrija, Egipat*, prof. i rekr. putovanja
76. Žunić, L., Bidžan-Gekić, A., Gekić, H. (2019): *Environmental Practices in Sarajevo Luxury Hotels*, European Researcher, Series A, 10(3): 196-205

URL-linkovi:

1. [\(11\) \(PDF\) Visitor management in protected areas \(researchgate.net\)](#)
2. [\(12\) \(PDF\) TOURISM DEVELOPMENT IN THE EAST REGION OF MACEDONIA: ECONOMIC PERSPECTIVE \(researchgate.net\)](#)

3. [04001977.pdf \(ciheam.org\)](#)
4. [14 Bear Attack Statistics & Facts to Know in 2023: How Many Attacks Happen Every Year? | Pet Keen](#)
5. [2290. Strategija razvoja BD BiH bos.pdf \(skupstinabd.ba\)](#)
6. [26 Hyatt Hotel Brands: Upscale, Luxury, All-inclusive \[2023\] \(upgradedpoints.com\)](#)
7. [About Marriott International | Corporate Information](#)
8. [Ageing cars are bogging down the battle against climate change \(unep.org\)](#)
9. [An etymology of “tourism” - ScienceDirect](#)
10. [Bear Attacks Statistics – Global Pandemonium Perspective \(worldanimalfoundation.org\)](#)
11. [BiH20Biodiversity20Analysis2C20Final20Report.pdf \(measurebih.com\)](#)
12. [Bosna i Hercegovina \(ks.gov.ba\)](#)
13. [Bosnia and Herzegovina - UNESCO World Heritage Convention Home - The International Ecotourism Society](#)
14. [Bosnia and Herzegovina | Tourism Statistics | CEIC \(ceicdata.com\)](#)
15. [Bright lights, big city: why light pollution threatens migratory birds | Yale Environment Review](#)
16. [Cairo’s Garbage City – Cairo, Egypt - Atlas Obscura](#)
17. [Choice Hotels International Reports 2022 Fourth Quarter and Full-Year Results \(prnewswire.com\)](#)
18. [Choice Hotels Introduces 'Your Key to Profit' Resource to Benefit Franchise Owners - Choice Hotels Development](#)
19. [Choice Hotels RevPAR by brand US 2021 | Statista](#)
20. [Choice Hotels RevPAR US 2021 | Statista](#)
21. [Christian Pilgrimage to Israel \(travelmole.com\)](#)
22. [Climate change and flying: what share of global CO2 emissions come from aviation? - Our World in Data](#)
23. [Climate change: Should you fly, drive or take the train? - BBC News](#)

24. [Commercialization of culture | The Encyclopedia of World Problems \(uia.org\)](#)
25. [Countries with the highest GDP from travel and tourism 2019 | Statista](#)
26. [Crime in Tourism Destinations: Research Review - CORE Reader](#)
27. [Definition of Leakage | Higher Rock Education](#)
28. [Discovering sustainable tourism: its meaning and potential \(ecobnb.com\)](#)
29. [e2004-1987.pdf \(msu.edu\)](#)
30. [Ecosystem-based fisheries management requires a change to the selective fishing philosophy | PNAS](#)
31. [Egypt's Mohammed Morsi: A turbulent presidency cut short - BBC News](#)
32. [EIR2022-Global Trends.pdf \(wtcc.org\)](#)
33. [Elevated Bus That Drives Above Traffic Jams - YouTube](#)
34. [Endangered Species at Risk from Cable Car Proposal - Tasmanian Times](#)
35. [Environmental Benefits of Public Transit | The Environment | About KCATA | KCATA](#)
36. [EU4Business Recovery | European Union-Supported Certification of Tourist Offer for Sustainable Tourism in BiH](#)
37. [Euphorbia fragifera - Jan \(europa.eu\)](#)
38. [Exploring the Effects of Tourism Development on Air Pollution: Evidence from the Panel Smooth Transition Regression Model - PMC \(nih.gov\)](#)
39. [Faktor | Faktor.ba](#)
40. [Five reasons why using public transport is better for the environment - Ridango](#)
41. [Fuels – Consumption of airplanes and boats | Planète Energies \(planete-energies.com\)](#)
42. [Global study uncovers best ways to change consumption to cut carbon footprint | Faculty of Environment | University of Leeds](#)

43. [Gorilla Trekking in Uganda - Uganda Safaris | Gorilla Trekking | Gorilla Tours in Uganda | Uganda Safaris | Kenya safaris \(ngonisafarisuganda.com\)](#)
44. [Gorilla Trekking Prices In Uganda & Rwanda - Horizon Guides](#)
45. [Hilton – FAQs](#)
46. [Hilton Brands | Global Hospitality Company](#)
47. [Hilton hotel room count 2021 | Statista](#)
48. [Hilton Worldwide Holdings Net Income 2011-2022 | HLT | MacroTrends](#)
49. [Hilton Worldwide RevPAR 2021 | Statista](#)
50. [Hilton Worldwide RevPAR 2022 | Statista](#)
51. [Historic Cairo - UNESCO World Heritage Centre](#)
52. [History \(sverigesnationalparker.se\)](#)
53. [Hotel Brands - Choice Hotels Europe](#)
54. [Hotel Development | Marriott International](#)
55. [How Amsterdam became the bicycle capital of the world | Cities | The Guardian](#)
56. [How long does it take stalagmites and stalactites to form? | BBC Science Focus Magazine](#)
57. [How many cars equal the CO2 emissions of one plane? | BBC Science Focus Magazine](#)
58. [How many cars equal the CO2 emissions of one plane? | BBC Science Focus Magazine](#)
59. [How Many Seats In Airplane? - Cars Route](#)
60. [How to start a career in travel and tourism?\(Guide 2019\) | Travind \(travindinstitute.com\)](#)
61. <http://geographyfieldwork.com/TouristMultiplier.htm>
62. <http://green.hotelscombined.com/Gyh-Environmental-Impact-of-Hotels.php>
63. http://images.slideplayer.biz/8/2021663/slides/slide_6.jpg
64. <http://m.acronymsandslang.com/definition/7717405/demonstration%20effect.-meaning.html>

65. <http://regenerationinternational.org/2016/06/07/what-massive-land-rehabilitation-project-teaches-us-about-ecological-health-poverty-and-our-prospects-for-the-future/>
66. <http://tourismimpacts.tumblr.com/erosion>
67. <http://www.bbc.co.uk/staticarchive/9faaa80409c915c09578674b9f0420f271af728e.png>
68. http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582014000100014
69. http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582014000100014
70. <http://www.wwf.rs/?255131/Obnova-vlaznih-stanista-na-podrucju-Evropskog-Amazona>
71. <https://app.remplan.com.au/wyndham/economy/workers/hours-worked?state=wnlEhk!ExG8hORxwHmbAWIS7lP7GfnuAIJAvfOIyxqxcnCBImBhnILhddNpskyV>
72. <https://careers.choicehotels.com/about/#:~:text=With%202%20brands%2C%20Choice%20Hotels,as%20of%20August%2011%2C%202022.>
73. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ecolodge#:~:text=%2F%CB%88i%CB%90.ko%CA%8A%CB%8C%9%91%CB%90d%CA%92%2F,an%20ecolodge%20in%20the%20rainforest.>
74. <https://g.co/kgs/1BvnGE>
75. <https://geographyfieldwork.com/TouristMultiplier.htm>
76. <https://ich.unesco.org/en/state/bosnia-and-herzegovina-BA>
77. <https://kisigcsegeography.files.wordpress.com/2014/01/social.jpg>
78. <https://livestockconservancy.org/heritage-breeds/heritage-breeds-list/lipizzan-horse/>
79. <https://sevdalinka.info/o-sevdalinci/>
80. <https://sk.sagepub.com/reference/the-sage-international-encyclopedia-of-travel-and-tourism/i4275.xml>
81. <https://whc.unesco.org/en/list/786/>

82. <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>
83. <https://www.bathurstresources.com/wp-content/uploads/bathurst-cutandcover-diagram-28-January-2013.jpg>
84. <https://www.cedefop.europa.eu/en/data-insights/skills-developments-and-trends-tourism-sector>
85. https://www.epa.sa.gov.au/files/8238_info_photosmog.pdf
86. <https://www.forbes.com/companies/intercontinental-hotels-group/?sh=10ed8b36456e>
87. <https://www.intechopen.com/source/html/18642/media/image13.png>
88. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/HLT/hilton-worldwide-holdings/net-income#:~:text=Hilton%20Worldwide%20Holdings%20annual%20net,a%20157.34%25%20decline%20from%202020>
89. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/HLT/hilton-worldwide-holdings/number-of-employees>
90. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/IHG/intercontinental-hotels-group/net-income>
91. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MAR/marriott/net-income>
92. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MAR/marriott/number-of-employees>
93. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/WH/wyndham-hotels-resorts/net-income#:~:text=Wyndham%20Hotels%20%26%20Resorts%20net%20income%20for%20the%20twelve%20months%20ending,a%20284.85%25%20decline%20from%202020>
94. <https://www.monroecollege.edu/uploadedFiles/Site Assets/PDF/Natioanl%20and%20Regional%20Tourism.pdf>
95. <https://www.plantea.com.hr/panciceva-omorika/>

96. <https://www.prnewswire.com/news-releases/choice-hotels-recognized-on-the-forbes-worlds-best-employers-2022-list-301652392.html>
97. <https://www.youtube.com/watch?v=tM2JHg7GoKE>
98. https://www2.unbc.ca/sites/default/files/sections/outdoor-recreation-tourism-management/demonstration_effect.pdf
99. [Hyatt hotel rooms worldwide 2022 | Statista](#)
100. [Hyatt Hotels Net Income 2010-2022 | H | MacroTrends](#)
101. [Hyatt Reports Fourth Quarter and Full Year 2022 Results: Record Cash Flow from Operations of \\$674M; Net Rooms Growth of 6.7% Exceeds Expectations | MarketScreener](#)
102. [IATA - Strong Passenger Demand Continues in June](#)
103. [impact_1 noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com](#)
104. [Impactos del Turismo | Erosión de Playas \(tumblr.com\)](#)
105. [In Venice, Carnival Is a Visual Feast of 18th-Century Splendor - Atlas Obscura](#)
106. [Inca Religion - World History Encyclopedia](#)
107. [Inca Religion and Archaeoastronomy — Google Arts & Culture](#)
108. [Individual tourism systems - ScienceDirect](#)
109. [Inside Burj Al Arab's Royal Suite: a revolving bed and gold-plated television \(thenationalnews.com\)](#)
110. [InterContinental Hotels: Strong Customer Demand Despite Inflation \(IHG\) | Seeking Alpha](#)
111. [International Ecotourism Society \[TIES\] | Roundtable Human Rights in Tourism \(humanrights-in-tourism.net\)](#)
112. [International Tourism Back to 60% of Pre-Pandemic Levels in January-July 2022 \(unwto.org\)](#)
113. [Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini - Islamska zajednica u Bosni i Hercegovini](#)
114. [IUCN Green List Kenya - IUCN Green List](#)
115. [JIN JIANG HOTEL SHANGHAI \\$78 \(\\$92\) - Prices & Reviews - China \(tripadvisor.com\)](#)

116. [Jinjiang International \(jinjiangcapital.com\)](http://jinjiangcapital.com)
117. [Kenya's National Parks and Reserves - Safari 365](#)
118. [Kolaps na granicama Hrvatske: Na ljeto nas očekuju kolone od Slovenije do Zagreba | Tuzlanski.ba](#)
119. [KY 20211109235055.pdf \(vnu.edu.vn\)](#)
120. [Las Vegas, NV Crime Rates and Statistics - NeighborhoodScout](#)
121. [Leakage: Definition in Economics, Why It's Important and Examples \(investopedia.com\)](#)
122. [Leakages from the circular flow of income - Oxford Reference](#)
123. [Loess Plateau | China & Asia Cultural Travel](#)
124. [Low-frequency songs lose their potency in noisy urban conditions | PNAS](#)
125. [Machu Picchu is struggling under the weight of legend – Business Destinations – Make travel your business](#)
126. [Marriott approaches 1.5 million-guestroom mark | Hotel Management](#)
127. [MARRIOTT INTERNATIONAL REPORTS FOURTH QUARTER AND FULL YEAR 2022 RESULTS | Marriott International \(gcs-web.com\)](#)
128. [Marriott RevPAR worldwide by region 2021 | Statista](#)
129. [Marriott: Number of Employees 2010-2022 | MAR | MacroTrends](#)
130. [Mass tourism in protected areas – underestimated threat? Polish National Parks case study \(degruyter.com\)](#)
131. [Master plan razvoja turizma Vlačića za područje općine Travnik | Digital Academic Archives and Repositories \(srce.hr\)](#)
132. [Microsoft Word - Master plan Jahorina - srpski.DOC \(oc-jahorina.com\)](#)
133. [NACRT - FBIH STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA 2022-2027 BHS\(1\)\(1\).pdf \(fmoit.gov.ba\)](#)
134. [Nacrt upravljanja posjetiocima Zaštićenog pejzaža "Trebević".pdf \(ks.gov.ba\)](#)

135. [NASA - Cleaner Skies](#)
136. [Neumu - Smještaj Neum \(neum-bih.com\)](#)
137. [Noise and light pollution affect breeding habits in birds / NSF - National Science Foundation](#)
138. [P3 TX02 Standardi za planiranje turističkih zona.pdf \(zspudnz.hr\)](#)
139. [Parks Dinarides \(dinaricarcparcs.blogspot.com\)](#)
140. [Planes Or Cars - Which Pollutes The Most? Which Is More Sustainable? \(youmatter.world\)](#)
141. [Polar Bear | Species | WWF \(worldwildlife.org\)](#)
142. [Polar Bear Diet Now 25% Plastic, Russian Researchers Reveal; City Creates 'Alcatraz of Garbage' to Solve Problem - EnviroNews | The Environmental News Specialists](#)
143. [Polar Bear Range States - Tourism \(polarbearagreement.org\)](#)
144. [Pollutants and Greenhouse Gases Emissions Produced by Tourism Life Cycle: Possible Solutions to Reduce Emissions and to Introduce Adaptation Measures | IntechOpen](#)
145. [Portada World Geography \(mediafire.com\)](#)
146. [Pyramids of Giza Opening Hours 2023 | Best Time to Visit \(pyramid-of-giza.com\)](#)
147. [q1-2022-earnings-release.pdf \(hilton.com\)](#)
148. [Raporttien ulkoasu ja lähteisiin viittaaminen \(theseus.fi\)](#)
149. [Reducing car pollution - Washington State Department of Ecology](#)
150. [Restoring China's Loess Plateau | \(vegansustainability.com\)](#)
151. [Royal Balloon - Cappadocia | Cappadocia Balloon Tours](#)
152. [Ruining the Ruins: Overtourism to Undertourism @Machu Picchu \(arcgis.com\)](#)
153. [rural villages in austria tourism - Google Maps](#)
154. [Sage Reference - The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism \(sagepub.com\)](#)
155. [SDTMDMasterPlan FINALApproved 2.pdf](#)

156. [Shanghai Jin Jiang International Hotels Development Co Ltd A Financials \(600754\) - Investing.com](#)
157. [Stalagmite destroyed as tourist kicks karst cave rock formation to pieces - CGTN](#)
158. [strategija turizam.pdf \(starigrad.ba\)](#)
159. [Sustainability | Free Full-Text | "The Overwhelmed City": Physical and Social Over-Capacities of Global Tourism in Venice \(mdpi.com\)](#)
160. [System, tourism | SpringerLink](#)
161. [Temporary marriage in Iran and women's rights | Middle East Institute \(mei.edu\)](#)
162. [The inside guide to Rimini, Italy's iconic beach city | National Geographic](#)
163. [The International Ecotourism Society \(umass.edu\)](#)
164. [The magnificent lion: the symbol of Africa | WWF](#)
165. [The Most Expensive Suite at Dubai's Burj Al Arab Hotel | Architectural Digest](#)
166. [The prevalence of sexual violence during pregnancy in Iran and the world: a systematic review and meta-analysis - PMC \(nih.gov\)](#)
167. [This Hanoi Hotel Is Coated in 24-karat Gold - Yes, Even the Toilets \(travelandleisure.com\)](#)
168. [Threats to African elephants | WWF \(panda.org\)](#)
169. [Tijana Trbojević - Investigating the Potential Presence of Balkan Lynx in Bosnia And Herzegovina - The Rufford Foundation](#)
170. [Timeline: How the Arab Spring unfolded | Arab Spring: 10 years on News | Al Jazeera](#)
171. [Tolerance of cultivated and wild plants of different taxonomy to soil contamination by kerosene - PubMed \(nih.gov\)](#)
172. [Top 10 most expensive hotels ever built - the Luxury Travel Expert](#)
173. [Top 10 Travel Companies in the World by Sales in 2020 | Travel Industry \(bizvibe.com\)](#)

174. [Tourism – Mrs Conrad's KIS IGCSE Geography Support \(wordpress.com\)](#)
175. [Tourism Satisfaction: Importance, Measurability & Impacts \(ehl.edu\)](#)
176. [Tourism vital to employment in several Member States - Products Eurostat News - Eurostat \(europa.eu\)](#)
177. [Tourism+++employment \(2000×1258\) \(europa.eu\)](#)
178. [tourist | Etymology, origin and meaning of tourist by etymonline](#)
179. [Touristification. Empty concept or element of analysis in tourism geography? - PMC \(nih.gov\)](#)
180. [Travel & Tourism Economic Impact | World Travel & Tourism Council \(WTTC\)](#)
181. [Travel and Tourism - Top 10 Hotel Chains in the World in 2021 by No. of Properties - GlobalData](#)
182. [Travel and tourism GDP share by country EU 2021 | Statista](#)
183. [U.S. Cities Most Reliant on Tourism - Global Trade Magazine](#)
184. [Ugrožene životinjske vrste u BiH: Od risa do tetrijeba - Radiosarajevo.ba](#)
185. [UNESCO World Heritage Centre - World Heritage List Statistics](#)
186. [Visitor management in protected areas \(sciendo.com\)](#)
187. [What is sustainable development? - FDSD](#)
188. [What is the Venice Carnival? - Venice Carnival \(venice-carnival-italy.com\)](#)
189. [What was the Grand Tour? | Royal Museums Greenwich \(rmg.co.uk\)](#)
190. [Which Is Worse for the Environment: Driving or Flying? | Reader's Digest \(rd.com\)](#)
191. [Which Is Worse for the Environment: Driving or Flying? | Reader's Digest \(rd.com\)](#)
192. [which_is_greener.pdf \(energy.gov\)](#)
193. [Why We Need a Tourism Master Plan | Meet Minneapolis](#)

194. [Wyndham Hotels & Resorts | LinkedIn](#)
195. [Wyndham Hotels & Resorts | Search for Hotel Room Rates, Deals, and Getaways](#)
196. [Wyndham Hotels & Resorts | Search for Hotel Room Rates, Deals, and Getaways](#)
197. [Wyndham Hotels & Resorts Archives - WHG Corporate](#)
198. [Wyndham Hotels & Resorts Revenue 2016-2022 | WH | MacroTrends](#)
199. [Wyndham's Recovery in Hotel Room Rates May Plateau This Year \(yahoo.com\)](#)
200. [Туризам и угоститељство\\$Strategija razvoja turizma Republike Srpske.doc \(mvteo.gov.ba\)](#)
201. [锦江国际（集团）有限公司 \(jinjiang.com\)](#)

IZVODI IZ RECENZIIJA:

Prof.dr. Kristina Košić²¹

... Procene impakata turizma su presudne za održivo turističko planiranje i upravljanje turističkom destinacijom. Rukopis sadrži izdašne podatke, parafrazirane i citirane, relevantno prevedene iz najnovijih naučnih publikacija i institucionalnih dokumenata (UNWTO, IUCN, UNESCO, UNEP, WWF i dr.). Teorijski rezultati su upotpunjeni i argumentovani vlastitim elaboracijama i empirijskim rezultatima autorskih višedecenijskih istraživanja na terenu. Svojom modernom koncepcijom i inovirano-aplikativnim sadržajem, naučna monografija „Impakti turizma“ utire put brojnim inovativnim projektima u Bosni i Hercegovini, i dr. ...

Prof.dr. Tatjana Pivac²²

... Predstavljene su teorijske i aplikativne forme impakata turizma na socio-kulturni, ekonomski i geokološki ambijent životne sredine. Korišćena je savremena naučna i druga relevantna literatura. Inkorporirani su rezultati vlastitih istraživanja. Teoretski rezultati su upotpunjeni demonstrativnom grafikom, uključujući foto-zapise s terena. Naučna monografija je pisana akademskim naučnim izrazom, vrlo jasno sa brojnim primerima u svetu i Bosni i Hercegovini, sa brojnim autorskim fotografijama, šemama, tabelama. Namijenjena je studentima, ali je isto tako veoma interesantno štivo za sve koji se bave turizmom, geografijom, planiranjem i mnogim drugim disciplinama. ...

Prof.dr. Senada Nezirović²³

... Tematika i koncepcija su originalni i po prvi put sveobuhvatno predstavljeni na našim prostorima i šire. Problematika je od fundamentalnog značaja za prepoznavanje impakata turizma u geografskom i turističkom prostoru, kao i za usmjeravanje turističkog razvoja na održivim postulatima. Ima podsticajni karakter na razvoj turizma, ali isto tako ukazuje i na njegove moguće rizike, kao i aplikativne moduse preventivnog djelovanja i promocije turizma. Za studij turizma i zaštite životne sredine, naučnu monografiju „Impakti turizma“ treba planirati kao obavezni dio kurikuluma. Donosi dobre prakse iz svijeta i podstiče brojne ideje i kreativnost na putu razvoja novih istraživanja i projekata. Usmjerena je prema profilima: geografi, turizmolozi, geokolozi, prostorni (turistički) planeri, sociolozi, ekonomisti, biolozi i dr. ...

²¹ **Redovni profesor**, uže naučne oblasti „Turizam“, „Ruralni turizam“, „Banjski turizam“, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, **Univerzitet u Novom Sadu**

²² **Redovni profesor**, uže naučne oblasti „Kulturni turizam“, „Gradski turizam“, „Vinski turizam“, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, **Univerzitet u Novom Sadu**

²³ **Vanredni profesor**, uže naučne oblasti „Regionalna geografija“ i „Turizam“, Odsjek za geografiju, Prirodno-matematički fakultet, **Univerzitet u Sarajevu**

