



Grad Sarajevo
City of Sarajevo

Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine
Kanton Sarajevo
Grad Sarajevo

GRADSKO VIJEĆE

Broj: 01-GV-02-1477/22
Sarajevo, 05.10.2022. godine

Na osnovu člana 26. stav 1. tačka 2. i člana 74. stav 1. Statuta Grada Sarajeva („Službene novine Kantona Sarajevo”, broj 34/08 – prečišćeni tekst), Gradsko vijeće Grada Sarajeva, na 19. sjednici održanoj dana 05.10.2022. godine, primilo je k znanju

Informaciju o opravdanosti ulaganja budžetskih sredstava u organizaciju javnog dočeka Nove godine.

PREDSJEDAVAJUĆI GRADSKOG VIJEĆA

Jasmin Ademović, s.r.

Adresa: Hamdije Kreševljakovića 3
71000 Sarajevo, BiH
Tel: +387 33 216 659
Fax: +387 33 205 874
Email: gsgv@sarajevo.ba
Web: gradskovijece.sarajevo.ba





Grad Sarajevo
City of Sarajevo

Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine
Kanton Sarajevo
Grad Sarajevo
GRADONAČELNICA

Informacija
o opravdanosti ulaganja budžetskih sredstava u organizaciju
javnog dočeka Nove godine

Sarajevo, oktobar 2022. godine

Adresa: Hamdije Kreševljakovića 3
71000 Sarajevo, BiH
Tel: +387 33 407 443
Fax: +387 33 208 341
Email: grad@sarajevo.ba
Web: www.sarajevo.ba



Informacija o opravdanosti ulaganja budžetskih sredstava u organizaciju javnog dočeka Nove godine

Grad Sarajevo se u svojim strateškim dokumentima opredijelio da budžetska sredstva kojim raspolaže troši na krajnje racionalan način. S tim u vezi, Gradsko vijeće Grada Sarajeva i gradonačelnica usaglasili su stav da se kod svih značajnijih projekata, prije njihovog pokretanja, rade analize o opravdanosti ulaganja budžetskih sredstava u njihovu realizaciju.

Iako je opravdanost ulaganja u javni doček Nove godine odavno prepoznat ne kao trošak, već kao dobra investicija, ipak je zatraženo od Ekonomskog instituta Sarajevo da uradi Analizu o opravdanosti ulaganja budžetskih sredstava u organizaciju javnog dočeka Nove godine u Sarajevu.

Analizom se htjelo doći do što egzaktnijih podataka o stanju na turističkom tržištu nakon pandemije izazvane virusom COVID-19, doći do raspoloživih statističkih podataka iz regije, BiH, a naročito onih koji pokazuju stanje u Kantonu Sarajevo.

Turizam je privredna grana koja je pretrpjela najveće štete, ali ujedno i bilježi ogroman rast u oporavku nakon pandemije. Svi pokazatelji ukazuju da treba iskoristiti ovaj trenutak i nametnuti se kroz tzv. „turizam događaja“ kao atraktivna turistička destinacija u regiji, ali i šire. Sarajevo je zimski turistički centar s atraktivnim skijalištima (Bjelašnica, Igman, Jahorina, Ravna planina) i ima brend olimpijskog grada. Zato je atraktivni javni doček Nove godine događaj koji upotpunjuje očekivanja turista koji Sarajevo posjećuju u zimskoj turističkoj sezoni.

Analiza je sve navedeno potvrdila, ukazala na opravdanost ulaganja budžetskog novca u ovaj događaj i na osnovu naučno izvedene, matematičke formule, dala projekciju opravdanog iznosa ulaganja za javni doček Nove 2023. godine, ali i progresiju za naredne godine.

Sastavni dio Informacije je Analiza opravdanosti ulaganja budžetskih sredstava u organizaciju javnog dočeka Nove godine koju je uradio Ekonomski institut Sarajevo.

ANALIZA OPRAVDANOSTI ULAGANJA BUDŽETSKIH SREDSTAVA U ORGANIZACIJU JAVNOG DOČEKA NOVE GODINE



EKONOMSKI INSTITUT SARAJEVO

Prof. dr Maja Arslanagić-Kalajdžić

Prof. dr Melika Husić-Mehmedović



SADRŽAJ

SADRŽAJ	1
1. Trendovi u turizmu i ponašanju na tržištu	2
2. Novogodišnje aktivnosti u gradovima regije.....	7
3. Analiza noćenja i dolazaka turista u Kantonu Sarajevu u periodu organizacije dočeka Nove godine.....	11
4. Zaključci i preporuke	18
Reference	22

LISTA GRAFIKA

Grafik 1: Kretanje broja turista u Evropi tokom pandemije i u post-pandemijskom periodu	3
Grafik 2: Prikaz dolazaka i noćenja turista u Kantonu Sarajevo u decembru	11
<i>Grafik 3: Prikaz omjera stranih i domaćih turista u decembru 2021. godine u FBiH i u Kantonu Sarajevo.....</i>	<i>12</i>
<i>Grafik 4: Prikaz trenda dolazaka i noćenja stranih turista u Kanton Sarajevo u decembru.....</i>	<i>13</i>
<i>Grafik 5: Prikaz trenda dolazaka i noćenja domaćim turista u Kanton Sarajevo u decembru.....</i>	<i>14</i>
<i>Grafik 6: Dolasci/noćenja turista u 2022. godini prema zemlji prebivališta</i>	<i>15</i>
<i>Grafik 7: Preporuke za dalje aktivnosti Grada Sarajeva.....</i>	<i>19</i>

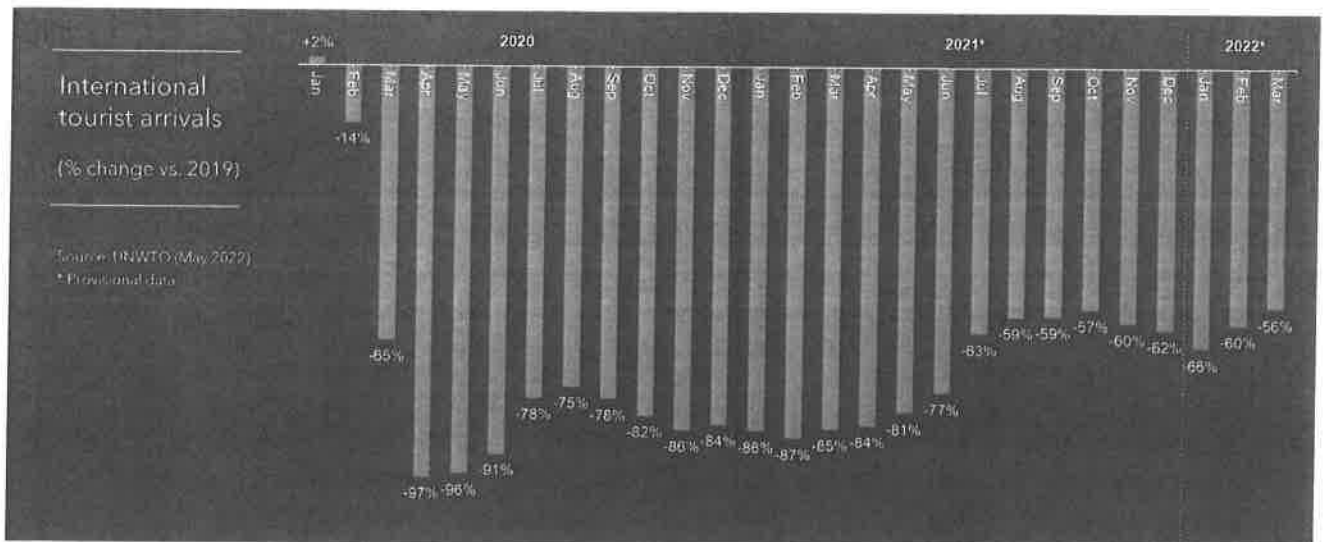
1. Trendovi u turizmu i ponašanju na tržištu

Potražnja za turističkom ponudom kontinuirano raste u posljednjih 50 godina, sa izuzetkom perioda koji je obilježen Covid-19 pandemijom, 2020-2022. Međunarodni turizam je zbog toga postao veoma važan za sveukupni ekonomski razvoj, a prema najnovijim trendovima potrebno je vratiti se i, ranije zanemarenim, domaćim turistima. Kako bi se što bolje kreirale javne politike vezane za turizam, potrebno je analizirati kretanja potražnje za turističkom ponudom na konkretnom području.

Sama potražnja za turizmom u međunarodnim okvirima može izraziti i putem linearne funkcije. Zavisna varijabla je prihod od turista, dok su nezavisne varijable: cijene turističkih dobara i usluga na destinaciji, cijene na konkurentskim destinacijama, cijene transporta do destinacije, cijene transporta do alternativne destinacije koja bi mogla biti supstitut datoj destinaciji, te trošak/ulaganje u promociju i marketing destinacije u zemlji za koju se radi analiza i u regionu (Kulendran & Dwyer, 2009). Ovakav kompleksan makroekonomski model traži zahtjevne proračune, kao i adekvatne izvore za pomenute varijable.

Tokom dvije godine pandemije (mart 2020 do mart 2022) grana koja je pretrpjela najveći pad i najveće gubitke jeste upravo turizam. Međutim, sa stabilizacijom brojeva zaraženih virusom, dolazi i do povratka turista, koji žele da nadoknade propušteno. Tako svjetska organizacija za turizam (UNWTO, 2022) u maju je dala podatke da se prvi kvartal 2022. godine u Evropi uvećao za 280% u odnosu na 2021. godinu.

Grafik 1: Kretanje broja turista u Evropi tokom pandemije i u post-pandemijskom periodu



Iako je svijet odmah ušao u novu krizu nakon invazije Rusije na Ukrajinu, stručnjaci smatraju da to neće znatno utjecati na turističke pokazatelje, osim u određenim dijelovima svijeta (kao što je npr. Srbija ili Crna Gora, a što je bitno primijetiti u ovoj analizi). Međutim, zbog opće inflacije i promjena na tržištu, povećava se i nivo trošenja u turizmu, pa se tako procjenjivalo da prosječno putovanje po osobi košta oko 1.000 USD 2019. godine, dok se sada to procjenjuje na 1.400 USD. Ipak, kako se ljeto približava primjetan je porast procenta otkazanih putovanja, tako da je za mjesec juni ta stopa bila 36,3%, što je za 6% više u odnosu na mjesec maj (Destination Analysis, 2022).

Europska komisija za putovanja (European Travel Commission, 2022) također donosi nekoliko trendova koje predviđaju u oblasti turizma u 2022. godini, i to:

- Domaći turisti koji su postali posebno interesantni tokom pandemije nastavljaju trend rasta u ukupnim putovanjima, dok su putovanja unutar Evrope još uvijek na nivou -30% u odnosu na 2019. godinu.
- Zapadna Evropa će imati najveći rast i najbolje rezultate u svijetu, iako još ispod nivoa 2019.
- Zbog invazije Rusije na Ukrajinu, doći će do smanjenja broja turista u Istočnoj Evropi, a očekuje se njihov oporavak do 2025. godine.
- Najviše pogođeni trenutnim dešavanjima u svijetu su Kipar, Crna Gora, Latvija, Finska i Estonija, jer su ruski turisti činili minimalno 10% njihovih dolaznih gostiju.

Tokom ljetnih mjeseci tekuće godine intenziviran je rast broja turista u Evropi (France 24, People & Profit, 2022), jer su turisti željni putovanja, posebno vezanih za odmor i zabavu. Poslovna putovanja nisu i neće se još vratiti na pred-pandemijski nivo (oko 67% se odnosi na zabavu i odmor, a 33% na posao, prema WTTC, 2021), ali potrošači neće štedjeti na odmorima tokom ove godine. **Upravo to predstavlja priliku i za organizaciju velikih događaja, poput proslave Nove godine.** Većina stručnjaka se ipak slaže da će pravi rast nastupiti u ljetnim mjesecima, tj. u trećem tromjesečju 2022. godine (Acevedo-Duque et al., 2022). Post-pandemijski turisti su postali još zahtjevniji, veliku pažnju polažu na komfor i prateće usluge, ali sada traže i druge faktore, poput zdravstvene zaštite, distance, slobode itd.

Jedan od tematskih oblika međunarodnog turizma je i turizam događaja. Istraživanja su pokazala da turizam događaja ima značajan potencijal za tzv. nove ekonomije (*emerging economies*). Novi Zeland se na državnom nivou fokusirao na turizam događaja (festivali, grupni događaji, koncerti i sl.), te su eksperti pokazali da je ovaj fokus veoma uspješan i da potiče dodatnu izgradnju postojećih i novih kapaciteta destinacije (u smislu smještaja, transporta i druge infrastrukture povezane sa turizmom). Jedan od najvećih izazova turizma događaja je odrediti kako mjeriti uspjeh realizacije događaja (Gnoth & Anwar, 2000).

Ono čemu događaji također pridonose jeste razvoj imidža i brenda grada. Pored značajnih historijskih obilježja, prepoznatljivih (tzv. „signature“) građevina, događaji mogu pomoći izgradnji imidža i brenda grada što kreira značajnu konkurentsku prednost (Richards & Wilson, 2004). Imidž grada ili destinacije predstavlja kulturološku kategoriju, a događaji predstavljaju značajnu formu kulturne valute. Naime, događaji mogu imati efekte kreiranja imidža grada-domaćina, što vodi do povoljne percepcije grada kao turističke destinacije. Ovo je slučaj i sa organizacijom dočeka Nove godine u gradovima.

Doček Nove godine dobar je povod za upoznavanje novog grada i obogaćivanje iskustava, te se potrošači često odlučuju za putovanje tokom zimskih praznika. Neki gradovi se profiliraju i pozicioniraju upravo kao atraktivne destinacije za doček Nove godine, a tu prednjači New York. U cijelom svijetu poznat je novogodišnji spektakl sa spuštanjem kugli s jarbola na tornju na Times Square-u broj 1. U neposrednoj blizini nalazi se veliki broj

klubova, restorana i kafića koji imaju svoj originalni program uživo, koji obično zahtijeva rezervacije. Spektakularni dočeci u New Yorku traju već stotinjak godina i privlače veliku pozornost zahvaljujući vrlo atraktivnim nastupima poznatih muzičara i plesača. Nakon karnevala po kojem je poznat diljem svijeta, Rio de Janeiro ima najviše turista u novogodišnjoj noći. Doček se svake godine organizira na poznatoj plaži Copacabana i primi nekoliko stotina hiljada posjetitelja. Pariz je vjerojatno najromantičniji grad za doček Nove godine na svijetu i omiljeno mjesto mnogih parova. Tradicionalno se na Elizejskim poljima održava proslava sa muzičkim programom i vatrometom, a za mlade tu je ulična proslava na Champs Elysees-u. U našem regionu Beograd se pokušava pozicionirati kao najprestižnija destinacija za doček, ali kako je to mjesto još upražnjeno i Sarajevo se može naći u ovoj utrci.

Interesantno je kako se sve veći broj svjetskih destinacija nadmeće da postanu popularne u proslavi Nove godine, a sa druge strane **malo je istraživanja napravljeno o stvarnim motivima turista prilikom odluke o ovom putovanju**. Ko su turisti koji dolaze u naš grad za doček Nove godine? U Kini su to porodice sa djecom u 62,3% slučajeva, u New Yorku i Rio de Janeiro-u to su mladi samci ili u mladi u paru, u Beogradu su to osobe koje privlače cjelovečernje zabave na splavovima, a u Zagrebu porodice koje su posjetile advent. Ko su naši posjetioci u Sarajevu i šta ih motiviše da tu dođu, to ne znamo, pa samim tim nismo u mogućnosti ni kreirati adekvatnu ponudu koja će zadovoljiti njihova očekivanja i želje.

Istraživači i eksperti su također postavljali pitanje i zašto turisti dolaze da posjete gradove i ko su ti tzv. „urbani turisti“, a najčešći motivi za ovaj oblik turizma su: raznolikost grada, funkcionalnost grada, ponuda, građevine, kulturni aspekti ili ljudi. Prema Ashworth-u i Page-u (2011) postoji četiri tipa korisnika gradskog turizma: stanovnici i lokalni posjetioci, turisti koji su došli na odmor, poslovni delegati/posjetioci konferencija, te osobe koje rade u gradu. Resursi koje turisti mogu koristiti u gradovima su: građevine, muzeji i galerije, koncerti/kina/teatri, klubovi/restorani/hoteli, prodavnice i aktivnosti potrošnje, kancelarije i sportski događaji, a što dodatno utječe dovodi do koristi za tu destinaciju i za njenu ekonomiju.

Efekat dolaska na neki događaj je mnogo širi od same posjete događaju. U strogo kontrolisanim uslovima, moguće je izmjeriti i povrat na ulaganje u turističku aktivnosti na dugi rok. Na primjer, jedna studija je, koristeći broj turista, proračunate prihode od plaćenih poreza tih turista, te investiciju u izgradnju muzeja (konkretno - Guggenheim muzej u Bilbao-u) došla do informacije da se investicija u izgradnju muzeja isplatila nakon 9 godina (Plaza, 2006).

Turizam fokusiran na organizaciju nekog događaja donosi destinaciji reputaciju i imidž (Zamani-Farahani, et al., 2019), a Nova godina je jedan od najstarijih običaja koji se obilježava. Doček Nove godine se organizira na različite načine u pojedinim kulturama, ali je danas uglavnom fokusiran na zimski odmor i na potragu za zabavom. Turisti u potrazi za autentičnim iskustvom (Zamani-Farahani, et al., 2019) putuju na destinacije širom svijeta i posjećuju različite gradove u kojima se obilježava Nova godina. Pored same proslave, turisti su uvijek u potrazi i za upoznavanjem druge kulture, običaja, hrane i načina zabave na destinaciji koju posjećuju. Upravo zato se moraju bolje poznavati turisti koji dolaze u Sarajevo na doček Nove godine, pa i pretpostaviti kakvu vrstu turista i sa kojim motivima posjete želi Sarajevo da ugosti, te u skladu s tim kreirati program i promovirati destinaciju.

Turizam fokusiran na organizaciju nekog događaja donosi široke ekonomske efekte, ali i gradi imidž same destinacije i profilira željene turiste.

2. Novogodišnje aktivnosti u gradovima regije

Svi gradovi u regiji, a pogotovo glavni gradovi susjednih država, intenzivno planiraju i ulažu u organizaciju novogodišnjeg programa. Tako su se u medijima pojavile različite informacije o troškovima i ulaganjima u novogodišnji program, iako je veoma teško doći do tačnog iznosa. Gradonačelnik Beograda je za medije izjavio da je program **dočeka Nove 2018. godine** koštao nešto više od 100 miliona dinara, što je približno 850.000,00 EUR! S druge strane, u Crnoj Gori novogodišnji doček se tradicionalno organizira u Budvi, a još za Novu 2016. godinu izdvojeno je 215,000.00 EUR (Arslanagić-Kalajdžić, 2018).

Dok nema javno dostupnih podataka koliko je prethodnih godina koštala organizacija dočeka nove godine u Gradu Zagrebu, postoje pokazatelji koliko je uloženo u organizaciju Adventa u Zagrebu. Samo za marketinšku kampanju u 2017. godini, koja se provodila uglavnom putem društvenih medija uloženo je 3,000,000.00 HRK što je okvirno 400,000.00 EUR, dok su se efekti pokazali kroz dramatičan porast broja noćenja u tom periodu (Arslanagić-Kalajdžić, 2018).

U pred-pandemijskim godinama je počelo natjecanje u Regionu (Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Crna Gora) ko će organizirati bolje javni doček Nove godine i ko će imati veću regionalnu zvijezdu da nastupa na centralnom događaju. Bosna i Hercegovina se također uključila u ovu „utrku“ te plasirala i Sarajevo kao centar regionalnih dešavanja. Za **doček 2019. godine** u Hrvatskoj su nastupili: Prljavo kazalište u Rovinju, Novi fosili u Karlovcu, Crvena jabuka u Puli, te Zdravko Čolić u Poreču. U Srbiji, u Beogradu su pjevali Bajaga i Haris Džinović, dok je u BiH u Sarajevu nastupao Dino Merlin, u Mostaru Zabranjeno pušenje, Bihaću Zoster, Tuzli Plavi orkestar, a na Bjelašnici Bijelo dugme.

U susjednim zemljama **doček 2020. godine** smatraju za rekordni po broju turista. Prema podacima Hrvatske turističke zajednice, za Novu godinu u Hrvatskoj je boravilo oko 60.000 turista, dok Beograd prijavljuje 2.700.000 noćenja.

U Zagrebu se program odvijao na čak 9 različitih lokacija. Na centralnom Trgu u Novu godinu je posjetitelje uvelo Prljavo kazalište, dok su prije njih nastupili Novi fosili. U Splitu je nastupala Jelena Rozga, a u Rijeci Dubioza kolektiv te Nina Badrić. Dubrovnik je ugostio Parni valjak, dok je Gibonni pjevao u Rovinju. U Puli Zabranjeno pušenje, a Severina je naplatila astronomski honorar u Poreču od oko 500.000 Kuna. U Hrvatskoj je cilj animirati i manje sredine, tako je u Opatiji nastupio Petar Grašo, a na Rabu Tony Cetinski i u Zadru TBF.

Doček nove godine u Gradu Sarajevo u prethodnom periodu je bio detaljno planiran i promoviran, što je vidljivo i iz Izvještaja o poduzetim aktivnostima Izvršnog odbora za organizaciju dočeka. U finansijskoj podršci organizacije događaja svake godine su učestvovala četiri gradske opštine: Opština Novo Sarajevo, Opština Novi Grad, Opština Centar i Opština Stari Grad. Kanton Sarajevo je podržao organizaciju svake Nove godine i to sa značajnim iznosom, kao i Turistička zajednica Kantona Sarajevo koja se tek 2018. pridružila organizaciji. Iznosi su za doček 2018. godine dosegli 360.000 KM (Arslanagić-Kalajdžić, 2018).

Dok je **doček 2021. godine** u smislu organizacije javnog dočeka potpuno izostao u cijelom regionu, za **doček 2022. godine** su se gradovi odlučivali individualno i na bazi aktuelnih brojeva Covid pozitivnih pacijenata u tom trenutku. Pa tako je u Bosni i Hercegovini Sarajevo odlučilo da ne organizuje nikakvu aktivnost, a što je naišlo na osudu javnosti, sa medijskim naslovima poput "Sarajevo izvisilo". U drugim gradovima Bosne i Hercegovine priređen je javni doček Nove godine na otvorenom uz poznate regionalne i domaće muzičke zvijezde, i to: Brčko – Nina Badrić; Trebinje – Ana Bekuta; Prijedor – Goca Tržan; Banja Luka – Petar Grašo i Neda Ukraden.

Za razliku od gore navedenih bh. gradova u Sarajevu javnog dočeka Nove godine nije bilo. Tu odluku je Grad Sarajevo donio početkom decembra 2021. godine zbog, kako su naveli tada, epidemiološke situacije i iz predostrožnosti. Interesantan je podatak da su sredstva planirana za ovu namjenu iz gradskog budžeta iznosila svega 50.000 KM, a na kraju su bila preusmjerena za "liječenje oboljele djece". Godinama prije toga u Sarajevu su nastupale brojne poznate muzičke regionalne, ali i domaće zvijezde poput Dine Merlina, Zdravka Čolića, Harisa Varešanovića (Hari Mata Hari) i Željka Joksimovića čime je Sarajevo privuklo veliku pažnju turista, medija te tokom novogodišnjih praznika bilo jedna od najpoželjnijih

turističkih destinacija. Grad Sarajevo je u ovom procesu imao koordinirajuću ulogu, kao i ulogu promotora, te je u saradnji sa Turističkom zajednicom Kantona Sarajevo intenzivno rađeno na promociji novogodišnjih aktivnosti u regiji, tj. u Zagrebu, Podgorici, Splitu, Ljubljani i ostalim gradovima, što je adekvatno medijski praćeno.

Ipak, kako podaci pokazuju, Sarajevo je za novogodišnje praznike ugostilo određeni broj turista, a iz Turističke zajednice KS je saopćeno da je u tim danima ostvareno više od 20.000 noćenja. Najveći broj turista je došao iz susjedne Hrvatske, potom slijede druge zemlje regije Srbija, Crna Gora i Slovenija, a zatim Ujedinjeni Arapski Emirati, Njemačka, Turska, Austrija, Makedonija, Švedska, Mađarska i Saudijska Arabija. Zanimljivo je da je i veliki broj građana Bosne i Hercegovine izabrao upravo Sarajevo za svoju novogodišnju destinaciju, što je vrlo važan pokazatelj jaćanja domaćeg turizma.

Iz Turističke zajednice KS podaci pokazuju da je više od 95% noćenja ostvareno u hotelskom smještaju, ali i da je znaćajna indirektna korist koju imaju ugostitelji, trgovci, turistićki radnici i sve povezane djelatnosti koje generišu prihode od turizma. Tako su kapaciteti nekih hotela u Sarajevu bili popunjeni mjesec dana ranije.

Širom Hrvatske su se organizovale javne manifestacije za ulazak u 2022. godinu, iako gradske vlasti to nisu planirale do zadnjeg ćasa, te nisu ni objavljivali javne pozive. U uslovima prije pandemije, regionalne pjevaćke zvijezde već bi krajem ljeta znale gdje će pjevati za doćek Nove godine, a honorari za jednu noć su se iz godine u godinu uvećavali. Tako je Severina za nastup u Poreću 2020. godine dobila gotovo pola miliona kuna, dok je Zdravko Ćolić nastup u Budvi 2019. naplatio 100.000 Eura. Sa pojavom pandemije, i otkazivanjem svih dešavanja za doćek 2021. te nestabilnom situacijom oko doćeka 2022. ti su se iznosi znatno smanjili, te se smatra da sve iznad 10.000 Eura je bio dobar honorar, smatraju estradni menadžeri.

Novu godinu 2022. u Hrvatskoj je doćekalo 50.000 turista, a prema podacima Hrvatske turistićke zajednice, u hotelima je to bilo pet i pol puta više gostiju nego prethodne godine. Najmanje 30.000 je međunarodnih turista (Nijemci, Slovenci i Austrijanci), a znatan je porast i domaćih gostiju. Najviše ih je zabilježeno na području Istre i Kvarnera, nakon ćega slijede Splitsko-dalmatinska i Dubrovaćko-neretvanska županija.

Najznačajnije proslave i najveća imena regionalne estrade su planirana u Crnoj Gori, i to turistička organizacija Budve je planirala na glavnom gradskom trgu organizirati javni doček Nove godine uz nastupe Gibonnija i dan prije Nina Badrić, dok je u Baru za Novu godinu trebao nastupiti Dino Merlin, te u Kotoru Zdravko Čolić. Svega nekoliko dana prije dočeka, krizni štab Crne Gore je donio odluku da se zabranjuju javni dočeci na otvorenom (iako se ista zabrana nije odnosila na zatvorene prostore). Zbog toga su navedeni izvođači ostali bez angažmana u zadnjem trenutku, a to su objavili i na svojim društvenim profilima.

U ostatku regiona su se mogla sresti mnoga poznata imena, pa je tako Beograd organizirao javni doček, a nastupale su Marija Šerifović i Jelena Karleuša. Procjenjuje se da je u Beogradu zbog novogodišnjih praznika boravilo oko 100.000 domaćih i stranih turista. Ipak, rekordna godina i za Beograd je bio doček 2020. godine, kada su registrovali 2.700.000 noćenja, što iako pokazuje veliki broj turista govori i o njihovom kratkom zadržavanju (u prosjeku 2 noći) tokom ove posjete. U Srbiji je također zabilježen porast broja domaćih gostiju, a nakon toga slijede gosti iz Rusije, što će znatno utjecati na posjećenost za doček 2023. godine.

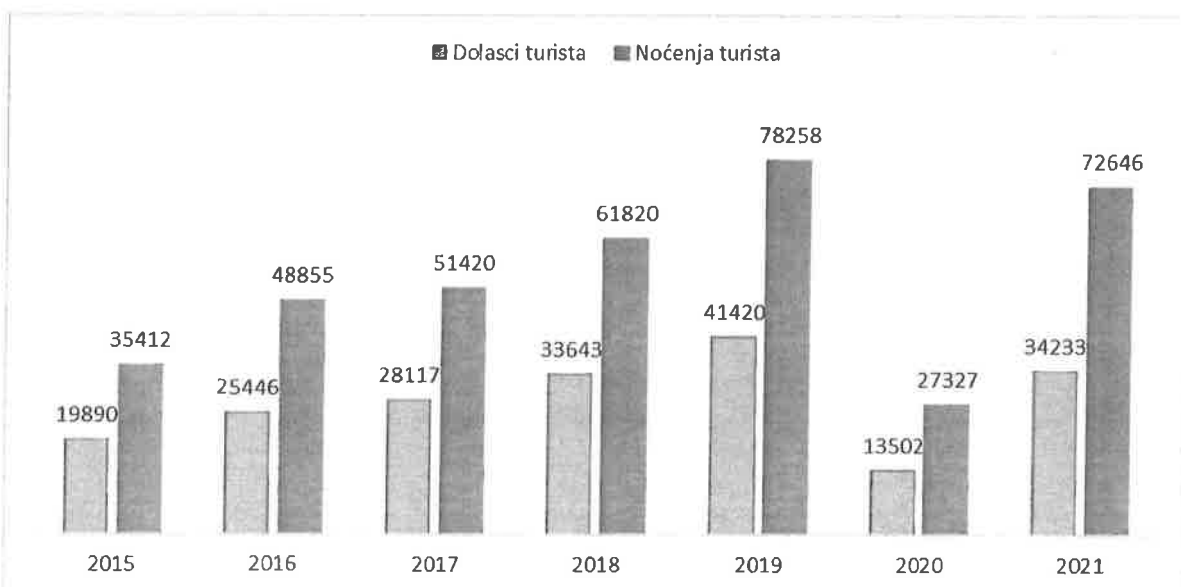
Urbane destinacije u Regionu se nadmeću za najbolju organizaciju javnog dočeka Nove godine, ali istovremeno ciljaju identične turiste.

3. Analiza noćenja i dolazaka turista u Kantonu Sarajevu u periodu organizacije dočeka Nove godine

Kako bi se stekao uvid u osnovna kretanja turista kreirana je analiza noćenja i dolazaka turista. Fokus analize je na Kantonu Sarajevo, koji obuhvata šire područje od Grada Sarajeva, međutim, s obzirom na značajne smještajne kapacitete po različitim općinama, ne može se uzeti u obzir samo broj registriranih turista u četiri gradske općine, već je neophodno posmatrati širu sliku i obuhvatiti minimalno cijeli Kanton Sarajevo.

S obzirom da period novogodišnjih (i povezanih) praznika počinje u decembru svake godine, kako bi se stekao uvid u trendove dolazaka i noćenja turista u posmatrano područje, fokusirali smo se na mjesec decembar (vidi Grafik 2) koji daje uporedni prikaz dolazaka i noćenja turista u Kantonu Sarajevo za mjesec decembar, u periodu od sedam godina (2015-2021 godina).

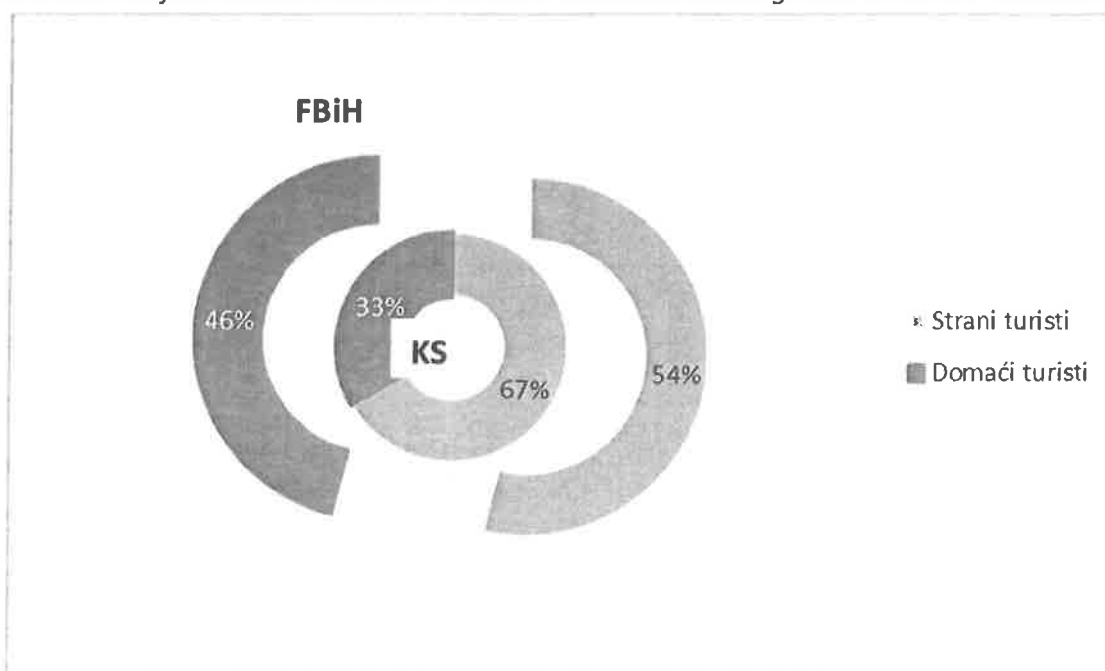
Grafik 2: Prikaz dolazaka i noćenja turista u Kantonu Sarajevo u decembru



Ono što se može primijetiti iz Grafika 2 je **trend rasta dolazaka i noćenja turista u novogodišnjem periodu**, koji je prekinut jedino za u decembru 2020. godine, koja je se ne može ni upoređivati ni posmatrati zbog Covid-19 pandemije. Ono što je interesantno, kada se posmatraju ukupni nivoi, jeste da je već u decembru 2021. ostvaren značajan porast broja turista (ukupno je u Kanton Sarajevo došlo 34,233 turista), koji se može porediti sa periodima pred Covid-19 pandemiju. Rekordni broj dolazaka i noćenja je ostvaren u decembru 2019. godine (41,420 dolazaka i 78,258 noćenja), pred Covid-19 pandemiju.

Prema podacima Federalnog zavoda za statistiku (2022) ukupan broj dolazaka turista u decembru 2021. godine iznosio je 56.665, dok je od tog broja u Kanton Sarajevo došlo 34,233 turista. Dakle, 60% od ukupnog broja turista koji dođu u Federaciju BiH dođe u Kanton Sarajevo, a 40% u svih ostalih 9 kantona (u odnosu na analize rađene u 2015. godini, ovaj parametar je u porastu sa 55% na 60%). Parametar i dalje pokazuje da je Kanton Sarajevo i dalje generator turizma u Federaciji BiH. Također, dok je učešće domaćih turista u FBiH 46,1% (a stranih 53,9%) u Kantonu Sarajevo je taj omjer bolji za strane turiste tj. iznosi 33,3% za domaće (a 66,7% za strane) turiste (što je prikazano na Grafiku 3, gdje je vanjski krug FBiH, a unutrašnji Kanton Sarajevo).

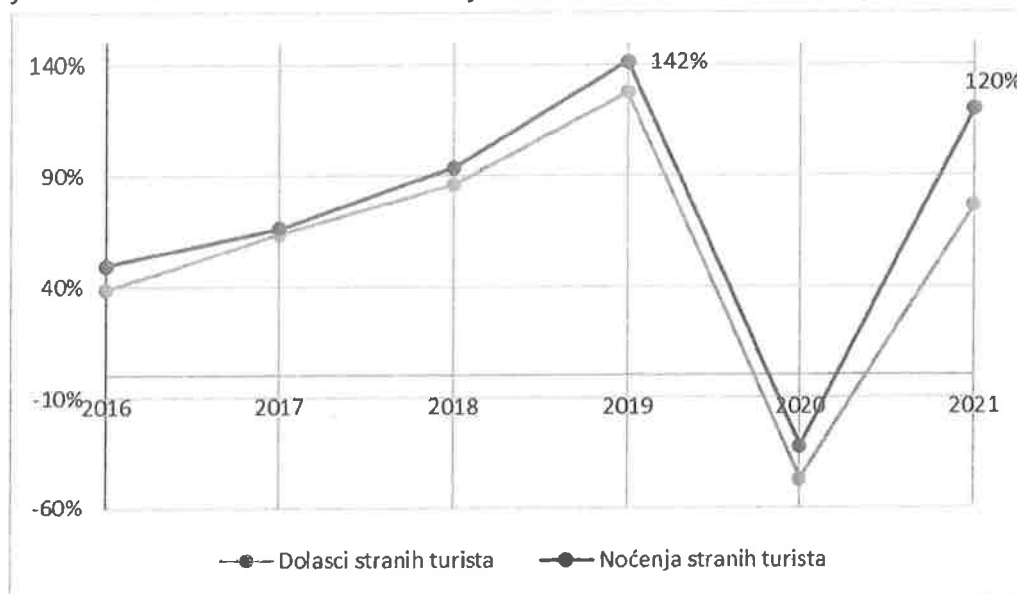
Grafik 3: Prikaz omjera stranih i domaćih turista u decembru 2021. godine u FBiH i u Kantonu Sarajevo



Također, značajan parametar posmatranja svake turističke ponude jeste odnos između dolazaka turista i noćenja turista. Za cijelu Bosnu i Hercegovinu, taj parametar je uvijek iznosio prosječno 2 noćenja po turistu i jedan od strateških ciljeva i smjernica jeste povećati taj prosjek. U slučaju Kantona Sarajevo, vidi se postepeni ali značajan porast ovog odnosa, od 1.78 noćenja po turistu u 2015. godini, do 2.12 noćenja po turistu u 2021. godini. Jedan od ciljeva koji Grad Sarajevo treba imati sa organizacijom dočeka nove godine bi trebao biti proširenje ponude i povećanja ovog parametra.

Kako bi se izvršila procjena udjela domaćih i stranih gostiju u strukturi dolazaka i noćenja turista u Kantonu Sarajevo, napravljena je kalkulacija trenda rasta dolazaka i noćenja u odnosu na 2015. godinu (Grafik 4).

Grafik 4: Prikaz trenda dolazaka i noćenja stranih turista u Kanton Sarajevo u decembru



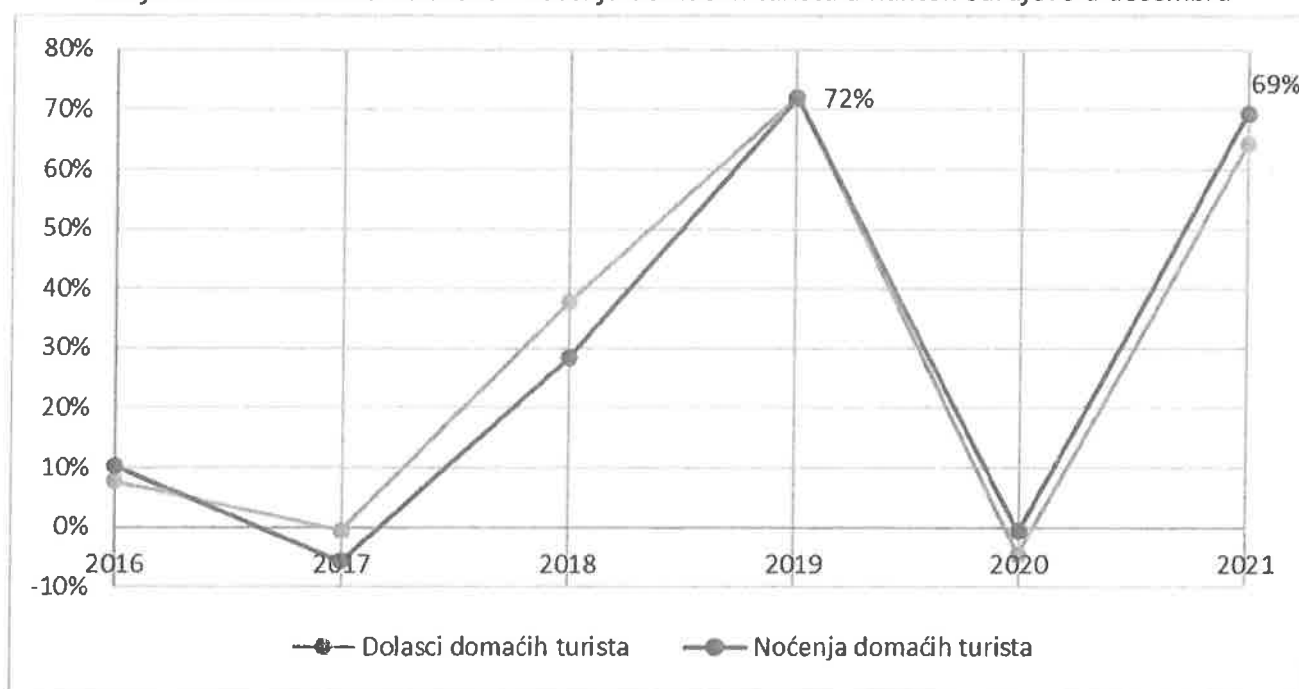
Napomena: 2015. godina je bazna godina

Na ovom prikazu se vidi veoma značajan rast dolazaka i noćenja stranih turista u Kanton Sarajevo, pogotovo za period do Covid-19 pandemije (tj. zaključno sa 2019. godini). Naime, u odnosu na 2015. godinu, broj turista u decembru se u Kantonu Sarajevo povećao za 128%, a broj noćenja čak za 142%. Naravno, uslijedio je pad zbog Covid-19 pandemije, ali i brzi povratak, te je broj noćenja i dolazaka turista u decembru 2021. godine značajan. Interesantno – dok su dolasci na nivou od prije 2017. godine, noćenja su skoro na nivou 2019. godine – dakle brže rastu od dolazaka.

To se vidi i iz omjera broja noćenja i broja turista kod stranih turista koji je značajno veći od ukupnog omjera. On je u 2015. godini bio 1.93, dok je 2021. godine 2.41.

Isti odnos, ali za domaće turiste, prikazan je na Grafiku 5. Ovdje je bitno napomenuti da je jako teško kontrolirati broj domaćih turista, budući da neki od njih dolaze u posjetu porodici i prijateljima i time ostaju nezabilježeni na statističkom radaru. Ista situacija je i sa turistima iz dijaspore koji u BiH, Kantonu Sarajevo, imaju svoje prebivalište.

Grafik 5: Prikaz trenda dolazaka i noćenja domaćim turistima u Kanton Sarajevo u decembru



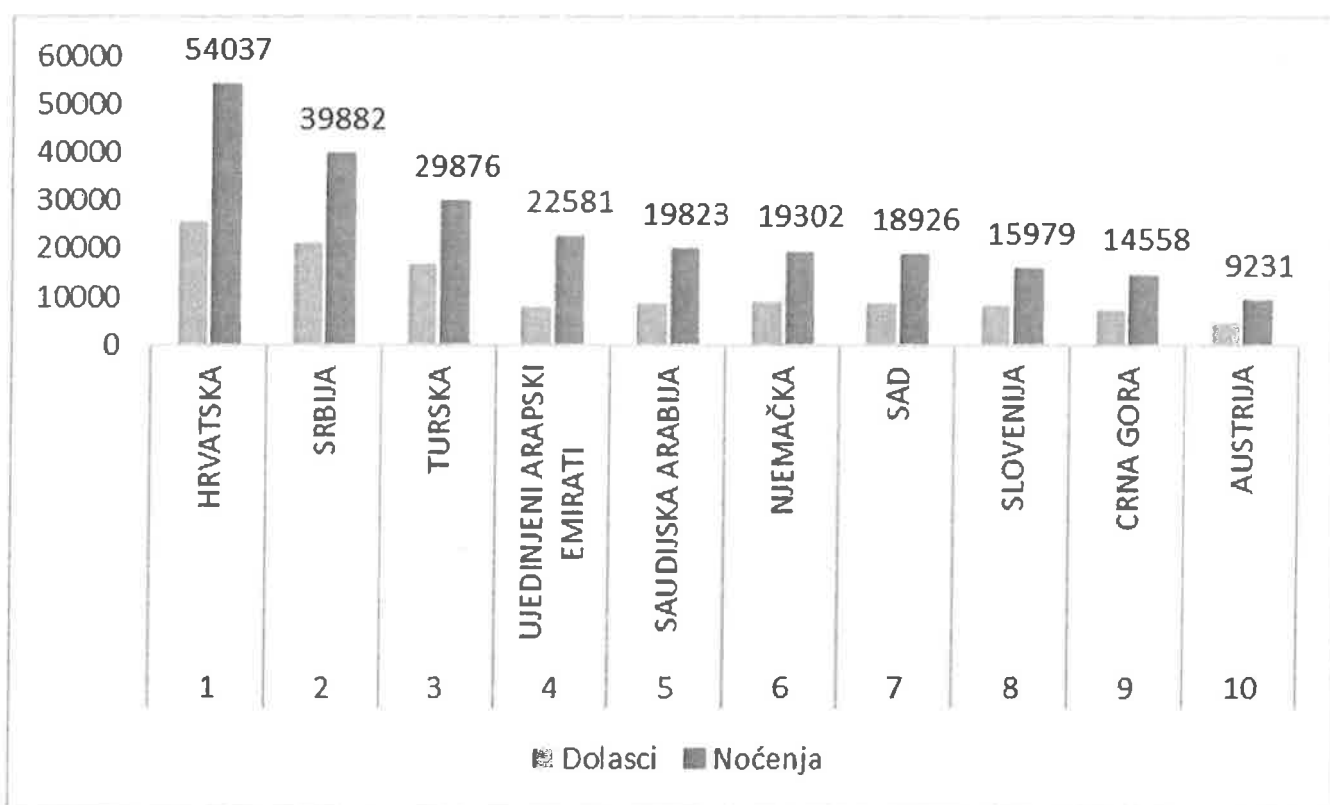
Napomena: 2015. godina je bazna godina

Kada je riječ o državama iz kojih inostrani turisti dolaze u Kanton Sarajevo, pregled noćenja i dolazaka je dat na Grafiku 6. Kanton Sarajevo posjetili su turisti iz 65 zemalja. Interesantno je promijeniti da se prve tri zemlje po dolascima nisu promijenile ni u odnosu na analizu iz 2018. godine (Arslanagić-Kalajdžić, 2018) gdje podaci pokazuju da najčešće dolaze turisti iz Hrvatske. U 2022. godini su na drugom mjestu turisti iz Srbije (dok su ranije to bili turisti iz Turske), a na trećem mjestu su turisti iz Turske (koji su ranije držali drugo mjesto). Četvrto i peto mjesto drže turisti iz Ujedinjenih Arapskih Emirata (UAE) i Saudijske Arabije (SA), dok su turisti iz Njemačke na mjestu 6, turisti iz SAD-a na mjestu 7, iz Slovenije na osmom mjestu, Crne Gore na devetom i Austrije na desetom mjestu. Ovdje se vidi da osim turista iz regije

koji su najznačajniji za generiranje noćenja i prihoda za Kanton Sarajevo (Hrvatska, Srbija, Slovenija i Crna Gora), treba obratiti posebnu pažnju na: (1) Tursku, (2) UAE i SA, (3) na Njemačku i Austriju i (4) SAD.

Aktivnosti promocije turizma u Kantonu Sarajevo bi dakle trebale biti usmjerene prema regiji i na ovih pet (grupa) zemalja koje su navedene – budući da tu postoji veliki potencijal i već je ostvarena značajna saradnja.

Grafik 6: Dolasci/noćenja turista u 2022. godini prema zemlji prebivališta



Za trenutnu analizu nije se moglo doći do podataka koji bi mogli dati osnov za uvid o stanju prihoda u nogovodišnjem periodu za Kanton Sarajevo za protekli period, ali su se u ranijim studijama davali ti pregledi (Arslanagić-Kalajdžić, 2018). Naime, Arslanagić-Kalajdžić (2018) u analizi ustanovljava da je za 10 dana novogodišnjeg perioda (26. 12. – 04. 01.) u trogodišnjem periodu ostvaren značajan rast prihoda, na ukupnom nivou za 16% 2016/17 u odnosu na 2015/16 i za 28% za 2017/18. Također, iz te analize se može vidjeti da su najviše rasli prihodi trgovine na malo. U apsolutnom iznosu, prihodi Kantona Sarajevo za ovaj desetodnevni period su porasli sa 57 miliona KM (2015/16. godina) na 79 miliona KM

(2017/18. godina). Donosioci odluka ovaj parametar sigurno moraju uzeti u obzir, ali također ukalkulirati i inflaciju koja je na značajnom nivou u 2022. godini i koja je također utjecala na porast prihoda.

S obzirom na nedostajuće podatke o ulaganjima u organizaciju Nove Godine u Sarajevu, kao i na nepostojanje podataka o prihodima u protekloj i ovoj godini koji su ostvareni iz djelatnosti povezanih sa turizmom, na bazi ranijih parametara je kreirana kalkulacija i prognoza kolika bi izdvajanja trebala i mogla biti za doček Nove godine 2022/23.

Kako bi se napravila navedena procjena, korištena je formula prikazana ispod:

$$B_t = [B_{(t-n)} \times (i + 1)^n]$$

gdje je:

B_t = budžet za ciljanu godinu

t = ciljana godina

$B_{(t-n)}$ = godina za koju postoji procjena budžeta

n = broj godina između ciljane godine i godine za koju postoji procjena budžeta

i = stopa rasta

Korišteni su parametri iz podataka u studiji Arslanagić-Kalajdžić (2018), gdje je procjena budžeta za organizaciju Nove Godine 2017/2018 bila 360,000.00 KM. Također, tu su dati iznosi i za ranije dvije godine. Moglo se vidjeti da je budžet u 2016/17 u odnosu na 2015/16 rastao za 138%, dok je budžet u 2017/18 u odnosu na 2016/17 narastao 21%.

Ovdje se ne može računati prosječna stopa rasta, niti se može osloniti na stopu rasta iz posljednje godine (21%) budući da obje znače opredijeljenost na značajni rast investiranja u organizaciju događaja, ali možemo uzeti u obzir umjerenu procjenu, a to je da prema ekonomskim pokazateljima svaki rast koji je na nivou 2% i ispod se ne podrazumijeva da je rast već stagnacija, te da bi opredijeljenost za ulaganje koje neće naštetiti ostalim stavkama budžeta mogla biti do 7%.

Također, uzimamo u obzir da je 2020. godina ona koja se ne bi trebala uračunavati u kalkulacije zbog najjačeg efekta Covid-19 pandemije, ali i da je inflacija u 2022. godini između 7 i 8% na globalnom nivou. Također, razmak između 2017/18 i 2022/23 uzimajući u obzir da je prva godina bazna godina je 5 godina.

Prema ovim parametrima, formula izgleda ovako:

$$B_{2022/23} = [B_{(2017/18)} \times (7\% + 1)^5]$$

Unoseći poznatu procijenjenu vrijednost za novogodišnji budžet iz 2017/18 godine dolazimo do iznosa:

$$B_{2022/23} = [360.000,00 \text{ KM} \times (7\% + 1)^5]$$

$$B_{2022/23} = 504.918,62 \text{ KM}$$

Dakle, prema ovim parametrima i kalkulaciji, procijenjeni budžet za organizaciju Nove godine 2022/23 bi bio 504.918,62 KM. Ovaj iznos, iako značajan, ne opterećava u potpunost Grad Sarajevo kao instituciju, jer se vidi iz ranijih analiza da su u organizaciji svečanosti uvijek učestvovala i općine na području Kantona Sarajevo, sam Kanton Sarajevo, te Turistička Zajednica Kantona Sarajevo.

Čak i ukoliko bi cijeli iznos podnio isključivo Grad Sarajevo, s obzirom na to da je odobreni budžet za 2022. godinu na nivou Grada 21,280,673.00 KM, gore navedeni procijenjeni iznos izdvajanja za organizaciju dočeka Nove Godine je na nivou od samo 2,3% budžeta. Svakako, potrebno je voditi računa o planiranim i realiziranim budžetskim stavkama u toku godine, ali i planirati egzaktno ovaj događaj i iznos koji je potrebno izdvojiti za njega u narednim periodima. Bitno je još naglasiti da su za ovu procjenu uzeti niski-do umjereni parametri (rast ulaganja od 7% nije značajan rast na godišnjem nivou), te se procjena može raditi i za značajnije parametre rasta (napominjući da je posljednja poznata stopa rasta ulaganja bila 21%).

Prema našoj procjeni, za organizaciju dočeka Nove godine 2022/23 je potrebno uložiti oko 500.000,00 KM.

4. Zaključci i preporuke

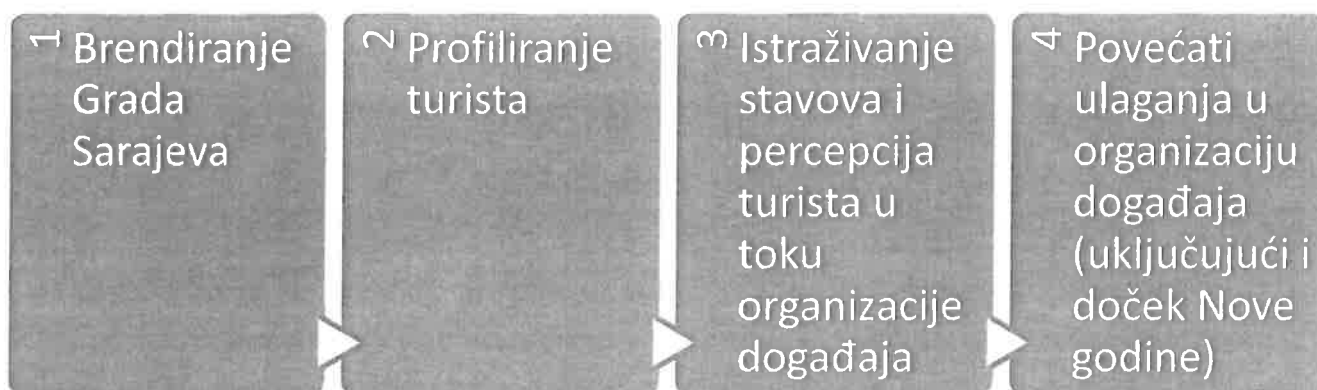
Za egzaktnu analizu opravdanosti ulaganja budžetskih sredstava u organizaciju javnog dočeka Nove godine, neophodno je imati egzaktne podatke, prije svega, podatke o prihodima u periodu organizacije Nove godine (decembar/januar), tačne podatke o rashodima za organizaciju dočeka Nove godine, podatke o rastu broja turista za navedeni period, te analizirati dugoročne trendove.

Međutim, moguće je predočiti sljedeće opservacije:

- Zbog Covid-19 pandemije, tokom dvije godine (mart 2020 – mart 2022) turizam je grana koja je pretrpjela najveći pad i najveće gubitke;
- U 2022. godini smo u fazi stabilizacije i turisti se vraćaju sa željom nadoknađivanja propuštenog (rast u prvom kvartalu 2022. godine je na globalnom nivou 280%);
- Stopa inflacije u turizmu je značajna i dolazi i do 40%, a globalna procijenjena stopa inflacije za sve industrije je između 7% i 8%;
- Organizacija dočeka Nove godine se može klasificirati u turizam događaja koji ima široke ekonomske efekte, ali i gradi imidž same destinacije i profilira željene turiste;
- Grad Sarajevo još uvijek ima priliku da se nametne kao lider u regiji za organizaciju dočeka Nove godine – pogotovo zato što su regionalni turisti (npr. Slovenija, Hrvatska, Srbija) najdominantniji u ukupnoj strukturi turista u Kantonu Sarajevo;
- 60% od ukupnog broja turista koji dođu u Federaciju BiH dođe u Kanton Sarajevo;
- 67% turista u Kantonu Sarajevo su strani turisti;
- Broj dolazaka (domaćih i stranih) turista u Kanton Sarajevo u decembru 2021. godine je bio skoro na nivou broja dolazaka turista u pred-pandemijskom decembru 2019. godine;
- Postoji značajan rast omjera noćenja/dolasci kod stranih turista, on je u 2015. godini bio 1.93, dok je 2021. godine 2.41 za Kanton Sarajevo;
- Na osnovu podataka o ranijim ulaganjima u organizaciju dočeka Nove godine, te procjeni stope rasta investicije kroz vrijeme, kalkulacija koja podrazumijeva nizak do umjeren rast investicije sugeriše da je neophodno uložiti oko 500.000,00 KM za organizaciju dočeka Nove godine 2022/23.

Na osnovu navedenih zaključaka, mogu se dati i sljedeće preporuke za dalje aktivnosti Grada Sarajeva po pitanju organizacije dočeka nove godine (Grafik 7).

Grafik 7: Preporuke za dalje aktivnosti Grada Sarajeva



1 – Brendiranje Grada Sarajeva

- Grad Sarajevo, u saradnji sa Turističkom zajednicom Kantona Sarajevo, Kantonom Sarajevo, te općinama na području Kantona Sarajevo, treba imati strateški plan brendiranja i promocije turističke destinacije, kako bi se dodatno izgradio već postojeći imidž Grada.
- Grad Sarajevo je atraktivna novogodišnja turistička destinacija, te je potrebno raditi na unaprijeđenju imidža u ovom periodu i ciljati pozicioniranje na mjesto lidera u regiji što je još uvijek moguće (Zagreb je postao lider u Europi za organizaciju Adventa pametnim strateškim pristupom i ulaganjima).

2 – Profiliranje turista

- Jedan od naših nalaza u ovoj analizi jeste da se urbane destinacije u regionu nadmeću za najbolju organizaciju javnog dočeka Nove godine, ali istovremeno ciljaju identične turiste.
- On implicira da su glavni gradovi regiona jedan drugom konkurencija, te je zbog toga neophodno diferencirati ponudu i razumijeti kakve tačno turiste se želi privući.
- Dok urbane destinacije imaju svoj profil turista, događaji poput Nove godine imaju svoj profil i motivi za dolaskom se razlikuju. Kako bi se kreirala adekvatna ponuda Grada (izabrali adekvatni izvođači prema željama ciljnih turista, a ne prema ličnim preferencijama organizatora) mora se kreirati profil željenih turista. Da li su to porodice sa djecom, mladi, parovi... u potrazi za zabavom ili za avanturom ili za odmorom... motivisani upoznavanjem nove kulture ili druženjem itd. Sve dok organizator javnog događaja nema u vidu specifičnog turistu za kojeg se kreira ponuda, neće biti maksimalno iskorišteni potencijali javnog dočeka Nove godine.
- Nakon identificiranog ciljnog turista, Grad može ponudu proširiti na višednevni aranžman, a ne samo se fokusirati na jednu noć. Turisti koji dođu na doček Nove godine bi sigurno uživali i u dnevnom koncertu 1. januara ili u vikend aranžmanu skijanja na obližnjim planinama.

3 – Istraživanje stavova i percepcija turista u toku organizacije događaja

- Kako bi se ustanovile smjernice za razvijanje ponude, potrebno je direktno posmatrati i ispitati turiste koji dolaze u Grad Sarajevo u periodu nove godine.
- U ovom kontekstu, neophodno je planirati istraživanje sa turistima, na terenu. Kako bi se osigurala reprezentativnost uzorka, a uzimajući podatak da je u decembru 2021. godine Kanton Sarajevo posjetilo 34,233 turista (uz nivo pouzdanosti od 95% i grešku od 5%) optimalna veličina uzorka bi bila 380 ispitanika.

-
- Ispitivanje bi trebalo izvršiti u hotelima i drugim smještajnim objektima, na aerodromima, te na mjestima otvorenog okupljanja (bitno je da uzorkovanje bude nasumično). Upitnik treba minimalno da sadrži pitanja o motivima dolaska, načinu dolaska, o tome da li su upoznati sa ponudom za doček nove godine i kako, kako su zadovoljni smještajem, ponudom i zabavnim aktivnostima, te koje su im primjedbe. Na kraju je neophodno provjeriti i aspekte lojalnosti turista, pogotovo bihevioralne lojalnosti (da li planiraju doći ponovo), ali i lojalnosti u stavu (da li planiraju širiti pozitivnu usmenu propagandu). Svakako, upitnik treba sadržavati i podatke o samom turisti (demografski podaci).
 - Ovako prikupljeni podaci se onda mogu analizirati korištenjem metoda inferencijalne statistike, a pogotovo kauzalnim metodama kao što je regresija ili strukturalno modeliranje.

4 - Povećati ulaganja u organizaciju događaja (uključujući i doček Nove godine)

- Ulaganje u turizam je investicija, tj. ulaganje u razvoj, a jedna od specifičnih oblasti turizma koja se pokazala kao izvrsna u smislu i ekonomskih i dugoročnih efekata je turizma događaja.
- Ovoj aktivnosti je također potrebno strateški pristupiti i provesti detaljne analize uz pokazatelje: (1) rashoda za organizaciju događaja i (2) prihoda od organizacije događaja. Svakako – samo rashodi i prihodi se mogu uzeti u obzir onda kada se gledaju kratkoročni efekti organizacije događaja. Međutim, dugoročne efekte nije moguće tako jednostavno izmjeriti.
- Poznato je da je investicija u razvoj imidža ili brenda ona sa odgođenim efektima. Nekada je potrebno čekati 3-5 godina da bi se ista manifestirala kroz povećanje parametara u prihodima i konkretno u ovom slučaju u dolascima i trošenjima turista.

Reference

1. Acevedo-Duque, Á., Prado-Sabido, T., Gomes Ramires, T., Ovalles-Toledo, L. V., Sandoval Barraza, L. A., Álvarez-Becerra, R., & Llanos-Herrera, G. R. (2022). New Year's Eve Show: An Opportunity to Further Develop Sustainable Local Tourism in Chile. *Sustainability*, 14(7), 3962.
2. Arslanagić-Kalajdžić, M. (2018). Informacija o učincima ulaganja u organizaciju javnog dočeka za prethodne tri nove godine (2018., 2017. i 2016.). Ekonomski institut Sarajevo.
3. Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism management*, 32(1), 1-15.
4. Destination Anlysis, 2022. dostupno na <https://www.destinationanalysts.com/insights-updates/>
5. European Travel Comission, 2022. dostupno na <https://etc-corporate.org/news/european-tourism-to-remain-resilient-in-2022-amidst-pandemic-and-geopolitical-uncertainty/>
6. Federalni zavod za statistiku (2022). Mjesečni indikatori statistike smještaja u turizmu. Prvi rezultati za decembar/prosinac 2021.
7. France 24, People & Profit, 2022, dostupno na <https://www.france24.com/en/tv-shows/people-profit/20220623-post-covid-travel-how-the-pandemic-has-changed-the-tourism-industry>
8. Gnoth, J., & Anwar, S. A. (2000). New Zealand bets on event tourism. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(4), 72-83.
9. Kanton Sarajevo (2022). Statistički bilten Kantona Sarajevo, Godina XXI, Broj 12 (za decembar 2021. godine).
10. Kanton Sarajevo (2021). Statistički bilten Kantona Sarajevo, Godina XX, Broj 12 (za decembar 2020. godine).
11. Kanton Sarajevo (2020). Statistički bilten Kantona Sarajevo, Godina XIX, Broj 12 (za decembar 2019. godine).
12. Kanton Sarajevo (2019). Statistički bilten Kantona Sarajevo, Godina XVIII, Broj 12 (za decembar 2018. godine).
13. Kanton Sarajevo (2018). Statistički bilten Kantona Sarajevo, Godina XVII, Broj 12 (za decembar 2017. godine).

-
14. Kanton Sarajevo (2017). Statistički bilten Kantona Sarajevo, Godina XVI, Broj 12 (za decembar 2016. godine).
 15. Kanton Sarajevo (2016). Statistički bilten Kantona Sarajevo, Godina XV, Broj 12 (za decembar 2015. godine).
 16. Kantonalni porezni ured Porezne uprave Federacije BiH (2018). Informacija dostavljena Gradu Sarajevo.
 17. Kulendran, N., & Dwyer, L. (2009). Measuring the return from Australian tourism marketing expenditure. *Journal of Travel Research*, 47(3), 275-284.
 18. Plaza, B. (2006). The return on investment of the Guggenheim Museum Bilbao. *International journal of urban and regional research*, 30(2), 452-467.
 19. Richards, G., & Wilson, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban studies*, 41(10), 1931-1951.
 20. Zamani-Farahani, H., van Niekerk, M., & Mathis, E. F. (2019). From an event to tourist attraction: a typological study of New Year celebrations. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11(1), 94-120.
 21. UNWTO 2021. World Tourism Rebounds in the Third Quarter of 2021, but Recovery Remains Fragile. dostupno na: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
 22. UNWTO 2022. dostupno na [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-06/UNWTO Barom22 02 May excerpt.pdf?VersionId=5c9Q9abJcFjYyU .4zmzilL3YBzi7A](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-06/UNWTO%20Barom22%20May%20excerpt.pdf?VersionId=5c9Q9abJcFjYyU.4zmzilL3YBzi7A)