Седмична колумна високог представника за БиХ Кристијана Шварц-Шилинга: “Уживање у Босни и Херцеговини”

ЦНН је управо почео са емитовањем серије кратких видео спотова, којима се гледаоци широм свијета позивају да “уживају у Босни и Херцеговини”. Ови туристички промотивни спотови, у продукцији Агенције за промовисање страних инвестиција, садрже добар дио оног најљепшег и најбољег што ова земља има да понуди, и у наредним мјесецима ће их видјети стотине милиона људи.

Ја сам имао срећу да присуствујем премијерном приказивању ових спотова и надам се да ће они инспирисати многе гледаоце ЦНН-а да дођу и виде Босну и Херцеговину сопственим очима. Такође, вјерујем да туризам има потенцијал да помогне у економској трансформацији ове земље, а усудио бих се рећи и психолошкој.

Босна и Херцеговина је једна од најљепших земаља на свијету. Она има скијалишта која су разнолика и изазовна, али и економичнија и са мањим гужвама од оних у Алпама. Њене нетакнуте предјеле и мочваре насељава разнолика флора и фауна која је практично јединствена у свијету. Она има историјско културно наслијеђе које посјетиоцима нуди јединствену музику, умјетност и архитектуру. И, она има традицију и гостопримство које је богато и непролазно.

У сектору туризма могло би се отворити десетине, а можда и стотине хиљада радних мјеста, са милијардама зарађених еура. Међутим, до овога ће доћи једино ако Босна и Херцеговина буде успјешно управљала својим Богом даним богатствима.

Ако погледамо како су земље као што су Грчка, Италија, Шпанија и Турска помоћу туризма трансформисале своје економије, могуће је утврдити три темеља за успјешан развој туризма. Прво, потребно је имати основне ресурсе. Босна и Херцеговина тога има на претек. Друго, потребно је направити ефикасан маркетинг тих ресурса. Нова рекламна кампања је добар почетак – али само почетак. И треће, потребно је имати адекватно развијену туристичку инфраструктуру, стратегију и културу.

Овај трећи елеменат недостаје у Босни и Херцеговини. Хотелијери и туристички оператери знају шта им је потребно у смислу развоја статешког планирања, маркетинга и инфраструктуре, али органи власти тек треба да покажу да су вољни одговорити на те захтјеве.

Узмимо, на примјер, нацрт Закона о туризму, који би омогућио ефикасно регулисање ове гране, доношење свеобухватне развојне стратегије и реформу аранжмана за прикупљање туристичких такси, као и уредио начине трошења прихода. Овај Закон се већ годинама налази у фази израде, јер се професионалне, бирократске и политичке интересне групе радије препиру међусобно него да постигну компромисни споразум који би омогућио сектору туризма да се покрене и почне стварати богатство за Босну и Херцеговину.

Затим, постоје релативно једноставни задаци као што је увођење јединствене класификације хотела. Посјетилац који једне ноћи одсједне у хотелу са три звјездице у Бањалуци, а друге ноћи у хотелу са три звјездице у Мостару, очекује да ће спавати у соби истог квалитета и имати услугу истог квалитета – али неће, јер хотелска класификација није стандардизована, због чега процес резервисања хотела у овој земљи помало личи на лутрију.

Осим тога, ту је и питање туристичке културе. Људи који обожавају природне љепоте Босне и Херцеговине су шокирани када виде смеће на овим мјестима и ужасавају се да се грађевински отпад може одлагати поред пута. Они, такође, одбијају да једу

у ресторанима у којима су конобари неуредни, безобразни и вулгарни, без обзира на квалитет хране или привлачност саме локације.

Сваком питању које сам споменуо мора се посветити пажња, уколико желимо да се ова земља развије у туристички рај који се може видјети у рекламама на ЦНН-у. Та питања се могу ријешити, и туризам може постати кључ за трансформисање Босне и Херцеговине, тако да и Босанци и Херцеговци, а и милиони људи широм свијета “уживају у Босни и Херцеговини”.

Кристијан Шварц-Шилинг је високи представник међународне заједнице и специјални представник Европске уније у Босни и Херцеговини.