



**BOSNA I HERCEGOVINA
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE
ZENIČKO DOBOJSKI KANTON
OPĆINA VISOKO**



**STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE VISOKO
2016-2024**

Visoko, maj 2017. godine

Nosilac izrade: Služba za finansije, privredu i društvene djelatnosti, Općina Visoko

Saradnik: prof. dr Almir Peštek, Ekonomski fakultet u Sarajevu

Učesnici radnih grupa:

Suada Koljenović, Služba za finansije, privredu i društvene djelatnosti
Dženita Begić, Služba za finansije, privredu i društvene djelatnosti
Emir Bukurević, Služba za prostorno uređenje
Alija Bojčić, Privredni savjet
Vildana Džafić, Privredni savjet
Lejla Babić- Šišić, Policijska uprava Visoko
Milada Mataradžija, Služba za lokalni ekonomski razvoj
Seid Burić, Služba za lokalni ekonomski razvoj
Esma Zečević, Vi Tours doo
Esad Zečević, TV Vi-Net
Edin Islamović, Damar omladine Visoko
Jasmin Sirčo, Setup Visoko
Dženana Ganić, JU Zavičajni muzej Visoko
Mensura Alibegović, JU Centar za kulturu i edukaciju Visoko
Mersiha Sarač, JU Centar za kulturu i edukaciju Visoko
Mahir Hadžiahmetović, Fondacija Arheološki park Bosanska piramida sunca
Haris Delibašić, Fondacija Arheološki park Bosanska piramida sunca
Evelin Redža, Geoviva doo
Midhat Hajdarević, Magazin Plus
Nevzeta Begić, Predstavnik iz reda stručnih radnika
Elvedin Šabanović, Udruženje "Eko- logika" Visoko
Dalibor Tomičić, Predstavnik iz reda stručnih radnika
Edin Skeledžija, Udruženje taksi prevoznika Visoko
Emir Uzunalić, Medresa Osman efendija Redžović
Ekrem Smajlović, Centrotrans dd Sarajevo

Sadržaj

Popis pojmova	4
Uvod	5
Strateški okvir	6
Polazne pretpostavke	6
Turizam i trendovi u turizmu	7
Situaciona analiza	9
Interesne grupe	11
SWOT analiza	16
Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma	18
Strateški cilj 1 - Uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta	23
Strateški cilj 2 - Razvoj i integracija turističkih proizvoda	26
Strateški cilj 3 - Razvoj turističke infrastrukture i ambijenta za razvoj turizma	31

Popis pojmova

Destinacija	Prema WTO destinacija je mjesto posjećeno tokom putovanja (Izvor: Federalno Ministarstvo okoliša i turizma)
Destinacijski menadžment	Destinacijski menadžment se odnosi na koaliciju organizacija i interesa u cilju ostvarenja zajedničkog cilja. (Izvor: UNWTO)
DMO	Organizacija za upravljanje destinacijom (engl. destination management organization) vodi i koordinira aktivnosti u okviru zajedničke strategije. Iako destinacijske organizacije tipično preduzimaju marketinške aktivnosti, one su strateški lider u razvoju destinacije. (Izvor: UNWTO)
Emitivni turizam	Emitivni turizam (engl. outbound) uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje, npr. državljani BiH koji putuju u EU. (Izvor: UNWTO)
Incoming agencije	Agencije koje nude turističke proizvode za nerezidente.
Interesne grupe	Interesne grupe (engl. stakeholders) su sve grupe pojedinaca i/ili institucija koje imaju direktan ili indirektan interes za razvoj. (Izvor: Business Dictionary)
Održivi turizam	Turizam koji uzima u obzir trenutne i buduće ekonomske, društvene i okolinske uticaje, brine se o potrebama posjetilaca, sektora, okoliša i zajednice. (Izvor: UNWTO)
Receptivni turizam	Receptivni turizam (engl. inbound) uključuje turiste nerezidente koji borave u određenoj zemlji, npr. državljani EU koji dolaze u BiH. (Izvor: UNWTO)
Specifični oblici turizma	Specifični oblici turizma (engl. special interest tourism) su oblici turizma u kojima dominira motiv putovanja vezan za specifičan interes, struku ili hobi turista. (Izvor: UNWTO)
SWOT analiza	SWOT je skraćenica za snage, slabosti, prilike i opasnosti (engl. strengths, weaknesses, opportunities and threats) i odnosi se na strukturirani planski metod koji evaluira ova četiri elementa.
Turista	Turista je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta, provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj turista, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, porodice, poslova, javnih misija ili skupova. (Izvor: Agencija za statistiku BiH)
Turizam	Turizam je aktivnost osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoje uobičajene sredine, ne duže od jedne godine, u bilo koje svrhe uključujući poslovne, razonodu ili bilo koju ličnu svrhu, osim u svrhu zapošljavanja kod poslovnog subjekta sa sjedištem u mjestu posjeta. (Izvor: Agencija za statistiku BiH)
WTO	World Tourism Organization (UNWTO) je agencija Ujedinjenih nacija odgovorna za promociju odgovornog, održivog i univerzalno pristupačnog turizma. (Izvor: UNWTO)

Uvod

Strategija razvoja turizma općine Visoko 2016 – 2024 usmjerava razvoj i definiše prioritete u razvoju turizma na bazi principa održivog turizma. U skladu sa ciljevima projekta, ovaj dokument bi trebao predstavljati koncept za integraciju turističke ponude i okvir za djelovanje turističkih interesnih grupa.

Strategija je osnova za donošenje operativnih turističkih odluka, upravljanja destinacijom, investicija, planova rada općinskih službi i drugih institucija.

Općinsko vijeće je 13. 07. 2016. godine donijelo zaključak o pristupanju izrade Strategije razvoja turizma 2016 - 2024, a Općinska načelnica 29. 07. 2016. godine donijela rješenje o imenovanju radnih grupa za izradu Strategije. Navedenom Odlukom utvrđeno je da je Nosilac izrade Strategije Služba za financije, privredu i lokalni razvoj. Radne grupe su činili predstavnici javnog, privatnog i nevladinog sektora sa područja Općine.

Izrada Strategije je provedena u konsultativnom procesu kroz održavanje radionica i razgovora sa ključnim razvojnim akterima.

Osnovu za izradu strategije je činila Strategija razvoja Općine Visoko 2015 – 2021.

Na bazi zaključaka radionica moguće je definisati viziju razvoja turizma Općine: „Općina Visoko je jedinstvena i globalno prepoznatljiva turistička destinacija sa ponudom koja je spoj tradicije i modernog. Bogatstvo kulture i istorije, arheološka nalazišta, očuvana priroda, inovativna turistička ponuda i gostoljubivost ljudi privlače savremene turiste željne novih znanja i drugačijih doživljaja, opuštanja, zdravlja, gastronomije i užitka.“

Na bazi vizije definisani su sljedeći strateški ciljevi:

- Uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta,
- Razvoj i integracija turističkih proizvoda i
- Razvoj turističke infrastrukture i ambijenta za razvoj turizma.

Strategija razvoja turizma obuhvata i listu projekata predloženih od strane učesnika radionica i saradnika. Poziv za dostavu je bio upućen i drugim institucijama, kompanijama i udruženjima sa područja Općine. Ukupan broj projekata: 64 (SC1 6, SC2 14, SC3 44).

Potrebno je napomenuti da na području Općine nisu rađena značajnija i sistematska istraživanja potreba turista i njihovih navika i zadovoljstva koja bi mogla činjenično poduprijeti donošenje strateških i marketinških odluka, niti dati ocjenu razvojnih efekata.

Strateški okvir

Polazne pretpostavke

Turizam je dinamična industrija sa izuzetno fragmentiranim lancem vrijednosti koja podržava ekonomiju kroz generisanje prihoda, zapošljavanje, investicije i izvoz, stimulišući tako ekonomski rast. Prema Tourism Highlights Svjetske turističke organizacije (WTO) iz 2013. godine sve je veći broj destinacija koje ulažu u turizam, čineći turizam ključnim pokretačem socio-ekonomskog razvoja. U proteklih šest decenija, turizam konstantno raste i diverzificira se, te je jedna od najvećih i najbrže rastućih industrija u svijetu.

Turizam je označen jednim od motora razvoja privrede Bosne i Hercegovine (BiH), kao i entiteta, kantona, gradova i općina. BiH raspolaže sa značajnim turističkim potencijalima, ali je suočena sa izazovom kreiranja vrijednih turističkih resursa. Upravo je pretvaranje potencijala u ekonomski resurs ključna karika u lancu vrijednosti turizma, posebno kroz razvoj destinacija i primjenu destinacijskog menadžmenta, te kroz razvoj marketinških aktivnosti koje će doprinijeti uspješnoj implementaciji strateških planova na nivou destinacija.

Turizam se može smatrati hiper-konkurentnom globalnom industrijom. Obzirom na konkurenciju, različite destinacije (zemlje, regije, lokalna područja) preduzimaju napore kako bi privukle optimalan broj turista. Ključni dio tih napora čini nastojanje da se turistima pruži vrijednost za novac ili da se čak prevaziđu njihova očekivanja. Percepcija vrijednosti ponude koju destinacija pruža turistima je pod uticajem različitih elemenata kao što su kvalitet javnih usluga, kvalitet ponude, gostoprimstva, nivoa i kvaliteta interakcije sa domaćim stanovništvom, itd. Iz ovih razloga, uspješne destinacije poduzimaju sistemske i koordinirane aktivnosti u nastojanju da unaprijede elemente ponude i kreiraju atmosferu dobrodošlice.

Čak i one destinacije koje posjeduju veoma interesantne atrakcije mogu očekivati neuspjeh ukoliko se destinacijom i turističkim proizvodima destinacije ne upravlja na pravilan način. Participacija interesnih grupa, a naročito lokalne zajednice je postalo pravilo pri razvoju destinacija i proizvoda, kao i provođenju turističkih aktivnosti. Pozicioniranje na tržištu zavisi od spremnosti lokalnih aktera da zajednički rade i doprinose razvoju destinacije.

Uspješnost turističke destinacije se ogleda kroz tzv. Princip 6A koji obuhvata atraktivnost, pristupačnost, aktivnosti na destinaciji, pogodnosti, dostupnost paketa i dodatne-pomoćne usluge. Imajući u vidu navedene elemente uspješnosti priroda turističke ponude u BiH i Općini Visoko (u daljem tekstu Općina) je prvenstveno takva da je usmjerena ka kratkim boravcima koji ne daju osnovu za punu ekonomsku valorizaciju turističkih resursa.

I pored činjenice da postoji značajno kulturno-istorijsko i prirodno nasljeđe, što može biti jedan od oslonaca ukupnog razvoja turizma, činjenica je da se ovaj potencijal ne koristi dovoljno čak ni za lokalno tržište i skoro svi problemi sa kojima se suočava turizam u BiH se reflektuju i na razvoj turizma u Općini.

Izazov koji se postavlja pred kreatore lokalnih turističkih politika se stoga ogleda u:

- marketinškom profiliranju ponude i razvoju atraktivnih integrisanih turističkih proizvoda,
- integraciji privatnog i javnog sektora u turizmu u razvoju destinacijskog menadžmenta na principima održivog turizma i

- povećanju broja dolazaka i stimulaciji turističke potrošnje.

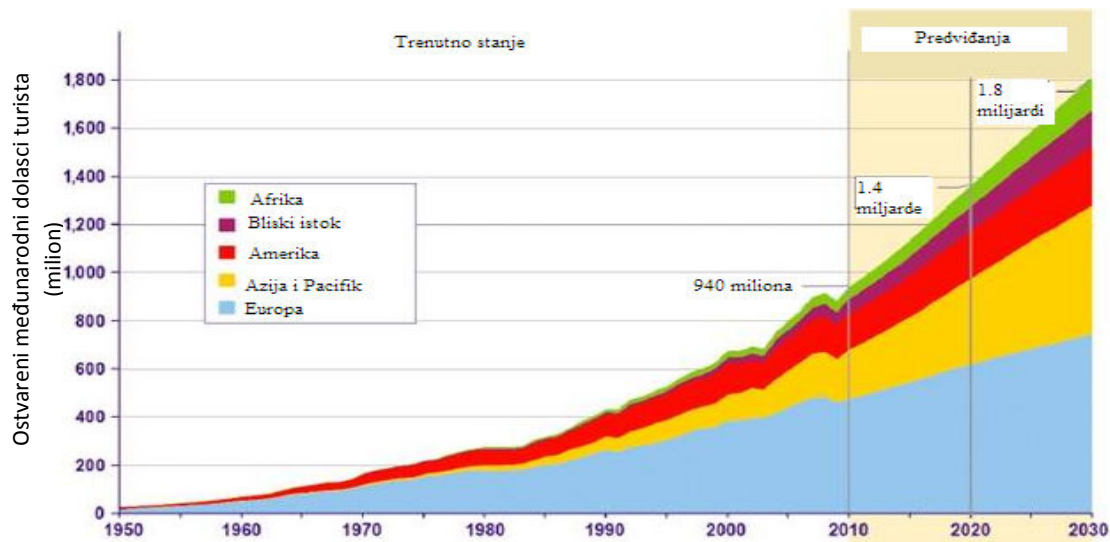
Turizam i trendovi u turizmu

Prema WTO do 2020. godine broj učesnika u međunarodnom putovanju trebao bi da raste po godišnjoj stopi od 4,1%, odnosno u turističkom prometu bi 2020. godine učestvovalo 1,5 milijardi turista, a 2030.godine 1,8 milijardi.

U 2015. godini je više od milijardu turista putovalo svijetom, a više od 500 miliona je posjetilo neku od evropskih destinacija. Iako je najzrelija turistička regija u svijetu, evropski turizam ima tendenciju širenja i u narednim desetljećima. Procjene su da će međunarodni turistički dolasci u Evropu dosegnuti 744 miliona do 2030. godine. Iako je najveće receptivno, Evropa je i najveće emitivno turističko tržište. Blizina i veličina evropskog tržišta su značajni elementi za razvoj turizma u BiH, a time i Visokom. U nastavku će biti prikazano da ipak nije u potpunosti valorizovana blizina evropskom tržištu.

Naredna slika prikazuje projekcije globalnog rasta turizma do 2030. godine.

Slika - WTO Tourism Towards 2030: Trenutno stanje i predviđanja 1950. - 2030.



Izvor: WTO Tourism Highlights

Dinamika turističkog tržišta i kompleksnost potreba savremenih turista utiče na sve one koji se žele baviti turizmom, te je stoga potrebno razumjevanje turizma kao industrije i primjena savremenih turističkih praksi u razvoju turizma.

Razvoj turizma zavisi od sposobnosti turističke industrije i turističkih destinacija da odgovore na izazove koji potiču od trenutne strukture turizma i očekivanih promjena u društvu koje imaju uticaj na turističku tražnju (tzv. megatrendovi).

Studija o konkurentnosti turističke privrede EU (Ecorys SCS Group) identifikuje osam megatrendova:

- Globalizacija - Tehnološke promjene, dalja liberalizacija u prometu roba i usluga i povećana mobilnost ljudi su učinile cijeli svijet dostupnim.
- Demografske promjene - u 2020. godini oko 20% evropske populacije će biti starije od 65 godina. Ovaj dio stanovništva ima značajnu kupovnu moć i više slobodnog vremena za

putovanja. Pored starenja stanovništva, broj domaćinstava sa jednom ili dvije osobe će se povećati.

- Pristup informacijama - razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija, poput Interneta su u potpunosti izmijenili poslovanje i lanac vrijednosti u turizmu.
- Ekonomija iskustva - potrošači su sve više u potrazi za drugim faktorima na kojima bi mogli zasnovati izbor jer postoji izobilje ponude i nije uvijek lako razlikovati proizvode i usluge na osnovu kvaliteta.
- Prilagođavanje - potrošači traže rješenja „po mjeri“ koja odgovaraju njihovoj ličnosti. Društvo se više ne može podijeliti na homogene ciljne grupe, već se sastoji od mnogo manjih različitih tržišta.
- Održivost - zabrinutost zbog klimatskih promjena, zagađenja životne sredine i socijalnog blagostanja vodi ka povećanju tražnje u okviru ekološki, društveno i ekonomski odgovorne potrošnje. Ovaj trend je pojačan zakonodavnim inicijativama usmjerenim ka podsticanju potrošača i kompanija da djeluju na održiviji način.
- Zdravlje i wellness - povećava se tražnja usmjerena ka zdravlju i wellness-u, kao aktivnosti u slobodnom vremenu.
- Poslovni modeli zasnovani na niskim troškovima - ovi poslovni modeli sve uspješnije prodiru na tržište svodeći proizvode i usluge na njihove najosnovnije komponente.

Kod analiziranja ponude turističke destinacije neophodno je spomenuti i postojeće tendencije u turizmu koje su opisane kroz pojmove „starog“ i „novog“ turizma, odnosno „masovnog“ i „alternativnog“ turizma (najčešće korišten termin je i „specifični oblici turizma“ koji se odnosi na zadovoljenje specifičnih potreba turista i pokrivanje tržišnih niša kao što su zdravstveni turizam, eko, kulturni, gastro, sportski, itd).

Masovni turizam je zasnovan na standardizovanim i „upakovanim“ putovanjima (npr. „sunce, plaža, more“). Novi turizam je fleksibilan, održiv i individualno orijentisan, a novi turisti suiskusni, fleksibilni, nezavisni, svjesni kvaliteta, zahtjevni u smislu zadovoljenja potreba, traže vrijednost za novac i zainteresovani su za okoliš. Nove potrebe turista traže i novu dimenziju ponude u okviru destinacije, zasnovanu na raznovrsnosti, standardima kvaliteta, zaštiti životne sredine, humanizaciji i autentičnosti turističkih doživljaja.

Može se konstatovati da su ove promjene dugoročnog karaktera. Ove promjene u okruženju, uzrokovane i djelovanjem faktora iz tehnološkog okruženja (posebno Internet) zahtjevaju strateško prilagođavanje turističkih kompanija i destinacija.

Za destinacije je izuzetno važna efikasna diferencijacija ponude s obzirom na hiperkonkurentnu prirodu turizma. Mnoge destinacije nude slične turističke proizvode bazirane na npr. kulturno-istorijskom nasljeđu, prirodnim atrakcijama, itd, a koje se mogu supstituirati drugim ponudama na drugim destinacijama. Prema Morgan, Pritchard i Pride (2002) oko 70% svjetskih turista posjećuje samo 10 zemalja, a ostale zemlje se bore za ostalih 30%. Diferencijacija se danas ogleda posebno u razvoju brenda destinacije.

Države koje su stimulisale investicije u turizam bilježe stalni rast posjeta. Prema nedavno objavljenom istraživanju Eurostata zemlje kao što su Španija, Portugal, Austrija, Slovenija, Hrvatska, Grčka, Makedonija i Bugarska imaju učešće inostranih turista u ukupnom broju noćenja veće od 60%.

Situaciona analiza

Socio-ekonomska analiza Općine je prikazana u tekstu Strategije razvoja općine Visoko na stranicama 16 -118, a dio koji se odnosi na razvoj turizma se nalazi na stranicama 45-48.

Turistički vodič Općine Visoko u izdanju Gradske biblioteke Visoko takođe daje detaljni prikaz turističkih potencijala Općine.

Namjera ovog dokumenta nije prezentacija detalja i atrakcija vezanih za turističko-resursnu osnovu nego razumjevanje ukupnog konteksta i kreiranje strateškog okvira za razvoj.

Strategija razvoja Općine ocjenjuje sljedeće elemente važnim za razvoj turizma: dobar geografski položaj, blizina glavnog grada, dobra povezanost sa ostalim gradovima i regijama, ugodna klima, bogato kulturno-istorijsko nasljeđe, prirodne ljepote, kultura i tradicija i turistička odredišta (uključujući antičke i srednjovjekovne lokalitete i objekte, vjerske objekte, Zavičajni muzej i Bosansku dolinu piramida).

Na području Općine se nalazi šest nacionalnih spomenika:

- Arheološko područje Mili/Arnautovići,
- Graditeljska cjelina – Tabačka/Tabhanska džamija,
- Historijsko područje – Stari grad Visoki,
- Graditeljska cjelina – Crkva sv. Prokopija,
- Arheološko područje – Prahistorijsko naselje na lokalitetu Okolište u naseljima Okolište i Radinovići i
- Građevinska cjelina – Samostan Sv. Bonaventure.

Na privremenoj listi Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika BiH trenutno se nalaze tri objekta, a na listi Peticija za proglašenje dobra nacionalnim spomenikom nalaze se tri prijedloga. Preko stotinu lokaliteta i graditeljskih cjelina evidentirano je na području općine Visoko kao spomenici baštine u cilju zaštite, a pored toga postoji značajan broj lokaliteta koji nisu kategorizovani, a za koje u narodu postoje predaje svjedočeći o njihovoj važnoj ulozi u životu stanovništva. Bez obzira na atraktivnost ovih lokaliteta i objekata i njihovu važnost za Općinu i BiH, još uvijek nisu na nivou koji bi mogao generisati značajne turističke prihode. Potrebna su značajna ulaganja u održavanje i obnovu u Mile, Okolište, Čajangrad, itd.

Izuzetno važna institucija za razvoj turizma Općine je Javna ustanova Zavičajni muzej Visoko čiji je osnivač Općina. Zavičajni muzej istražuje, prikuplja i obrađuje muzejski materijal, čuva muzejski materijal od oštećenja, uništenja i nestajanja, obezbjeđuje korišćenje muzejskog materijala u kulturne, naučne, vaspitno-obrazovne i druge svrhe putem njegovog prezentiranja u okviru stalnih ili povremenih izložbi, publikacija, itd. U okviru svojih redovnih aktivnosti uposlenici muzeja se brinu o očuvanju i održavanju muzejskog materijala koji se nalazi van muzeja na području na kojem obavlja svoju djelatnost. Iako Zavičajni muzej ne upravlja lokalitetima nacionalnih spomenika, kao ni spomenicima drugih kategorija redovno se prati stanje u skladu sa raspoloživim ljudskim i tehničkim kapacitetima. U cilju unapređenja efikasnosti djelovanja i poslovanja Zavičajnog muzeja, potrebno je dalje ulaganje u mobilijar, opremu i razvoj postavki.

Zahvaljujući aktivnostima Fondacije Arheološki park: Bosanska piramida Sunca došlo je do izuzetnog razvoja turizma na području Općine, te se stoga buduće aktivnosti Fondacije mogu ocijeniti primarnim za dalji razvoj turizma. Brojne su posjete turista, volontera i istraživača, te konferencija i

seminara vezanih za piramide što je uticalo na globalnu prepoznatljivost Općine kao turističke destinacije. U tom smislu je potrebno uvezivanje aktivnosti i unapređenje saradnje Fondacije sa Zavičajnim muzejom, te drugim pružaocima turističkih usluga uz podršku Općine radi efektivnijeg i efikasnijeg razvoja turizma.

Zbog pravnog vakuuma koji je nastao usljed presude Ustavnog suda iz 2014. godine i nedonošenja novog Zakona o turizmu Federacije BiH (u daljem tekstu FBiH) koji je trenutno u proceduri usvajanja, djelovanje turističkih organizacija u FBiH je minimizirano. Nacrtom novog zakona je predviđena mogućnost osnivanja općinskih turističkih organizacija što je za Općinu izuzetno važno i trebalo bi pozitivno uticati na razvoj turizma, a objašnjeno je u nastavku.

Prostornim planom Općine za period od 2014. do 2034. godine, za potrebe razvoja turizma na teritoriji općine je predviđena zaštita, kao i promocija prirodnih ljepota i kulturno-istorijskog nasljeđa za sve kulturno-istorijske spomenike utvrđene Prostornim planom Općine. Prostornim planom, za potrebe razvoja turizma na teritoriji općine, za sve atrakcije, odnosno lokalitete za koje zbog njihove specifičnosti postoji interes turista (posjetilaca), predviđa se uređenje i zaštita u skladu sa važećom zakonskom regulativom. Zaštita je planirana za 107 lokaliteta koji se odnose na period od neolita do perioda nakon II svjetskog rata. Lista lokaliteta je navedena u članu 74. Odluke o provođenju prostornog plana općine.

Takođe, predviđena je i izgradnja resort naselja na građevinskom zemljištu vanurbanog područja (cca 180 ha) na lokalitetima Gorani, Lužnica, Radovlje, Đurići-Grđevac, Smršnica, Biskupići, Dubrave, Zimča i Kralupi. Na području općine predviđeno je vikend naselje za rekreaciju, odmor, povremeni boravak i turizam na lokalitetu Goransko polje. Za turistička i druga logorovanja u smislu povremenog i privremenog zauzimanja prostora na području općine predviđeni su lokaliteti Luka (lijeva obala rijeke Fojnice), Mlinište (desna obala rijeke Fojnice), Kondžilo, Krtnica, Goranske bare, Medenik, Mlakovac, Ulukovac, Piskavice, Veljak, Paljike, Ravne i Begića Luka. Razvoj resort naselja se može ocijeniti pozitivnim faktorom razvoja turizma u smislu povećanja broja dolazaka i prosječnog zadržavanja, te stimulisanja turističke potrošnje. Potrebno je obezbjediti preduslove za očuvanje okoliša i balansiranog rasta.

Strategija prepoznaje potrebu za marketinškim pristupom i analizom efekata ulaganja u sektor turizma, te predviđa i razvoj različitih modaliteta javno-privatnog partnerstva kroz izgradnju hotelskih, ugostiteljskih, sportskih i drugih kapaciteta koji bi bili u funkciji potreba turista.

Kako je navedeno u tekstu Strategije, osnova za razvoj konkurentskih prednosti u turizmu Općine su:

- izvanredni, još visoko očuvani prirodni resursi,
- jedinstveno kulturno-istorijsko i civilizacijsko nasljeđe i nacionalni spomenici,
- blizina značajnih emitivnih tržišta,
- autohtonost života, običaja i ljudi (gostoprimstvo) i
- piramide kao posebna atrakcija.

Kao nedostaci su navedeni:

- turistička infrastruktura kvalitetom u ozbiljnoj mjeri nije na nivou očekivanja turista,
- potencijal ponude doživljaja i aktivnosti nije primjereno valorizovan i usklađen sa novim trendovima,
- ciljne grupe turista (tržišta) nisu preciznije definirane, dominira veliki broj dolazaka bez noćenja, a prosječno zadržavanje turista je vrlo kratko,
- upravljanje destinacijom tek daje naznake ozbiljnog pristupa,

- postojeći sistem ne može se, ni okvirno, pratiti sa stajališta službene statistike obzirom na velik broj neprijavljenih noćenja,
- vrijednosti koje pruža destinacija povezane su sa okolišem, klimom, istorijskim i religioznim spomenicima/centrima, što nije dovoljno,
- premda uznapredovala posljednjih godina, promocija destinacije ne zadovoljava potrebe,
- saobraćajna infrastruktura nije na nivou potrebnog doprinosa ukupnom doživljaju turista,
- neadekvatna je turistička opremljenost raspoloživih resursa i
- kvalitet ukupne turističke ponude je na nižem nivou od objektivno mogućih.

Interesne grupe

Na razvoj turističke destinacije utiču grupe aktera - interesne grupe. Interesne grupe su svi koji imaju neposredni interes, uključeni su i ulažu u razvoj turističke destinacije. Razvoj turističke destinacije podrazumjeva dugoročno zadovoljenje potreba svih interesnih grupa što se upravo ostvaruje kroz proces strateškog planiranja.

Stoga je analiza interesnih grupa važan korak u razumjevanju konteksta za održivi razvoj turizma na području Općine i definisanju strateških pravaca razvoja, upravljanju destinacijom, te razvoju i integraciji turističke ponude. Ova analiza daje odgovore na pitanja: ko su ključne interesne grupe, koji su njihovi interesi, koliki uticaj imaju ili mogu imati na razvoj turizma, na koji način mogu uticati i biti uključeni u izradu strategija razvoja.

Glavni učesnici u razvoju turističke destinacije se mogu posmatrati u okviru pet osnovnih grupa:

- Lokalno stanovništvo - živi i radi u destinaciji i obezbjeđuje lokalne resurse za posjetioce. Potrebno ih je uključiti u donošenje odluka i obezbijediti da turizam ne utiče negativno na njihov život i rad.
- Posjetioci/turisti - teže zadovoljavanju potreba korištenjem kvalitetnih proizvoda u okviru dobro organizovane destinacije i kojom se efikasno upravlja.
- Turistička privreda/privatni sektor - zainteresovana je za razvoj turizma u destinaciji u cilju ostvarivanja ekonomskih efekata.
- Javni sektor - teži korištenju turizma kao osnove za povećanje zaposlenosti, podsticanje razvoja i povećanje ukupnih prihoda. Ima posebnu važnost zbog vodeće ili koordinirajuće uloge u razvoju turističke destinacije.
- Ostali učesnici - obuhvataju razne nevladine organizacije i druge interesne grupe na lokalnom, regionalnom i državnom nivou.

Na bazi postojećih dokumenata i provedenog istraživanja moguće je identifikovati sljedeće interesne grupe:

Federacija BiH (FBiH)	Federalno ministarstvo okoliša i turizma i Federalno ministarstvo prostornog uređenja su ključne interesne grupe za djelovanje i funkcionisanje turizma na području Općine.
Zeničko-dobojski kanton i Općina Visoko	Kantonalna ministarstva, općinski organi uprave i javna preduzeća i ustanove su direktno povezani sa razvojem turizma. Razvojne agencije su takođe direktno povezane sa razvojem turizma i kroz različite donatorske projekte mogu doprinijeti popularizaciji i razvoju destinacije. Uloga organa uprave je da destinaciju učini atraktivnom i za investitore (kroz kreiranje poslovnog ambijenta) i za donatore (kroz atraktivne prijedloge i uspješnu implementaciju razvojnih projekata). Potrebno je takođe raditi na unapređenju preduzetničkih aktivnosti stanovništva kroz poticaje, edukaciju i stručnu pomoć.
Turistička zajednica ZDK	S obzirom na presudu Ustavnog suda FBiH iz 2014.godine, aktivnosti kantonalnih turističkih zajednica u FBiH se nalaze u pravnom vakuumu, sve do donošenja novog zakona o turizmu u FBiH (u parlamentarnoj proceduri), te je trenutno njihovo djelovanje minimizirano zbog nepostojanja izvora finansiranja. Turističke zajednice u svakom slučaju imaju veliki značaj u promociji destinacije i posebno u upravljanju destinacijom. Za Općinu će biti posebno važno uspostavljanje turističke organizacije Općine što će biti objašnjeno u nastavku.
Javne i privatne kompanije i ustanove	Javne i privatne kompanije i ustanove imaju važnu ulogu u razvoju turizma kroz obavljanje privrednih djelatnosti koje su direktno ili indirektno povezane sa turističkom djelatnošću, odnosno srodnim i povezanim djelatnostima. Razvoj turizma bi trebao omogućiti ubrzan razvoj biznisa u raznim oblastima (transport, proizvodnja hrane, zanati, itd.) zbog same integrativne prirode turizma, ali i privlačenja investitora. U ovom kontekstu je važno spomenuti Zavičajni muzej Visoko kao izuzetan faktor razvoja turizma Općine.
Nevladine organizacije i fondacije	Nevladine organizacije i fondacije su važan faktor u razvoju turizma i zaštiti okoliša. Kroz projekte obavljaju aktivnosti usmjerene ka lokalnom stanovništvu, privatnom i javnom sektoru, drugim nevladinim organizacijama, itd. Djelovanje nevladinih organizacija predstavlja i važan korektivni faktor u djelovanju privatnog i

	<p>javnog sektora, a posebno kroz identifikaciju eksternalija, edukaciju, rad sa marginalizovanim grupama, kampanje zagovaranja, davanje prijedloga zakona, itd. Na području Općine djeluje Fondacija Arheološki park: Bosanska piramida sunca koja svojim djelovanjem posebno djeluje na pozitivni razvoj turizma.</p>
Institucije za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog nasljeđa	<p>S obzirom na bogatstvo kulturno-istorijskog veliki je značaj Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika, Federalnog Zavoda za zaštitu spomenika i Zavoda za zaštitu kulturne baštine ZDK u zaštiti i promociji kulturno-istorijskog nasljeđa.</p>
Mediji	<p>Mediji imaju veliki značaj za razvoj područja, kroz kreiranje i plasman vijesti za lokalno i šire tržište, ali i kroz edukaciju stanovništva.</p>
Lokalno stanovništvo	<p>Interesi lokalnog stanovništva su izuzetno važni za razvoj turizma, ali su istovremeno i veoma kompleksni. Različite zajednice u destinaciji imaju različite razvojne potrebe (saobraćajna infrastruktura, edukacija, zapošljavanje, itd). Lokalno stanovništvo bi kroz razvoj turizma trebalo osjetiti unapređenje kvaliteta života, posebno kroz zapošljavanje i kreiranje novih radnih mjesta, te kroz samozapošljavanje.</p>
Edukacijske ustanove, akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije	<p>Akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije mogu značajno doprinijeti razvoju održivog turizma zahvaljujući svojoj ekspertizi, dok sa druge strane dobijaju prostor za provođenje naučnih i istraživačkih projekata. Sinergija akademskih i praktičnih znanja dovodi do ubrzanog i održivog razvoja područja. Akademska zajednica svoj doprinos razvoju treba dati i kroz razvoj edukacijskih programa iz oblasti biznisa i preduzetništva, turizma, zaštite okoliša, itd. Potreban je i razvoj srednjoškolskih programa edukacije za turistička zanimanja, ali i programa cjeloživotnog učenja iz oblasti biznisa i turizma.</p>
Vjerske zajednice	<p>Vjerske zajednice imaju važnu ulogu u razvoju turizma zbog postojanja i prirode religijskih objekata/običaja koji mogu biti iskorišteni u razvoju turističkih proizvoda. Religijski objekti/običaji imaju dualnu prirodu: religijsku i kulturno-istorijsku. Stoga se religijski objekti mogu koristiti i za promociju kulturno-istorijskog nasljeđa i uključenje u turističku ponudu za različite segmente.</p>

Grupe navedene u prethodnom prikazu imaju različite interese, ali i ciljeve i mogućnosti uticaja na održivi razvoj turizma na području Općine. Naredni prikaz daje sažetak interesa i mogućnosti uticaja različitih interesnih grupa, te način za uključenje u proces razvoja turizma.

Interesna grupa	Interesi	Važnost za razvoj turizma	Uticaj na razvoj turizma	Učešće u razvoju turizma destinacije
Federacija BiH	Zaštita okoliša i održivi razvoj Izgradnja infrastrukture Integrirani razvoj FBiH	+++	+++	Zakonska regulativa Planski dokumenti Donatorski i razvojni projekti
Zeničko-dobojski kanton i Općina Visoko	Zaštita okoliša i održivi razvoj Ekonomski i društveni razvoj kroz unapređenje turizma i razvoj stimulativnog poslovnog ambijenta Razvoj infrastrukture Očuvanje kulturno-istorijskog i prirodnog nasljeđa Razvojni lokalni i regionalni projekti Uvezivanje sa drugim destinacijama Promocija preduzetništva Razvoj imidža destinacije Donatorski projekti	+++	+++	Upravljanje razvojem područja Razvoj poslovnog ambijenta i stimulacija preduzetništva Zakonska regulativa Planski dokumenti Razvojni projekti Finansiranje projekata Privlačenje donatora Tehnička podrška Uvezivanje privatnog, javnog i nevladinog sektora
Turistička zajednica ZDK	Razvoj turizma i integracija ponude Razvoj i promocija turističke ponude Efikasan destinacijski menadžment Razvoj imidža destinacije	+++	Trenutno ne	Upravljanje razvojem turizma Promocija turizma Razvoj turističkih proizvoda i integracija
Javne i privatne kompanije i ustanove	Stabilno i podsticajno okruženje za poslovanje i investicije Podsticaji za djelovanje Efikasan sistem obrazovanja i uređeno tržište rada	+++	+++	Privredne i neprivredne djelatnosti u oblasti turizma i povezanih/pratećih djelatnosti Razvoj specifičnih turističkih proizvoda
Nevladine organizacije	Razvoj turizma Zaštita okoliša Razvojni projekti	+++	+++	Razvojni projekti Edukacija Razvoj specifičnih turističkih proizvoda
Institucije za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog nasljeđa	Zaštita i promocija kulturno-istorijskog nasljeđa Finansiranje aktivnosti očuvanja kulturno-istorijskih spomenika	+++	+++	Očuvanje kulturno-istorijskog nasljeđa Stavljanje u funkciju kulturno-istorijskih spomenika Finansiranje aktivnosti
Mediji	Promocija održivog razvoja Edukacija lokalnog stanovništva	++	++	Širenje informacija Promotivne i edukacijske aktivnosti
Lokalno stanovništvo	Zapošljavanje i povećanje kvaliteta života	+++	+++	Podrška razvoju Razvojne inicijative Zapošljavanje i samozapošljavanje Edukacija
Edukacijske ustanove,	Istraživački i konsultantski projekti	++	++	Edukacijski programi

akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije	Razvojni lokalni i regionalni projekti Formalni i neformalni edukacijski programi na različitim nivoima			Razvojni projekti Stručna podrška Istraživanje i razvoj
Vjerske zajednice	Očuvanje kulturnog nasljeđa	++	++	Razvoj religijskog turizma

Legenda: + slab uticaj/važnost, ++ umjeren uticaj/važnost, +++ izuzetan uticaj/važnost

U sve buduće razvojne procese i upravljanje destinacijom je nužno uključiti navedene grupe što će biti navedeno u nastavku.

SWOT analiza

Glavni cilj izrade SWOT analize je objektivno sagledavanje svih prednosti i slabosti Općine kao turističke destinacije, te sagledavanje prilika i opasnosti koje mogu značajno uticati na budući razvoj turizma. SWOT analiza je urađena na bazi:

- Analize postojeće resursne osnove,
- Informacija prikupljenih tokom radionica i intervjua,
- Analize aktuelnih turističkih trendova i ukupne situacije u BiH.

Bitno je naglasiti da situacija u razvoju turizma Općine u velikoj mjeri odražava i ukupnu situaciju u razvoju turizma BiH.

Naredna tabela sumira nalaze istraživanja trenutne situacije u razvoju turizma destinacije.

SNAGE
<ul style="list-style-type: none">○ Postojanje interesa svih zainteresovanih strana za sistemski razvoj turizma○ Bogatstvo kulturno-istorijskih spomenika i prirodno nasljeđe○ Izuzetno dobar geoprometni položaj i pristupačnost (cestovni, željeznički i avio saobraćaj), te blizina glavnog grada○ Globalna prepoznatljivost Arheološkog parka Bosanska piramida sunca i razvijenost specifičnog turističkog proizvoda○ Prirodne ljepote i mogućnost razvoja outdoor aktivnosti○ Bogatstvo vjerskih spomenika○ Nematerijalna baština, običaji i zanati○ Industrijska i zanatska tradicija (posebno prerada mesa i kožarstvo)○ Gostoljubivost stanovništva○ Uključenost nevladinog sektora u pitanja razvoja turizma○ Poznatost destinacije u BiH○ Nepostojanje velikih industrijskih zagađivača○ Laka dostupnost zdrave (organske) i kvalitetne hrane○ Cjenovna pristupačnost
SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">○ Kratak boravak turista○ Neuređeni i turistički neatraktivni lokaliteti sa važnim spomenicima○ Nepostojanje destinacijske organizacije za upravljanje turizmom i turističke organizacije○ Turistička signalizacija○ Nedovoljno razvijena lokalna putna infrastruktura○ Manjak edukovanih kadrova u turizmu, uključujući i organe uprave○ Sezonalnost○ Reaktivni, atomizirani tržišni nastup i ad-hoc nastup○ Neuvezana turistička ponuda Općine○ Nedovoljno iskorišten Zavičajni muzej○ Nepostojanje dodatnih sadržaja (kupovina, zabava, bazeni, wellness, biciklistička staza, adrenalinski park, itd)○ Nepostojanje specijalizovanih incoming agencija○ Nedovoljan broj registrovanih turističkih vodiča○ Nepoznavanje stranih jezika i nedovoljna edukacija lokalnog stanovništva o turizmu

<ul style="list-style-type: none"> ○ Nedovoljna turistička kontrola ○ Marketinški neprofilisana turistička ponuda ○ Nepostojanje autohtonih suvenirna ○ Nedovoljna namjenska sredstva za ulaganja u obnovu kulturno-istorijskog nasljeđa i razvoj turizma ○ Pitanje nadležnosti i pitanje gazdovanja na destinaciji ○ Neuređen pristup i parking za autobuse ○ Nepostojanje suvenirnice ○ Nelegalna gradnja ○ Nezaštićen prostor i neuređena korita rijeka ○ Nedovoljno korištenje informacionih i komunikacionih tehnologija i digitalnog marketinga ○ Nedovoljna promocija destinacije i nepostojanje marketing programa ○ Neefikasnost internog marketinga (obuke, motivacija, standardi, procesi) ○ Siva ekonomija – nelegalno pružanje turističkih usluga ○ Neadekvatan sistem poticanja razvoja turističke ponude ○ Nedostatak saradnje javnog i privatnog sektora na projektima turizma
<p>PRILIKE</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Trendovi u razvoju sportskog, outdoor, eko, omladinskog, tranzitnog, vjerskog, gastro, zdravstvenog turizma, konferencijskog i kongresnog, porodičnih putovanja ○ Porast obima putovanja na globalnom nivou ○ Sklonost turista da putuju češće i kraće ○ Kontinuirani rast broja dolazaka turista u BiH ○ Lako dostupna iskustva drugih zemalja u regionu o razvoju turizma ○ Podizanje svijesti lokalnog stanovništva i investitora o važnosti turizma za ekonomski razvoj ○ Razvoj poljoprivrede ○ Dijaspore ○ Blizina emitivnih tržišta regije i EU ○ Obavezne ekskurzije i škole u prirodi ○ Mogućnost korištenja međunarodnih izvora finansiranja, posebno IPA 2 ○ Mogućnost saradnje sa destinacijama iz okruženja - multidestinijski pristup ○ Mogućnost razvoja javno-privatnog partnerstva
<p>PRIJETNJE</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Opasnosti od negativnih efekata masovnog turizma ○ Privredna situacija u BiH, destimulativno okruženje za preduzetništvo i investicije ○ Pristupi izvorima finansiranja ○ Odsustvo sistema registracije turista ○ Rad inspekcija ○ Siva ekonomija ○ Preplitanje nadležnosti ○ Nedovoljna implementacija strateških razvojnih dokumenata ○ Imidž BiH kao turističke destinacije u svijetu

Izvor: Nalazi radionica i intervjua

Predstavljena SWOT matrica služi kao osnova za definisanje strateških pravaca razvoja, a prije svega vizije – definicije željene budućnosti. Vizija treba biti vodilja turističkog razvoja, odraz je vrijednosti, stavova i ciljeva učesnika u turističkom razvoju destinacije koji je svojim djelovanjem trebaju podržavati kako bi što bolje odgovorila budućim društvenim kretanjima i zahtjevima savremenih turista.

Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma

U Strategiji razvoja Općine, vizija razvoja Općine je definisana na sljedeći način: „Visoko je općina kontinuiteta kulture, kreativne inovativnosti, zdravog i ugodnog života, općina koji omogućava učešće svojih građana u svim aspektima života; općina koji osigurava ekonomsku i društvenu atraktivnost, razvoj i kvalitet života za građane i sve ljude koji u njoj borave, investiraju i stvaraju. Želimo biti prepoznatljivi kao otvorena sredina visokih vrijednosti, konkurentskih sposobnosti, inovativnosti i poduzetništva s ciljem stvaranja ambijenta za život i rad svih stanovnika općine uz efikasnu i ekspeditivnu administraciju koja slijedi principe poslovne izvrsnosti.“

Dalje se kaže da će Općina do 2021. godine biti najdinamičnija općina u Zeničko-dobojskom kantonu, odnosno da će Općina prepoznata kao čvrsto opredjeljena na poboljšanje poslovnog okruženja, privlačenje investicija, podizanje kvaliteta života građana i povećanje energetske efikasnosti, te da su opredjeljenje Općine bazirana na viziji EU 2020: pametan (inovacije, obrazovanje, digitalno društvo), održiv (energetika i konkurentnost) i inkluzivan razvoj (zapošljavanje, vještine, borba protiv siromaštva).

Strateški ciljevi koji su izvedeni iz definisane vizije razvoja su sljedeći:

- Ubrzanje ekonomskog razvoja i unapređenje konkurentnosti privrede u Visokom - konkurentna privreda koja će generirati nova, kvalitetna radna mjesta na području općine Visoko,
- Ugodan život građana – podržavajuća i odgovarajuća društvena i komunalna infrastruktura i jačanje ljudskog kapitala kroz podršku projektima koji će rezultirati većim znanjem, vještinama, inovativnošću, kreativnošću, boljom psihofizičkom kondicijom, socijalnom kohezijom i inkluzijom te usvajanje Evropskih vrijednosti i multikulturalnosti,
- Uravnotežen i održiv razvoj, te podizanje kvaliteta uprave, infrastrukture i upravljanje prostorom kao bitne komponente ugodnog življenja i uspješnog poslovanja i
- Očuvanje i zaštita okoliša i efikasno upravljanje energijom.

Iako se turizam eksplicitno ne navodi u strateškim ciljevima i izvedenim prioritetima, analiza mjera i projekata koje su planirane u tekstu Strategije razvoja Općine daju dobru osnovu za razvoj ukupnog poslovnog – turističkog ambijenta, infrastrukture, obrazovanja i saradnje privatnog, javnog i nevladinog sektora. Odnosno razvoj turizma je komplementaran razvojnim ciljevima Općine.

Imajući u vidu navedeno, moguće je definisati viziju razvoja turizma koja će objediniti sljedeće vrijednosti i nastojanja Općine:

- Gostoljubivost,
- Nasljeđe i tradicija,
- Posebnost,
- Priroda i održivi razvoj i
- Integracija.

Vizija razvoja turizma Općine: „Općina Visoko je jedinstvena i globalno prepoznatljiva turistička destinacija sa ponudom koja je spoj tradicije i modernog. Bogatstvo kulture i istorije, arheološka nalazišta, očuvana priroda, inovativna turistička ponuda i gostoljubivost ljudi privlače savremene turiste željne novih znanja i drugačijih doživljaja, opuštanja, zdravlja, gastronomije i užitka.“

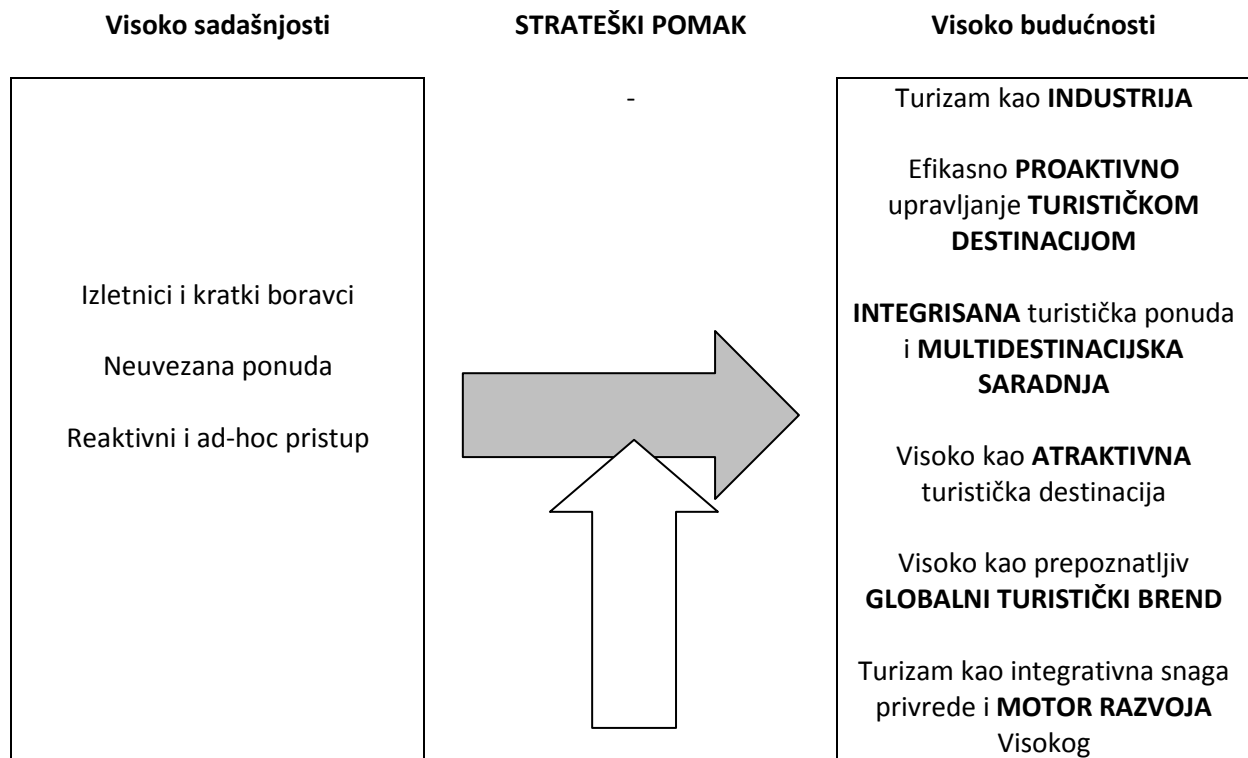
Strateške odrednice održivog razvoja turizma u smislu ostvarenja vizije destinacije se ogledaju kroz sljedeće:

- Promocija, zaštita i očuvanje prirodne i kulturno-istorijske baštine – Ovo je temeljna odrednica i vrijednost Općine i najznačajniji resurs kojim se raspolaže. Dugoročno održavanje ovih resursa i efikasno upravljanje resursima je stoga prioritet lokalne zajednice i destinacijskog menadžmenta.
- Uspostavljanje strukture turizma koji će omogućiti povećanje prihoda od turizma – Priroda turizma destinacije se ogleda u tome da je prosječno zadržavanje turista veoma kratko uz izraženu sezonalnost. Iako sve statističke podatke treba uzeti sa rezervom zbog sive ekonomije u turizmu, procjena stručnog saradnika je da je moguće da je broj turista koji dolaze u destinaciju veći, ali ne i dužina njihovog boravka. Ovo je i u skladu sa turističkim megatrendovima da moderni turisti putuju češće, ali se kraće zadržavaju. Povećanje prihoda se može ostvariti kroz povećanje broja dolazaka turista i broja noćenja, ali i stimulisanjem turističke potrošnje na destinaciji. Kratki boravci ne omogućavaju punu valorizaciju potencijala i ne daju pune efekte turizma kroz potrošnju na destinaciji. S druge strane potrebno je imati sistem koji će stimulirati turiste koji planiraju kraće boravke da troše više kroz obezbjeđenje sadržaja kao što su inovativni turistički proizvodi, gastro sadržaji, trgovina i suveniri, naplata parkinga i prevoza, zabavni sadržaji, itd. Razvoj visokovrijednih turističkih proizvoda kao što je npr. konferencijski i kongresni turizam, zdravstveni, eko turizam, sportski turizam, itd mogu dovesti do značajnog povećanja prihoda, ali podrazumjevaju i značajna ulaganja gdje bi Općina trebala stimulirati ulaganje u ovaj vid turizma.
- Inovacije i razvoj atraktivne turističke ponude – Trenutna situacija u turizmu destinacije se može okarakterisati kao inercija i reaktivni pristup. Ponuda je bazirana na prirodnim i kulturno-istorijskim elementima. Ne posvećuje se dovoljna pažnja inoviranju i širenju ponude, te primjeni marketing koncepta u poslovanju. Ovakav način djelovanja nije dugoročno održiv i ne daje optimalne rezultate. Potrebno je istraživati i savremenu turističku praksu i potrebe savremenih turista. Ključ uspjeha je u edukaciji donosioca turističkih odluka i svih učesnika u lancu vrijednosti turizma. Potrebno je kontinuirano raditi na razvoju turističkih proizvoda više dodane vrijednosti kao što su npr. sportski turizam, zdravstveni turizam, konferencijski i kongresni turizam, outdoor i eko turizam, itd. Potrebno je staviti u funkciju postojeće muzejske sadržaje i istorijske spomenike, te ih obogatiti postavkama sa multimedijalnim sadržajima, tzv. obogaćena realnost kao što je uobičajena muzejska praksa danas, omogućiti turistima da budu aktivni dio isporuke turističkog proizvoda, unaprijediti gastro ponudu, ponudu etno suvenira, itd. Trenutna situacija u turizmu destinacije je da se ne primjenjuje savremena marketinška praksa i ne može se reći da je poznato koje grupe turista i tržišta se ciljaju marketinškim aktivnostima, niti da se provode istraživanja o zadovoljstvu i potrebama turista. Stoga će uloga destinacijskog menadžmenta biti i u razvoju i implementaciji marketing koncepta destinacije.
- Razvoj i pozicioniranje brenda – Brendiranje treba biti u funkciji što bolje percepcije proizvoda, usluga i destinacije kod krajnjeg korisnika tako da kod njega kreira osjećaj dodane vrijednosti u odnosu na konkurenciju. U poređenju sa klasičnim proizvodima i uslugama branding turističkih destinacija (gradova, regija, država) je proces u kojem destinacija aktivno za sebe stvara jedinstveni i konkurentni identitet sa ciljem što kvalitetnijeg pozicioniranja na domaćem i inostranom tržištu kao poželjne destinacije za turizam, trgovinu, investicije, itd. Odgovor na sve ove zahtjeve je uvođenje određene metodologije u upravljanju turističkom destinacijom podrazumijevajući da turističke destinacije: pružaju sigurnost i garanciju određene kvalitete, pružaju osnovu za pozitivni odnos između turističke destinacije i krajnjih korisnika i prepoznaju kojem segmentu turist pripada.
- Zapošljavanje – Turizam je industrija koji pruža najveće indirektne efekte na ekonomiju kroz integraciju različitih sektora. Razvoj turizma će dati priliku za zapošljavanje ne samo u sektorima turizma i ugostiteljstva nego i u drugim povezanim sektorima - poljoprivreda i proizvodnja hrane, trgovina, prevoz, usluge, finansije, itd. Razvoj turizma će stoga kreirati priliku za pokretanje novih biznisa. U tom kontekstu aktivnosti Općine trebaju biti usmjerene

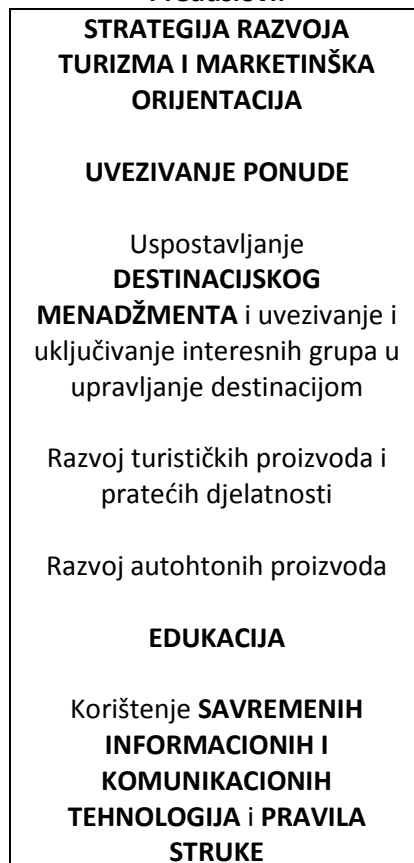
ka razvoju kadrova koji će znanjem i vještinama biti konkurentni na tržištu rada i stimulisanju pokretanja biznisa i samozapošljavanju. Prvi cilj može biti usmjeren ka kreiranju programa stručne obuke i prakse kroz koncept cjeloživotnog učenja i s druge strane kroz uticaj na razvoj srednjoškolskih nastavnih programa, planova i smjerova za edukaciju u turizmu. Drugi cilj se može ostvariti kroz podršku razvoja programa vezanih za promociju preduzetništva i unapređenje znanja i vještina budućih preduzetnika (kroz programe cjeloživotnog učenja), ali i kroz intenziviranje pružanja podrške novoosnovanih biznisima i unapređenje poslovnog okruženja u Općini koje će generisati nove investicije i zapošljavanje. Sama posjeta stranici Booking.com pokazuje da se u ponudi Općine nalazi 55 smještajnih objekata (hoteli, B&B, stanovi, kuće, vikendice) što je indikator razvoja i signal da se turizam smatra razvojnom šansom za lokalno stanovništvo. Pitanje koje se postavlja je vezano za legalnost djelovanja, odnosno sive ekonomije. Neprijavlivanje gostiju i rad u sivoj zoni će dovesti do manjka sredstava za razvoj turizma i finansiranje rada turističke organizacije Općine.

- Izgradnja infrastrukture – Osim izgradnje lokalnih i pristupnih puteva postavlja se i izazov u obezbjeđenju adekvatnih smještajnih, ugostiteljskih i drugih kapaciteta koji će odgovoriti zahtjevima savremenih turista i posebno turista koji namjeravaju boraviti duže na destinaciji. Turisti koji posjećuju Arheološki park uglavnom borave duže na destinaciji. Jedan od prioriteta treba biti izgradnja turističke infrastrukture kroz obezbjeđenje šetnica, biciklističkih staza, wellness sadržaja, itd. Područja koja su bogata kulturno-istorijskim i prirodnim nasljeđem, sa dobrim geoprometnim položajem, se takođe mogu pozicionirati kao destinacije kongresnog i konferencijskog turizma (MICE - meetings, incentives, conferences, events). Ovaj oblik turizma je visoko profitabilan, ali Općina nema adekvatne resurse za razvoj ovog vida turizma. Stoga je potrebno ohrabrivati investicije koje će razvijati ovaj vid turizma kroz izgradnju infrastrukture (kongresni-konferencijski centar) i pozicioniranje destinacije kao destinacije konferencijskog i kongresnog turizma.
- Efikasna prodaja - Prodaja je ključna faza u svakoj poslovnoj djelatnosti. Uključivanje ponude destinacije u ponudu turističkih operatera zahtjeva razvoj vrijednih i atraktivnih turističkih proizvoda, izgradnju brenda, efikasnu promociju, itd. Potrebno je znati da je prodaja turističkih aranžmana putem Interneta u stalnom porastu i da se većina aranžmana kreira i prodaje online, posebno na tržištima koja su interesantna za destinaciju. Stoga je potrebno raditi na razvoju online prisustva ponuđača turističkih usluga, ali i destinacije kao cjeline (uloga destinacijskog menadžmenta). Savremeni turisti individualno kreiraju svoje itinerere i kupuju turističke usluge online. Ukoliko se objekat ili destinacija ne nalazi u nekom od direktorija ili booking alata, izuzetno je niska vjerovatnoća da će biti prepoznati od turista. Trenutne aktivnosti u prodaji su uglavnom reaktivne. Atomiziranost promocije i prodaje je jedan od problema sa kojim se destinacija suočava. Svaki pružalac turističkih usluga nastupa samostalno na tržištu uz izuzetno nizak stepen saradnje. Takođe, u destinaciji ne postoje specijalizovane incoming turističke agencije. Potrebno je odmah početi raditi na izradi destinacijskog portala i kontinuiranim kampanjama društvenih medija.
- Povezivanje – Jedan od trendova u savremenom turizmu je multidestinacijski pristup. Konkurentnost i upoznatost određene destinacije se značajno uvećava kroz uvezivanje ponude sa drugim destinacijama u BiH i regiji. Npr. uvezivanja ponude destinacije i kreiranje paketa sa ponudom Sarajeva, Mostara, Bihaća i drugih destinacija u i van BiH će povećati vidljivost.

Imajući u vidu navedene izazove i postojeće prirodne, kulturno-istorijske i prostorne pretpostavke za razvoj turizma, potrebno je raditi na razvoju i holističkom upravljanju turizmom i turističkom destinacijom Općine odnosno na strateškom preokretu kako je prikazano na narednoj slici. Pojedinačni elementi tržišnog nastupa će biti ukratko prikazani u nastavku.



Preduslovi:



Glavni cilj razvoja turizma Općine do 2024. godine je dakle povećanje atraktivnosti i konkurentnosti.

Na bazi definisane vizije razvoja turizma i predočenih strateških odrednica, definišu se sljedeći strateški ciljevi.



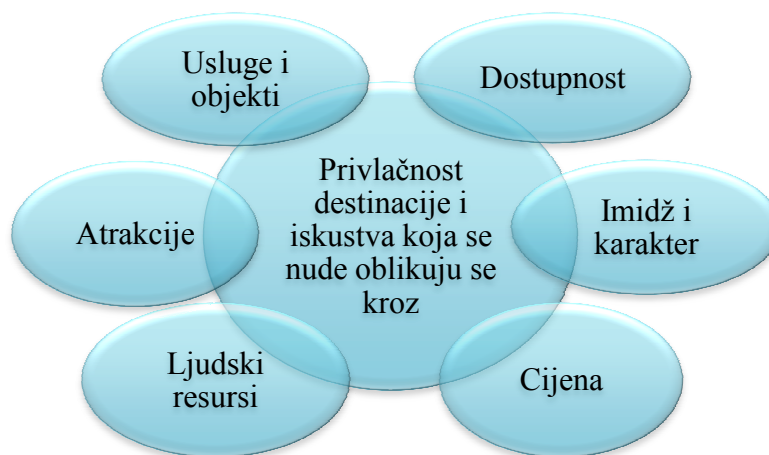
Strateški cilj 1 - Uspostavljanje efikasnog destinacijskog menadžmenta

Za razvoj turizma nije dovoljno imati samo turistički proizvod. Razvoj turizma zahtjeva sistemski i holistički pristup, strateško planiranje i uključivanje svih interesnih grupa u donošenje odluka.

Planiranje, upravljanje i kontrola razvoja destinacije zahtjevaju sistemski i interdisciplinarni pristup, a polazna tačka u razvoju destinacije su potrebe turista koje će biti zadovoljene kroz materijalne i nematerijalne elemente ponude na destinaciji.

Osnovni elementi destinacije prema WTO su atrakcije (ono što se mora vidjeti ili mora uraditi) i ostali elementi kako je prikazano na narednoj slici .

Slika - Elementi turističke destinacije



Izvor: Prilagođeno prema World Tourism Organisation. (2007). A practical guide to tourism destination management. Madrid.

Destinacijski menadžment je kontinuirani proces u kojem turistički sektor, javna uprava i ostali subjekti usmjeravaju razvoj destinacije sa ciljem ostvarivanja zajedničke željene vizije destinacije. Destinacijski menadžment je rezultat uključivanja različitih sektora, grupa, učesnika i partnera koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realizuju zajedničke ciljeve pojedine destinacije.

Holistički pristup destinacijskom menadžmentu i marketingu zahtjeva partnerstva između različitih nivoa vlasti, među različitim organizacijama u javnom sektoru, kao i između javnog i privatnog sektora. Generalno glavna uloga destinacijskog menadžmenta trebala bi biti da nadgleda razvoj i implementaciju kreirane strategije turizma na bazi potreba učesnika iz javnog i privatnog sektora.

Dosadašnja situacija u razvoju turizma Općine pokazuje da se destinacijom kao cjelinom i samim tim i razvojem turizma nije efikasno upravljalo. Organizacija za upravljanje destinacijom (eng. Destination Management Organization, DMO) nije postojala, iako prema WTO, turističke organizacije na lokalnom i regionalnom nivou imaju ulogu DMO. Turističke organizacije na svim nivoima BiH su se uglavnom bavile promotivnim aktivnostima što čini samo dio očekivanih aktivnosti.

Prema WTO, aktivnosti kojima se bavi lokalna DMO uključuje:

- Promocija destinacije,
- Kampanje za pokretanje i vođenje poslovanja,
- Usluge informisanja i rezervacije,
- Obuka i obrazovanje,
- Poslovno savjetovanje,
- Razvoj turističkih proizvoda,
- Razvoj i menadžment događaja,
- Razvoj i menadžment atrakcija i
- Strategija, istraživanje i razvoj.

Imajući u vidu specifičnosti budućih zakona o turizmu i specifičnosti razvoja turizma Općine, priroda buduće organizacije za destinacijski menadžment je lokalna i neophodno je uspostavljanje lokalnog DMO kroz osnivanje turističke organizacije Općine.

Uspostavljanje destinacijskog menadžmenta će dovesti do:

- Zajedničkih ciljeva i kohezije,
- Koordinacije razvoja i efikasnog marketinga,
- Koordinirane i zajedničke promocije.
- Unapređenja komunikacije i razumjevanja, te saradnje javnog i privatnog sektora,
- Efikasnog korištenja resursa,
- Izbjegavanje dupliranja aktivnosti,
- Jasne odgovornosti i
- Zajedničkih i razvojnih aktivnosti.

Nacrtom novih Zakona o turizmu i Zakona o boravišnoj taksi koji se nalaze u proceduri predviđeno je da lokalne zajednice mogu osnivati turističke organizacije, a za njihovo finansiranje predviđeno je 80% sredstava prikupljenih iz boravišnih taksi.

U periodu do osnivanja turističke organizacije Općine kao buduće DMO Općine, potrebno je da Služba za finansije, privredu i lokalni razvoj Općine na sebe preuzme integrativnu i razvojnu funkciju turizma kroz vođenje turističke organizacije.

Preporuka je i da se odmah uspostavi i koordinacijsko tijelo za razvoj turizma kojim će upravljati Općina i koje će inkorporirati predstavnike javnog, privatnog i nevladinog sektora. Ovo tijelo bi se bavilo analizom situacije i davanjem preporuka za razvoj turizma. U ovom tijelu bi bili predstavnici Općine, Fondacije Arheološki park Bosanska piramida Sunca, Zavičajnog muzeja, te drugi predstavnici javnog, privatnog i nevladinog sektora.

Po uspostavljanju destinacijske organizacije, a u kontekstu razvoja turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere vezane za efikasni sistem destinacijskog menadžmenta:

- Izrada marketing plana i plana promocije i provođenje kontinuirane promotivne kampanje, sa posebnim fokusom na digitalne i online medije, u cilju razvoja brenda i prodaje,
- Kreiranje i integracija turističkih paketa i turističke ponude,
- Kontinuirano praćenje potreba i zadovoljstva turista,
- Unapređenje i standardizacija kvaliteta usluga,
- Koordinacija svih interesnih grupa i plansko/sistemska upravljanje resursima i očuvanje resursa u cilju kreiranja pretpostavki za održivi turizam (balans ekonomskih, društvenih i okolišnih ciljeva).

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 1.

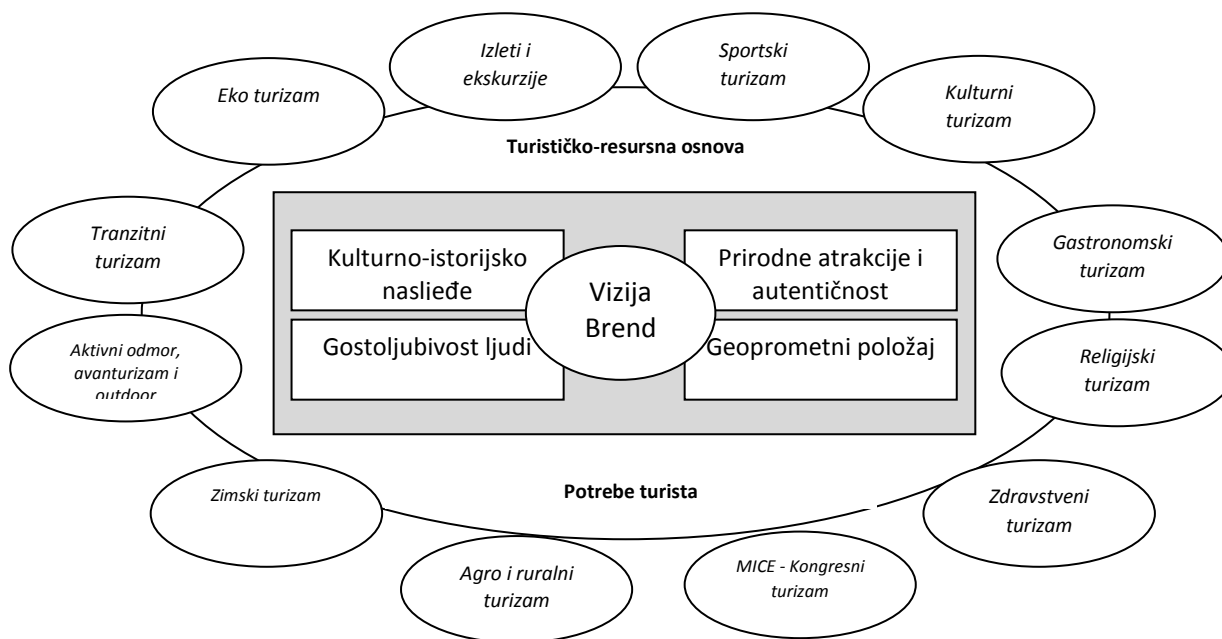
<i>Red. broj</i>	<i>Naziv projekta</i>	<i>Nosilac projekta</i>	<i>Rok</i>
1.1.	<i>Uspostavljanje Turističke organizacije i adaptacija i uređenje prostora Turističkog ureda Općine Visoko</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017</i>
1.2.	<i>Uspostavljanje i vođenje Turističkog vijeća Općine Visoko</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
1.3.	<i>Izrada plana marketinga, budžeta i plana promocije destinacije i implementacija plana promocije (Internet, sajmovi, printani mediji, elektronski mediji, itd)</i>	<i>Općina Visoko, Turistička organizacija</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
1.4.	<i>Izrada promotivnog web portala destinacije i vođenje kampanja društvenih medija</i>	<i>Općina Visoko, Magazin Plus doo, Turistička organizacija</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
1.5.	<i>Uspostavljanje veza sa turističkim agencijama i tour operatorima</i>	<i>Turistička organizacija</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
1.6.	<i>Ispitivanje i praćenje zadovoljstva i potreba turista</i>	<i>Turistička organizacija</i>	<i>2017, kontinuirano</i>

Strateški cilj 2 - Razvoj i integracija turističkih proizvoda

Kad je riječ o proizvodnom portfoliju destinacije važno je navesti da se radi o prostoru koji može ponuditi brojne aktivnosti i koje ima dovoljnu privlačnu snagu za različite segmente posjetilaca i turista. U odnosu na trendove na turističkom tržištu važno je navesti da destinacija ima značajne prednosti zbog mogućnosti brojnih aktivnosti za različite specifične oblike turizma ili specifične tržišne niše tj. turiste posebnih interesa čiji broj zadnjih 20 godina kontinuirano raste, kao što su npr. holistički zdravstveni turizam za šta postoji potencijal u Bosanskoj dolini piramida ili outdoor turizam. U ovom trenutku veliki dio tih proizvoda su tek potencijal koji treba razviti i plasirati na turističko tržište.

Analiza portfolija turističkih aktivnosti i turističke ponude Općine pokazuje da postoje tri grupe turističkih proizvoda:

- Razvijeni turistički proizvodi koji se već uspješno nude na tržištu:
 - Arheološki park Bosanska piramida Sunca
- Turistički proizvodi koje je potrebno unaprijediti i razvijati:
 - Kulturno-istorijsko nasljeđe
 - Manifestacije, događaji, sajmovi
 - Tranzitni turizam
 - Izleti i ekskurzije
 - Holistički zdravstveni turizam
- Turistički proizvodi koji se trebaju razviti:
 - Sportski turizam
 - Aktivni odmor i outdoor, lov i ribolov
 - Ruralni turizam
 - Gastro turizam
 - Konferencijski i kongresni turizam
 - Religijski turizam
 - Omladinski turizam.



Na bazi analize mogu se identifikovati sljedeći pravce razvoja turizma u destinaciji kroz razvoj sljedećih oblika turizma baziranih na materijalnim i nematerijalnim resursima.

Tabela - Razvojni portfolio i ocjena razvijenosti

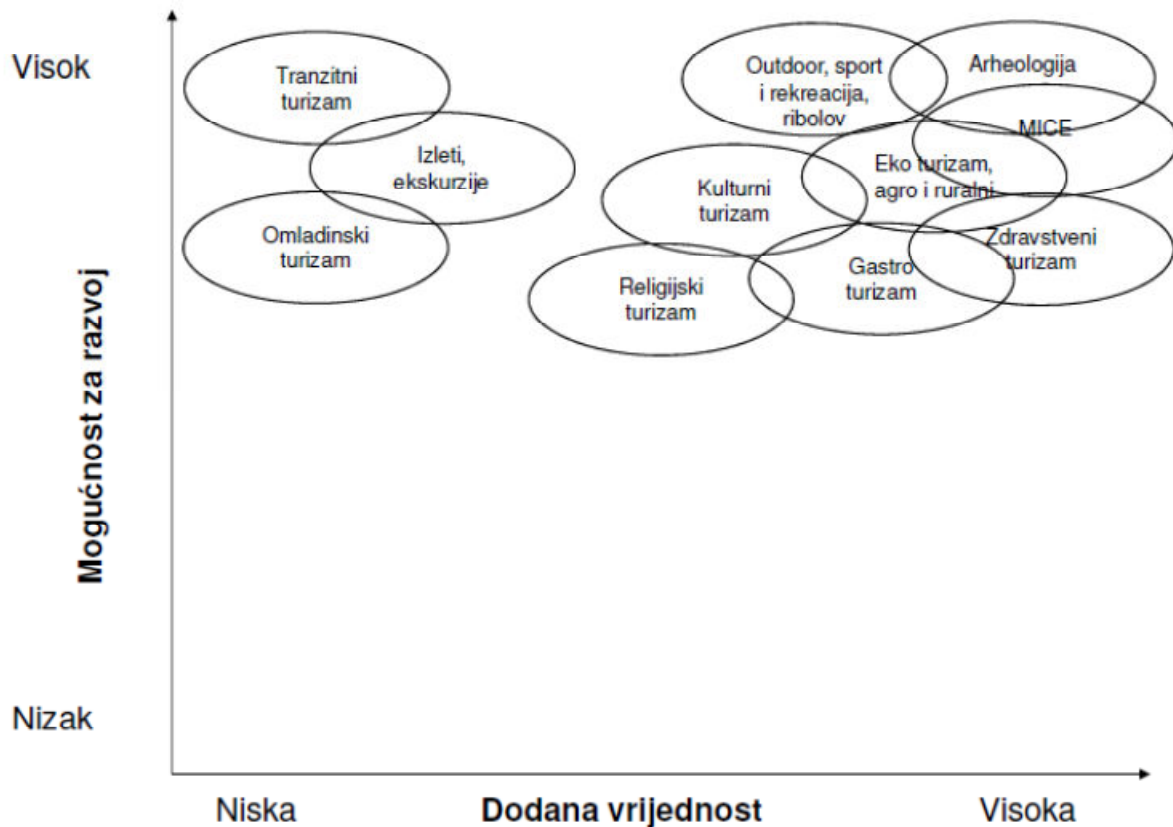
Proizvodna grupa	Ocjena trenutne razvijenosti	Ocjena mogućnosti razvoja u budućnosti
Aktivni odmor, sport, avanturizam i outdoor, lov i ribolov	-	Visok
Eko turizam, agro i ruralni turizam	-	Visok
Gastro turizam	-	Visok
Izleti, kratki boravci i ekskurzije	++	Izuzetno visok
Događaji i manifestacije	+	Visok
Konferencijski i kongresni turizam,	-	Izuzetno visok
Kulturno-istorijsko naslijeđe	+	Izuzetno visok
Omladinski turizam	-	Izuzetno visok
Religijski turizam	-	Visok
Tranzitni turizam	+	Izuzetno visok
Holistički zdravstveni turizam	+	Izuzetno visok
Arheološka istraživanja	+++	Izuzetno visok

Izvor: Procjena stručnog saradnika na bazi nalaza radionice

Legenda:

- Proizvod je nerazvijen
- + Proizvod postoji, ali je slabo razvijen
- ++ Proizvod je relativno razvijen
- +++ Proizvod je dobro razvijen

Naredni prikaz pokazuje potencijal rasta svakog od ovih oblika turizma, kao i njihov doprinos povećanju vrijednosti ponude, odnosno povećanja turističke potrošnje i prihoda od turizma. Ovaj prikaz je rezultat analize ukupnih trendova na turističkom tržištu i analize trenutne situacije u destinaciji i prezentuje potrebu ka tranziciji ponude i razvoju proizvoda više dodatne vrijednosti.



Izvor: Procjena stručnog saradnika

Ono što se postavlja pred destinaciju u kontekstu razvoja proizvoda i prodaje je sljedeće:

- Unapređenje prodaje postojećih proizvoda (zemlje regije, EU i svijeta):
 - Arheologija i istraživanja,
 - Zdravstveni holistički turizam (orijentisan na duh i misli, relaksacija, joga),
- Razvoj i unapređenje turističkih proizvoda za postojeća i nova tržišta (zemlje regije, EU, Azije i posebno zaljevske zemlje):
 - Gastro turizam,
 - Eko-turizam i ruralni turizam,
 - Omladinski turizam,
 - Izleti i ekscurzije,
 - Kongresni i konferencijski turizam, događaji i manifestacije (sajmovi, umjetničke kolonije, koncerti, okupljanja, itd),
 - Kulturno-istorijsko nasljeđe (muzej, stari grad, itd),
 - Religijski turizam,
 - Tranzitni turizam.

Po uspostavljanju destinacijske organizacije, a u kontekstu razvoja turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere vezane za razvoj proizvoda:

- Primjena inovacija, unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda (fokus na diferencijaciji) i integracija turističke ponude u cilju obezbjeđenja trajanja sezone tokom cijele godine,
- Razvoj lanca vrijednosti u turizmu i stimulacija turističke potrošnje.

Posebnu pažnju treba posvetiti podršci razvojnih aktivnosti vezanih za nasljeđe po kojem je Visoko pozicioniran u svijesti turista – tradicionalne zanatske aktivnosti i industrijsko nasljeđe, a posebno prerada mesa i kožarstvo. U tom smislu veliki značaj imaju manifestacije (sajmovi) i uspostavljanje novih muzejskih postavki, te razvoj gastro tura i trgovine.

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 2.

<i>Red. broj</i>	<i>Naziv projekta</i>	<i>Nosilac projekta</i>	<i>Rok</i>
2.1.	<i>Rekreativno, terapijsko i sportsko jahanje</i>	<i>Općina Visoko, Konjički klub Visoko</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
2.2.	<i>Sajam kožarstva</i>	<i>Općina Visoko, Udruženje VISKK, JU Zavičajni muzej, JU Centar za kulturu i edukaciju</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
2.3.	<i>Dani trgovine, kulture i sporta „Visočko ljeto“</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
2.4.	<i>Razvoj i promocija ruralnog turizma</i>	<i>Općina Visoko, Damar omladine, Vi-Net</i>	<i>2017-2018</i>
2.5.	<i>Izrada suvenira Visokog</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2018</i>
2.6.	<i>Igrom i pjesmom kroz BiH</i>	<i>KUD Visoko, JU Centar za kulturu i edukaciju</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
2.7.	<i>Multimedijalni promotivni materijali o turističkoj ponudi</i>	<i>MSŠ „Hazim Šabanović“ i Gimnazija Visoko</i>	<i>2017-2018</i>
2.8.	<i>Bosanska dolina piramida</i>	<i>Fondacija Arheološki park: Bosanska piramida Sunca</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
2.9.	<i>Arheološko-turistički park Ravne 2</i>	<i>Fondacija Arheološki park: Bosanska piramida Sunca</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
2.10.	<i>Kongresni turizam u Kulturnom centru „Altindag“</i>	<i>JU Centar za kulturu i</i>	<i>2017, kontinuirano</i>

		<i>edukaciju</i>	
<i>2.11.</i>	<i>Predstavljanje intelektualne baštine i važnih događaja – Dani Visočanstva</i>	<i>Općina Visoko, Turistička organizacija</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
<i>2.12.</i>	<i>Okom izviđača ili 10 razloga zašto doći u Visoko</i>	<i>Odred izviđača Visoko</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
<i>2.13.</i>	<i>Pozdrav proljeću</i>	<i>Odred izviđača Visoko i Planinarsko društvo Visočica</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
<i>2.14.</i>	<i>Staze i bogaze</i>	<i>Odred izviđača Visoko i Planinarsko društvo Visoko</i>	<i>2017, kontinuirano</i>

Strateški cilj 3 - Razvoj turističke infrastrukture i ambijenta za razvoj turizma

Po uspostavljanju destinacijske organizacije, a u kontekstu razvoja turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere vezane za razvoj infrastrukture i ambijenta za razvoj turizma:

- Infrastruktura - upravljanje, razvoj i očuvanje resursa:
 - Planski razvoj smještajnih i drugih kapaciteta,
 - Unapređenje turističke signalizacije,
 - Podrška obnovi objekata u staroj jezgri grada i izgradnja novih turističkih sadržaja (parkinzi za autobuse i putnička vozila, pješačke staze, biciklističke staze, rasvjeta, trgovci i javni prostori, vidikovci, kupališta, ugostiteljski objekti, itd),
- Ambijent
 - Unapređenje sigurnosti turista,
 - Uspostavljanje sistema registracije turista i jačanje mehanizama kontrole i inspekcije,
- Preduzetništvo:
 - Pružanje podrške za razvoj preduzetništva i pružanje podrške turističkim biznisima,
- Razvoj ljudskih potencijala - Nova znanja i vještine u turističkom sektoru:
 - Uticaj na razvoj novih srednjoškolskih programa edukacije i novih zanimanja u turizmu,
 - Razvoj programa cjeloživotnog učenja za turistički sektor,
 - Kadrovsko jačanje općinske uprave i tijela povezanih sa razvojem turizma.

Strateški cilj 3 ima dva prioritetna cilja:

- Razvoj turističke infrastrukture i
- Poticajni ambijent za razvoj turizma.

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 3, prioritetni cilj 1 – Razvoj turističke infrastrukture.

<i>Red. broj</i>	<i>Naziv projekta</i>	<i>Nosilac projekta</i>	<i>Rok</i>
3.1.1.	<i>Razvoj turističke signalizacije</i>	<i>Općina Visoko, Turistička organizacija</i>	<i>2017-2018</i>
3.1.2.	<i>Muzej savremene umjetnosti</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2019-2024</i>
3.1.3.	<i>Adrenalinski park u izletištu Ravne</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2018-2024</i>
3.1.4.	<i>Muzej srednjevjekovne Bosne</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2019-2024</i>
3.1.5.	<i>Izrada Idejnog i Glavnog projekta rješenja izložbenog prostora i izrada mobilijara za stalnu postavku</i>	<i>Općina Visoko i JU Zavičajni muzej</i>	<i>2017-2018</i>
3.1.6.	<i>Izgradnja multifunkcionalnog javnog prostora - Trg Matrakčija</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2019-2024</i>
3.1.7.	<i>Vježbanje na otvorenom - Street workout</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2018-2024</i>
3.1.8.	<i>Gradska suvenirnica</i>	<i>Općina Visoko,</i>	<i>2017-2024</i>

		<i>JU Zavičajni muzej</i>	
3.1.9.	<i>Rekonstrukcija Galerije Likum 76</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2019-2024</i>
3.1.10.	<i>Izgradnja gondole Visoko centar – Stari grad Visoki</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2020-2024</i>
3.1.11.	<i>Izgradnja pješačkih i i biciklističkih staza</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2018-2024</i>
3.1.12.	<i>Spomenici kulture u dijelu slobodnog prostora – ostrva u kružnom toku</i>	<i>JU Zavičajni muzej Visoko i Općina Visoko</i>	<i>2017-2024</i>
3.1.13.	<i>Iluminacija starog grada i izgradnja javne rasvjete</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017</i>
3.1.14.	<i>Rekonstrukcija, restauracija i iluminacija fasada</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017</i>
3.1.15.	<i>Turistički put Stari grad Visoko – Ravne</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017</i>
3.1.16.	<i>Glavni parking sa info uredom i lokacija za prihvata potencijalnih turista</i>	<i>Općina Visoko, Vi Tours, Turistička organizacija</i>	<i>2017-2018</i>
3.1.17.	<i>Park Povijest Bosne</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017-2024</i>
3.1.18.	<i>Stabla prijateljstva</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017-2024</i>
3.1.19.	<i>Trg KSC Mladost</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2019-2024</i>
3.1.20.	<i>Preimenovanje i rekonstrukcija prostora između ul. Doktora Džananovića i ul. Alije Izetbegovića – Trg</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2019-2024</i>
3.1.21.	<i>Kružni pješački most</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2020-2024</i>
3.1.22.	<i>Promocija i korištenje uličnog šaha</i>	<i>ŠK Visoko</i>	<i>2017</i>
3.1.23.	<i>Auto kamp</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017-2018</i>
3.1.24.	<i>Kupalište Visoko</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017-2018</i>
3.1.25.	<i>Sistematsko arheološko istraživanje Stari grad Visoki</i>	<i>Općina Visoko i JU Zavičajni muzej</i>	<i>2017-23</i>
3.1.26.	<i>Revitalizacija Crkve sv. Prokopija</i>	<i>Općina Visoko i JU Zavičajni muzej</i>	<i>2017-24</i>
3.1.27.	<i>Nastavak arheoloških iskopavanja na lokalitetu Mili – Arnautovići</i>	<i>Općina Visoko i JU Zavičajni muzej u saradnji sa stručnim saradnicima</i>	<i>2018-21</i>
3.1.28.	<i>Sistematsko arheološko istraživanje na lokalitetu Čajograd</i>	<i>Općina Visoko i JU Zavičajni muzej u saradnji sa stručnim saradnicima</i>	<i>2017-21</i>
3.1.29.	<i>Muzej kožarstva</i>	<i>JU Zavičajni muzej, Udruženje</i>	<i>2017-2018</i>

		<i>proizvođača i prerađivača kože i krzna u Visokom, Općina Visoko</i>	
3.1.30.	<i>Uređenje, obnova i restauracija stare kuće u bosanskom stilu u svrhu turističke prezentacije kao dependansa muzeja</i>	<i>Općina Visoko i JU Zavičajni muzej</i>	<i>2017-2018</i>
3.1.31.	<i>Izgradnja i uređenje javnog prostora – Kraljevačko ćošće</i>	<i>Općina Visoko, Setup</i>	<i>2018-2024</i>
3.1.32.	<i>Postavljanje ploča na nacionalne spomenike</i>	<i>Općina Visoko, Damar omladine, Zavičajni muzej</i>	<i>2017-2019</i>

U nastavku je data okvirna lista projekata vezanih za strateški cilj 3, prioritetni cilj 2 – Poticajni ambijent za razvoj turizma.

<i>Red. broj</i>	<i>Naziv projekta</i>	<i>Nosilac projekta</i>	<i>Rok</i>
3.2.1.	<i>Sigurnost turista na području općine Visoko</i>	<i>MUP, Općina Visoko i Fondacija Arheološki park: Bosanska piramida sunca</i>	<i>2017-2024</i>
3.2.2.	<i>Izrada turističkog vodiča, i priručnika za slijepu i gluhojeme osobe</i>	<i>USOV</i>	<i>2017-2024</i>
3.2.3.	<i>Razvoj srednjoškolskih programa edukacije u turizmu</i>	<i>Općina Visoko, Ministarstvo obrazovanja, nauke, kulture i sporta ZDK, MSŠ Hazim Šabanović</i>	<i>2018-2024</i>
3.2.4.	<i>Uspostavljanje sistema cjeloživotne edukacije zaposlenih u turizmu</i>	<i>Općina Visoko, Turistička organizacija</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
3.2.5.	<i>Unapređenje rada inspeksijskih službi u cilju suzbijanja sive ekonomije</i>	<i>Općina Visoko, Kantonalna uprava za inspeksijske poslove ZDK</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
3.2.6.	<i>Pružanje podrške razvoju turističkih biznisa</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
3.2.7.	<i>Kreiranje kataloga investicija u turističke projekte i programa javno-privatnog partnerstva – hoteli, resorti, mali porodični hoteli i pansioni, hosteli, kampovi, domaćinstva, novostvorene atrakcije, ostala infrastruktura</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2018, kontinuirano</i>
3.2.8.	<i>Podrška osnivanju start-up biznisa</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017,</i>

			<i>kontinuirano</i>
3.2.9.	<i>Uspostavljanje turističke nagrade za najbolje turističke biznise i turističke radnike</i>	<i>Općina Visoko, Turistička organizacija</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
3.2.10.	<i>Stimulisanje očuvanja i razvoja starih zanata</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2017, kontinuirano</i>
3.2.11.	<i>Kampanje usmjerene ka lokalnom stanovništvu i programi edukacije lokalnog stanovništva u vezi razvoja turizma</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2018, kontinuirano</i>
3.2.12.	<i>Stimulisanje i subvencioniranje unapređenja kategorija i proširenja kapaciteta smještajnih objekata, izgradnje deficitarnih sadržaja, itd</i>	<i>Općina Visoko</i>	<i>2019, kontinuirano</i>