

STRATEGIJA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA OPĆINE STARI GRAD
2018-2022

N A C R T

Sarajevo, decembar 2017. godine

Nosilac izrade: Sektor za lokalni razvoj, Općina Stari Grad

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

Učesnici sastanaka i radionica:

1. Abdulah Hodžić
2. Adi Trako, Abeille d.o.o.
3. Admira Kadić, Sektor za lokalni razvoj općine Stari Grad
4. Adnan Resić, Garni Hotel Konak
5. Adnan Žiško, Muzej Alije Izetbegović
6. Aida Rustanović, JU Srednja muzička škola
7. Aida Vežić, Fondacija kulturno nasljeđe bez granica
8. Ahmet Salihović
9. Ajla Husić, Zavod za planiranje KS
10. Alija Čengić, Restoran Park prinčeva
11. Alma Bahtanović, KJKP PARK
12. Almedina Porča, Sektor za odnose s javnošću općine Stari Grad
13. Amar Trbović, Caffè club Downtown
14. Amar Mehić, Caffè club Murphys Pub
15. Amel Pirović, Pizzeria Terazza
16. Amina Krvavac, Muzej ratnog djetinjstva
17. Ana Korać Ristovski, Slastičarna Egipat
18. Andrej Dizdarević, Služba za obrazovanje, kulturu i sport općine Stari Grad
19. Arijana Hadžimerović, Komisija za obrazovanje i kulturno nasljeđe
20. Armis Mašić, Art kuća sevdaha
21. Avdija Kubura, JU Muzej Sarajeva
22. Avdo Salihović
23. Avdo Vatrić, KJKP GRAS
24. Behudin Rovčanin, JU Srednja škola za tekstil, kožu i dizajn
25. Boris Kožemjakin, Jevrejska zajednica BiH
26. Branka Sovrlić Pašić, Bosanska kuća
27. Dajana Pilindović, Hotel Central Sarajevo
28. Damir Drinčić, Sektor za lokalni razvoj općine Stari Grad
29. Danijela Bošnjak, Alterural
30. Daut Bašović, Hotel Saraj
31. Dino Mujkić, Sarajevo susret kultura
32. Denis Stojnić, Caffè club City Lounge
33. Dragana Selmanović, Centar za okolišni održivi razvoj
34. Džana Torlaković, Caffè bar Giannini
35. Dževad Mujan, Sarajevo film festival
36. Dževad Pleh, Gazi Husrev-begova medresa
37. Đenan Nezirović, Caffè slastičarna Ramis
38. Edin Kazaz
39. Edna Gurda, Hotel Aziza
40. Edo Numankadić, Olimpijski muzej
41. Ehlimana Delalić, Klub sur Kiborg
42. Eldin Sprečo
43. Eli Tauber, Udruženje Hagada
44. Elma Čeligija, Hotel Villa Orient
45. Elmedin Gušić, Hotel Sokak
46. Elmedin Musić, Hostel Mak Sarajevo

47. Elvedina Busuladžić, Travel centar Sarajevo
48. Elvir Bajrić, MUP KS PU Logavina
49. Elvir Imamović, Proizvodnja sokova na tradicionalni način
50. Emina Čengić, Zavod za planiranje KS
51. Emina Kašmo, Zavod za planiranje KS
52. Emina Švrakić Tabaković, ETN doo
53. Emina Torić, Insider city tours and excursions
54. Emir Salispahić, KUD Baščaršija
55. Emir Zulum, Fast food Memo
56. Enis Hadžimujić, Hotel President
57. Ermin Selimović, Služba za investicije, plan i analizu općine Stari Grad
58. Fahrija Kolar, Studio Farah
59. Fatima Omerović, JU Srednja ugostiteljsko-turistička škola
60. Fehim Spahić, BH Spirit
61. Ferid Ganić, Medžlis Islamske zajednice Sarajevo
62. Hamdija Hasanović, Spomenički kompleks Tunel D-B
63. Haris Hodžić, Hotel Aziza
64. Haris Karahmet, Komisija za urbanizam i ekologiju
65. Haris Pamuk, Hostel Haris Youth
66. Harun Terzić, Ventura Travel Agency
67. Ibrahim Spahić, Internacionalni festival Sarajevska zima
68. Ilvana Čengić Muminović, Restoran Vidikovac
69. Indira Ćorović, TR Rino
70. Izet Ždralović, Sahadžija
71. Jana Čarkadžić, Sarajevo susret kultura
72. Jasmin Skorupan, Komisija za finansije i budžet
73. Kemal Đinalić, Hotel Logavina 8
74. Kemal Isanović, Obrtnička komora Kantona Sarajevo
75. Kimeta Katica, Hostel i Agencija Ljubučica
76. Lejla Neretljaković, OR Zlatar Neretljaković
77. Mehmed Magoda, UR Zan
78. Melisa Sefer Ličin, Muzej Sarajevske pivare
79. Mersiha Katić, Hostel Bejturan
80. Mirela Smajović, Hostel Franz Ferdinand
81. Monsinor Ante Meštrović, Vrhbosanska nadbiskupija
82. Muamer Čolić, UR Chipas
83. Muhamed Bećirović, Restoran Epicentrum
84. Muhamed Međuseljac, KJKP Rad
85. Muhammad Perviz, Galerija Isfahan
86. Naida Muminović Hota, JU Prva bošnjačka gimnazija
87. Narcisa Puljek Bubrić, Bošnjački institut
88. Nasir Jabučar, Kazandžijska radnja
89. Nedim Mašić, volonter u općini Stari Grad
90. Nermina Ljutić, Muzej zločina protiv čovječnosti i genocida 1992-1995
91. Nermina Softić, KJKP Rad
92. Neven Bratić, DVD Vratnik
93. Nevzeta Jesenković, JU Srednja škola poljoprivrede, prehrane, veterine i uslužnih djelatnosti
94. Nezir Hodžić, KJKP VIK
95. Nirela Smajović, Hod Tours d.o.o. Franz Ferdinand Hostel
96. Nudžejma Čeho, Gazi Husrev-begov muzej
97. Omar Krasnić
98. Omer Branković, Insider city tours and excursions

99. Osman Sušić, Komisija za pitanja mladih
100. Said Katica, Komisija za turizam i privredu
101. Samir Avdić, Zemaljski muzej BiH
102. Samir Bučo, BB Sport Moj Cafe
103. Sanela Muharemović, Udruženje Naš koncept
104. Sanja Tufo, Konjički klub Djeca vjetra
105. Sara Devrisme, Alterural
106. Sead Šahović, „Gravex“ d.o.o. Residence Hotel
107. Senad Beširović, Art kuća sevdaha
108. Senad Jusufbegović, Muzej zločina protiv čovječnosti i genocida 1992-1995
109. Sinan Kinal, Mr. Kunefe
110. Suad Ibrahimagić, Klub Monument
111. Subašić Elvedin, Preporod
112. Sulejman Hrgić, Kazandžijska radnja
113. Šefko Husić, Galerija Zvekir
114. Tarik Ahmedspahić, Almy Travel Sarajevo

Sadržaj

Popis pojmova.....	6
Uvod.....	7
Strateški okvir za razvoj turizma.....	8
Polazne pretpostavke za razvoj destinacije.....	8
Situaciona analiza.....	10
Turistička kretanja i statistike.....	17
Interesne grupe.....	28
Ocjena odabranih elemenata uspješnosti destinacije.....	32
SWOT analiza.....	36
Vizija i strateški ciljevi razvoja turizma.....	39
Strateški cilj 1 – Integracija i efikasno upravljanje turističkom destinacijom.....	43
Strateški cilj 2 - Razvoj atraktivnih turističkih proizvoda.....	50

[Error: Reference source not found](#)

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 skraćena 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	United Nations World Tourism Organization (UNWTO) je agencija Ujedinjenih nacija odgovorna za promociju odgovornog, održivog i univerzalno pristupačnog turizma. (Izvor: UNWTO)

Uvod

Strategija razvoja održivog turizma općine Stari Grad 2018.–2022. usmjerava razvoj i definiše prioritete u razvoju turizma na području Općine. 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 29. decembra, 2014. godine donijelo odluku o pristupanju izrade Strategije održivog razvoja turizma općine Stari Grad za period 2015.-2019. godina. Navedenom Odlukom zadužuje se općinski Načelnik da u saradnji sa Komisijom za privredni razvoj, zanatstvo i turizam, te Službom za obrazovanje, kulturu, sport i lokalni razvoj formira Radni tim za izradu Strategije. Proces je pokrenut 2017. godine, a nosilac izrade Strategije je Sektor za lokalni razvoj. Definisan je novi vremenski opseg Strategije – 2018.-2022. godina. Formirane su radne grupe za izradu Strategije koje 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 i predstavnicima radnih grupa.

Osnovu i razvojni okvir za izradu Strategije čine Strategija lokalnog razvoja općine Stari Grad Sarajevo 2014.-2018.godine i Strategija razvoja Kantona Sarajevo do 2020. godine.

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.

Na bazi zaključaka radionica moguće je definisati viziju razvoja turizma općine: „Općina Stari Grad je uređena, moderna, dinamična, sigurna i prepoznatljiva destinacija. Multikulturalnost, otvorenost i gostoljubivost naših ljudi privlači turiste iz cijelog svijeta i pruža im jedinstveni doživljaj istoka i zapada.“

Na bazi vizije definisani su sljedeći strateški ciljevi:

- SC1: Integracija i efikasno upravljanje turističkom destinacijom i
- SC2: Razvoj atraktivnih turističkih proizvoda.

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: 73 (SC1 39 i SC2 34).

Strateški okvir za razvoj turizma

Polazne pretpostavke za razvoj destinacije

Turizam je dinamična industrija sa izuzetno fragmentiranim lancem vrijednosti koja podržava ekonomiju kroz generisanje prihoda, zapošljavanje, investicije i izvoz, stimulišući tako ekonomski rast. U proteklih šest decenija, turizam konstantno raste i diverzificira se, te je jedna od najvećih i najbrže rastućih industrija u svijetu.

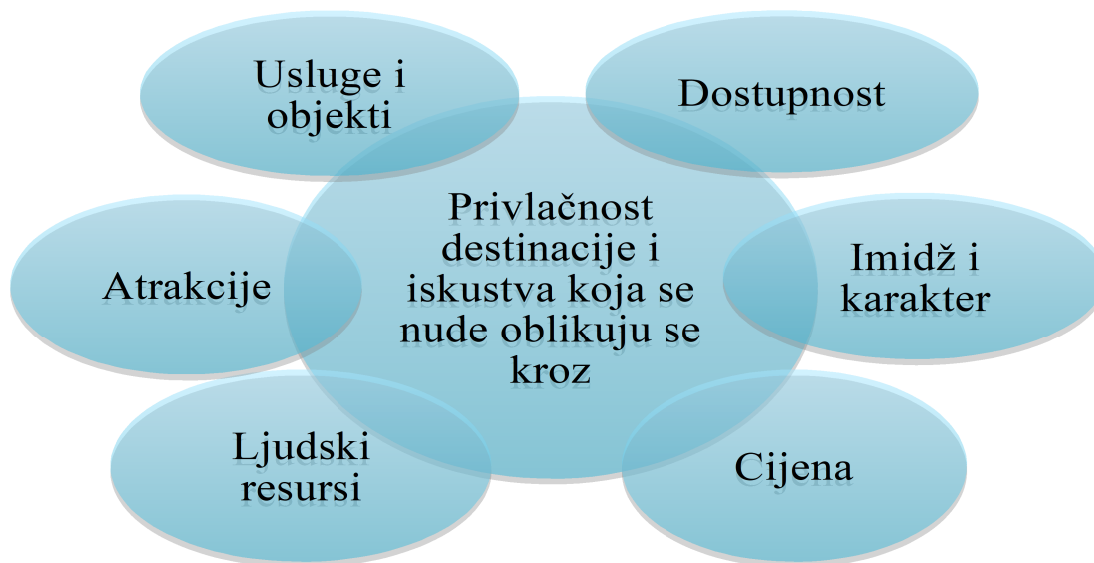
Turistička destinacija je kompleksan pojam i destinacija kao pojava zavisi od širokog spektra faktora. Prema Federalnom ministarstvu turizma i okoliša pojam destinacija potiče od latinske riječi „destinatio“, što u izvornom obliku znači odredište i cilj (odredište i odmor, cilj boravka i odmaranja u nekom prostoru).

Svjetska turistička organizacija (WTO) definiše destinaciju kao mjesto posjećeno tokom putovanja. Sa marketinškog aspekta turistička destinacija je mnogo više od geografskog područja ili mjesta. Sa aspekta turističke tražnje, turisti mogu imati različito mišljenje o destinaciji kao i o ostvarenim koristima u skladu sa društvenim statusom, kulturom i sistemom vrijednosti turista. Ukupno turističko iskustvo o destinaciji takođe uključuje zajedničku aktivnost turističkih kompanija, javnih organizacija, posrednika, itd. u kontekstu razvoja različitih turističkih aktivnosti i programa.

Destinacija je dinamičan koncept i nije trajna kategorija. Zbog toga 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. Čak i 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.

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.

Osnovne odrednice turističke destinacije se mogu sumirati na sljedeći način:

- Destinacije nude veliki broj proizvoda, iskustava i usluga objedinjenim pod brendom,
- Destinacija je (najbitnija) jedinica na kojoj se baziraju sve kompleksne dimenzije turizma,
- Destinacija je osnovna jedinica za analizu turizma,
- Destinacija je fokus razvoja i ponude turističkih proizvoda i sprovođenja politike turizma,
- Destinacije postoje u okviru širih destinacija - kontinenta, regiona, zemlje, oblasti, grada, mjesta, atrakcije, itd.,
- Proizvodi i usluge destinacije obuhvataju cjelokupni turistički lanac vrijednosti,
- Usluge u destinaciji pružaju i javni i privatni sektor koji su u velikoj mjeri međuzavisni,
- Destinacije su opipljive ali i neopipljive kategorije (imidž, identitet, karakter),
- Percepcije o destinaciji često zamagljuju stvarnost (jeftino nasuprot ekskluzivnom, bezbjedno nasuprot opasnom).

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 aktivnostima 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 pojma 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 su iskusni, 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. Očito je da masovni turizam nije cilj razvoja turizma općine Stari Grad, odnosno da se prostor za razvoj održivog turizma treba tražiti u novim trendovima i specifičnim oblicima turizma.

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 naslijeđu, prirodnim atrakcijama, itd., a koje se mogu supstituirati ponudama na drugim destinacijama.

Situaciona analiza

Socio-ekonomska analiza Općine je prikazana u tekstu Strategije lokalnog ekonomskog razvoja općine na stranicama 10-20, a dio koji se odnosi na razvoj turizma (prirodno i kulturno naslijeđe) se nalazi na stranicama 16-17 i 20-23.

Strategija razvoja Kantona Sarajevo do 2020. godine prikazuje analizu trenutne razvijenosti Kantona na stranicama 13-41, bez posebnog elaboriranja situacije u razvoju turizma.

Kako Strategija razvoja Općine navodi, općina Stari Grad obiluje kulturno-istorijskim i sakralnim objektima:

- 62 islamska sakralna objekta - 15 se nalazi na listi nacionalnih spomenika pod zaštitom države Bosne i Hercegovine,
- tri katolička sakralna objekta (Katedrala, Franjevački samostan i crkva Sv. Ante Padovanskog; Crkva Sv. Ćirila i Metoda sa sjemeništem),
- dva pravoslavna sakralna objekta (Stara pravoslavna crkva Sv. Arhangela Mihaila i Gavrila i Saborna crkva),
- dva jevrejska sakralna objekta (Stari i novi jevrejski hram; Aškenaška sinagoga),
- sedam hanova i karavan saraja (Morića han, Gazi Husrev-begov tašlihan (ostaci), Skender pašin karavan-Saraj; Kemal-begov karavan-Saraj, Hadži Beširov, Pehlivanov i Despića han),
- Gazi Husrev-begov hamam, Firuz – begov hamam (ostaci),
- Muzeji (Muzej Sarajeva, Brusa bezistan, Muzej Sarajevo 1878-1918, Svrzina kuća, Despića kuća, Muzej ratnog djetinjstva, Muzej zločina protiv čovječnosti 1992-1995, Muzej Sarajevske pivare, Muzej Stare pravoslavne crkve, Muzej Alija Izetbegović, Muzej književnosti i pozorišne umjetnosti BiH, Muzej Jevreja, Art kuća sevdaha),
- Sahat-kula,
- dva bezistana (Gazi Husrev-begov i Brusa bezistan),
- Daire,
- Gazi Husrev-begova biblioteka,
- šest mostova (Kozja ćuprija, Šeher Ćehajina ćuprija, Carev most, Latinska ćuprija, Ćumurija most, Drvenija most),
- stambeni objekti (kuća Alije Đerzeleza, Svrzina kuća, Despića kuća, Saburina kuća),
- javni objekti (Vijećnica),
- Bijela i Žuta tabija;
- Kapi-kule (Ploča, Širokac i Višegradska kapija),
- Drugo:
 - Konak,
 - Jajce kasarna
 - Bošnjački institut,
 - Kulturno – ekonomsko naslijeđe: Stara banja i Elektrana na Hridu,
 - Značajne ličnosti i njihova djela.

Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika je u skladu sa odredbama Aneksa 8. Općeg okvirnog sporazuma za mir u BiH, primjenjujući kriterije za proglašenje dobara nacionalnim spomenicima, donijela odluke o proglašenju nacionalnim spomenicima na području općine Stari Grad:

Redni broj	Vrsta	Naziv	Broj Glasnika
1	Historijski spomenik	Kozja ćuprija	90/06
2	Historijska građevina	Latinska ćuprija	14/05
3	Arheološko područje	Tašlihan	100/07
4	Graditeljska cjelina	Čekrekčijina džamija	84/05
5	Graditeljska cjelina	Careva džamija	63/06
6	Stambena graditeljska cjelina	Kompleks Svrzine kuće	02/06
7	Arheološko područje	At mejdan	29/06
8	Historijski spomenik	Šeher Ćehajina ćuprija	02/06
9	Historijska građevina	Katedrala	02/06
10	Graditeljska cjelina	Stari grad Vratnik	20/08
11	Historijska građevina	Despića kuća	99/06
12	Prirodno graditeljska cjelina	Isa begova zavija	29/05
13	Graditeljska cjelina	Bijela džamija	29/05
14	Graditeljska cjelina	Hadžijska džamija	78/05
15	Grobljanska cjelina	Alifakovac	12/06

16	Historijska građevina	Stari jevrejski hram	33/04
17	Graditeljska cjelina	Ferhadija džamija	84/05
18	Graditeljska cjelina	Kuća Alije Đerzeleza	82/07
19	Historijski spomenik	Oficirska kasarna	97/07
20	Historijska građevina	Saburina kuća	88/07
21	Graditeljska cjelina	Brusa bezistan	18/07 i 90/07
22	Historijska građevina	Saborna crkva presvete Bogorodice	18/07
23	Historijska građevina	Zgrada željezničke stanice Bistrik	18/07
24	Historijski spomenik	Aškenazi hram	53/08
25	Historijski spomenik	Sahat kula	99/06
26	Historijska građevina	Baščašijska džamija	42/07
27	Graditeljska cjelina	Gazi Husrev-begov bezistan sa dućanima	18/07 i 90/07
28	Graditeljska cjelina	Gazi Husrev-begova medresa sa mjestom i ostacima hanikaha	42/07
29	Gradska cjelina	Stara pravoslavna crkva	53/08
30	Historijska građevina	Gradska vijećnica	88/07
31	Historijska građevina	Pravoslavna mitropolija zajedno sa pokretnim naslijeđem	42/07
32	Graditeljska cjelina	Gazi Husrev-begova džamija	105/06
33	Graditeljska cjelina	Franjevački samostan i crkva sv. Ante	88/07
34	Graditeljska cjelina	Hastahana (zgrada Vakufske džamije)	03/08
35	Graditeljska cjelina	Staro groblje na Kovačima	42/07
36	Graditeljska cjelina	Hadžimuratovića daire	03/08
37	Ambijentalna cjelina	Hadži Sinanova tekija	97/07
38	Graditeljska cjelina	Konak zajedno sa pokretnim naslijeđem	19/08
39	Graditeljska cjelina	Hotel Stari Grad i stambeni objekat Kadić	94/09
40	Mjesto i ostaci historijske građevine	Firuz begov hamam	100/08
41	Historijski spomenik	Gradska tržnica Markale	75/08
42	Prirодно i historijsko područje	Nekropole sa stećcima i nišanima Grčko groblje/Svatovsko groblje (Donji Močići)	54/09
43	Historijska građevina	Palata Ješue D. Saloma	32/09
44	Stambena graditeljska cjelina	Hadžišabanovića kuća	20/08
45	Historijska građevina	Zgrada SK-PD Prosvjeta	79/09
46	Graditeljska cjelina	Kompleks vila iz AU perioda u Petrakijinoj ulici	55/09
47	Historijski spomenik	Careva ćuprija	36/09
48	Grupa objekata	Gazi Husrev-begov vakuf	94/09
49	Graditeljska cjelina	Jajce kasarna	94/09
50	Ambijentalna cjelina	Kazandžiluk, Male Daire i Luledžina ulica	25/11
51	Historijska građevina	Muzička akademija	94/09
52	Industrijska graditeljska cjelina	Električne centrale na Dudinom hridu	47. sjednica
53	Historijska građevina	Banka na obali	47. sjednica
54	Historijska građevina	Ženska gimnazija	69/12
55	Historijska građevina	Abdesthana/Šejh Feruhova džamija sa grobljem i česmom	77/11 i 85/11
56	Stambena graditeljska cjelina	Rodna kuća Vladislava Skarića	14/12
57	Historijska građevina	Vila Stefanija	94/09
58	Historijsko područje	Nekropola sa stećcima u Faletićima	74/12
59	Historijska građevina	Poslovni objekat vakufa Čokadži Sulejmana	17/12
60	Historijska građevina	Miščina džamija	43/13
61	Graditeljska cjelina	Crkva i seminar Vrhbosanske bogoslovije	Privremena lista nacionalnih spomenika (33/02)

62	Graditeljska cjelina	Sarajevska pivara	Privremena lista nacionalnih spomenika (33/02)
63	Graditeljska cjelina	Kekeki-Sinanova džamija	Privremena lista nacionalnih spomenika (33/02)
64	Historijska građevina	Muzej mlade Bosne	Privremena lista nacionalnih spomenika (33/02)
65	Graditeljska cjelina	Šerijatska sudačka škola	Privremena lista nacionalnih spomenika (33/02)
66	Graditeljska cjelina	Tabački mesdžid/Hadži Osmanov mesdžid	42/14
67	Graditeljska cjelina	Sebilj česma	Privremena lista nacionalnih spomenika (33/02)

Izvor: http://starigrad.ba/userfiles/file/dokumenti/Nacionalni_spomenici.pdf

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

I pored činjenice da na području općine postoji značajno kulturno-istorijsko i prirodno naslijeđe, što može biti jedan od oslonaca ukupnog razvoja turizma, činjenica je da se ovaj potencijal ne valorizuje dovoljno i skoro svi problemi sa kojima se suočava turizam u BiH se reflektuju i na razvoj turizma u općini. Situaciju u razvoju turizma u BiH najbolje opisuje T&T (Travel & Tourism) indeks Svjetskog ekonomskog foruma. BiH je na 113. mjestu od 134 zemlje u 2017. godini, sa sljedećim parametrima:

- 108. mjesto – međunarodna otvorenost,
- 111. mjesto – turizam kao prioritet,
- 100. mjesto – razvoj ljudskih resursa i tržišta rada,
- 76. mjesto – sigurnost,
- 127. mjesto – poslovno okruženje,
- 110. mjesto – cjenovna konkurentnost,
- 94. mjesto – okolinska održivost,
- 123. mjesto – infrastruktura avio transporta,
- 106. mjesto – zemaljska i lučka infrastruktura,
- 78. mjesto – infrastruktura turističkih usluga,
- 134. mjesto – prirodni resursi i
- 102. mjesto – kulturni resursi i poslovna putovanja.

BiH zaostaje za zemljama regije – Hrvatska 36., Slovenija 41., Crna Gora 72., Makedonija 89., Srbija 95. i Albanija 98. mjesto.

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

- Poboljšanje i unapređenje uslova življenja i standarda građana:
 - Nadgradnja i unapređenje komunalne infrastrukture,
 - Unapređenje obrazovnog procesa, kulturnih i sportskih sadržaja i infrastrukture,
 - Unapređenje mjera za energetske efikasnost,
 - Unapređenje sistema socijalne zaštite,
 - Zaštita čovjekove okoline,
- Poboljšanje i diverzifikacija privrednih aktivnosti preko privlačenja novih biznisa i investicija:

- Promocija potencijala za investiranje u Općinu,
- Promocija i proširenje turističke ponude, zanatskih proizvoda i suvenira,
- Razvoj, unapređenje i promocija ruralnih sredina,
- Povećanje zaposlenosti:
 - Promocija raspoloživih programa sufinansiranja privrednika u svrhu zapošljavanja,
 - Edukacija građana za samozapošljavanje,
 - Podrška talentovanim i nadarenim stanovnicima,
- Jačanje komunikacije s građanima, osnaživanje međuopćinske i regionalne saradnje, međunarodni programi i donatori:
 - Osnaživanje međuopćinske i regionalne saradnje kroz realizaciju zajedničkih projekata,
 - Jačanje kapaciteta za saradnju sa organizacijama civilnog društva,
 - Jačanje općinskih kapaciteta za pripremu i realizaciju projekata prema međunarodnim programima i donatorima.

Turizam je direktno nominiran kao prioritet razvoja u okviru strateškog cilja 2, mada je razvoj turizma indirektno povezan i sa drugim strateškim ciljevima i prioritetima općine s obzirom na njegovu integrativnu prirodu.

Izazov koji se postavlja pred kreatore lokalne turističke politike se 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.

Stoga strategija razvoja Općine na bazi socio-ekonomske analize i turističko-resursne osnove definiše dva pravca djelovanja u turizmu:

- kreiranje novih turističkih usluga: pješačke staze, turistička ponuda za kulturno-istorijske objekte, multietnička duhovna kultura grada Sarajeva, planinarski putevi, gastronomska ponuda, eko staze i šetnice, vikend ponude, ruralni turizam, itd.,
- promocija postojeće turističke ponude – privlačenje turista i raznovrsnost ponude za veću potrošnju turista.

Strategija u vezi s tim ocjenjuje sljedeće mikrolokacije izuzetno važnim za razvoj turizma:

- Stara gradska jezgra,
- Bistrik,
- Vratnik,
- Trebević/Vidikovac,
- Kanjon Miljacke,
- Donje Biosko,
- Barice,
- Faletići/Mošćanica i
- Skakavac.

Strategija prepoznaje i potrebu za investicijama u dvije oblasti:

- Infrastruktura:
 - Saobraćajna (lokalni i regionalni putevi), telekomunikacijska i komunalna (vodovod, kanalizacija, javne površine),

- Sportska (sportske sale), kulturna (restauracija, obnova i održavanje kulturno-istorijskih, sakralnih objekata, pozorišta i domova kulture) i obrazovna (renoviranje osnovnih škola i predškolskih ustanova),
- Turistička (signalizacija Bašćaršije, unapređenje turističke signalizacije na cijelom području općine, turistički info punktovi, izgradnja i mapiranje planinskih puteva i sl.)
- Institucionalna (poboljšanje uslova za rad općinske administracije) i privredna (centar za podršku MSP, kuća starih zanata i sl.),
- Energetska (uvođenje mjera za energetska efikasnost i obnovljivih izvora energije)
- Infrastruktura za zaštitu životne okoline (stanice za prečišćavanje rijeke Miljacke).
- Ljudski resursi:
 - Znanje za samozapošljavanje, preduzetništvo, marketing, menadžment, finansije, brendiranje općine, rukovođenje projektima,
 - Kreiranje novih proizvoda i usluga u zanatstvu, turizmu, prehrani, poljoprivredi,
 - Primjena novih tehnologija za IT komunikacije, kompjuterski programi (GIS za prostorno i urbanističko planiranje), proizvodnja poljoprivrednih proizvoda, turizam (web promocija i prodaja),
 - Obuka za primjenu novih tehnologija (praktična znanja - alati za korištenje znanja i tehnologija, planiranje rezultata rada i sl.),
 - Otvaranje novih tržišta (umrežavanje, sajmovi za hranu i zanatske proizvode, komunikacija s ciljnim grupama, isporuka proizvoda i usluga),

Strategija razvoja Kantona Sarajevo do 2020. godine identifikuje turizam kao razvojni sektor za inostrana tržišta u okviru strateškog cilja 1 – Poboljšati administrativni poslovni ambijent za ubrzan ekonomski rast i unaprijediti ekonomsku strukturu radi povećanja izvoza roba i usluga. Prioritetni cilj 3 u okviru ovog strateškog cilja se odnosi na povećanje konkurentnosti turističke destinacije Kantona Sarajevo. Broj dolazaka turista u Kantonu Sarajevo bi se do 2020. godine trebao povećati na 450.000, a broj noćenja na 950.000. Interesantno je primjetiti da Strategija ne predviđa produženje dužine boravka turista i da će ostati na istom nivou (prosječno dva dana).

U okviru prioritetnog cilja Povećanje konkurentnosti turističke destinacije Sarajevo definisane su sljedeće mjere i projekti:

Mjera	Projekti
Uspostavljanje okvira za razvoj turizma KS	<ul style="list-style-type: none"> ● Donošenje i implementacija Zakona o turizmu ● Izrada sveobuhvatnog pregleda stanja turističkih atrakcija i Strategije razvoja turizma KS, sa uključenim akcionim planovima za sve oblike turizma, uz definiranje tipskih turističkih proizvoda ● Uspostavljanje sistema za registraciju turista ● Jačanje udruženja u sektoru turizma
Uspostavljanje turističkog lanca vrijednosti i sistemska promocija turističke ponude KS	<ul style="list-style-type: none"> ● Jačanje kapaciteta u turizmu i uvođenje programa cjeloživotnog učenja za turistički sektor ● Rebrandiranje jedinstvene turističke destinacije Kantona Sarajevo i promocija prirodnih i kulturno-istorijskih potencijala ● Kreiranje turističke ture i turističkog web portala i mobilne aplikacije za promociju svih vidova turizma u KS ● Podrška festivalskim manifestacijama u KS
Unapređenje infrastrukture za turizam	<ul style="list-style-type: none"> ● Unapređenje infrastrukture za turiste na Aerodromu Sarajevo ● Postavljanje turističke signalizacije ● Implementacija projekta Trebevičke žičare i održivog razvoja

	<p>Zaštićenog područja Trebević</p> <ul style="list-style-type: none"> • Izrada Studije za uvođenje vertikalnog transporta i kosih liftova za brdska područja • Izrada i postavljanje turističkih saobraćajnih mapa na stranim jezicima sa autobuskim, željezničkim i tramvajskim redom vožnje, u svim hotelima, prevoznim sredstvima, atraktivnim mjestima i putničkim agencijama • Povećanje standarda, kvaliteta i dodatne ponude i usluga
Valorizacija prirodne turističko resursne osnove	<ul style="list-style-type: none"> • Uređenje i održavanje izletišta i drugih turistički atraktivnih cjelina • Izgradnja kompleksa Podlipnik za valorizaciju prirodnih resursa • Izgradnja turističkog kompleksa Priječko polje (integrisani turistički grad "Buroj Ozone" Bjelašnica) • Uređenje lokacije Faletići na izvoru Mošćanice • Poboljšanje turističko resursne osnove Olimpijskih planina Igmana i Bjelašnice (ZOI'84)
Unapređenje ponude posebnih oblika turizma na području KS	<ul style="list-style-type: none"> • Davanje podrške u obnovi i aktiviranju planinarskih domova te prenamjeni napuštenih objekata • Poticanje obnove građevinske i druge kulturne baštine • Podrška izgradnji infrastrukture i opreme za špilje, penjanje uz stijene, vidikovce, adrenalinske parkove, golf terene, biciklističke staze i sl. • Podrška promociji i razvoju vjerskog, sajamskog i kongresnog turizma • Podrška za modernizaciju banjskih lječilišta i razvoj wellness centara

Prethodni prikaz pokazuje da su razvojni turistički ciljevi Kantona Sarajevo i općine Stari Grad kompatibilni i da će Općina kroz implementaciju ovih projekata u značajnoj mjeri riješiti izazove koji se postavljaju pred nju. Određene aktivnosti prevazilaze kapacitete i nadležnosti Općine, te se kroz djelovanje sa drugim općinama i Kantonom Sarajevo mogu zajednički i efikasno riješiti, kao što su npr. postavljanje turističke signalizacije, jačanje strukovnih udruženja, uspostavljanje sistema za registraciju turista, podrška festivalskim manifestacijama, itd.

Na bazi nalaza radionica, osnova za razvoj konkurentskih prednosti u turizmu Općine su:

- važnost i uloga glavnog grada,
- Kanton Sarajevo generiše oko 50% dolazaka i noćenja turista u Federaciji BiH,
- geografski položaj,
- dobra povezanost sa drugim gradovima i regijama,
- blizina velikih emitivnih tržišta,
- ugodna klima,
- jedinstveno kulturno-istorijsko naslijeđe i nacionalni spomenici, odnosno materijalna i nematerijalna kulturna baština,
- izvanredni, još visoko očuvani prirodni resursi,
- poznatost grada Sarajeva u regiji,
- Bačaršija kao posebna atrakcija i simbol,
- gostoljubivost stanovništva,
- mogućnost razvoja specifičnih oblika turizma za određene ciljne grupe,

- razvoj preduzetničkih aktivnosti,
- rast broja dolazaka turista,
- zanati,
- događaji i manifestacije (Sarajevo film festival, Sarajevska zima, itd.),
- komplementarna ponuda drugih općina i drugih mjesta u okolini (banje, zdravstveni turizam, kongresni turizam, zimski turizam, planinski turizam, eko turizam, itd.),
- UNESCO lista.

Kao nedostaci su, između ostalog, navedeni:

- turistička infrastruktura kvalitetom u ozbiljnoj mjeri nije na nivou očekivanja turista, kao ni saobraćajna i komunalna,
- uređenost destinacije,
- siva ekonomija,
- sezonalnost,
- prosječno zadržavanje turista je vrlo kratko,
- upravljanje destinacijom,
- postojeći sistem ne može se pratiti sa stajališta službene statistike obzirom na veliki broj neprijavljenih noćenja,
- promocija destinacije ne zadovoljava potrebe,
- brojnost i mogućnost razvoja kadrova u turizmu i njihovih znanja kadrova u turizmu,
- nedovoljna razvijenost i odumiranje zanata,
- kvalitet ukupne turističke ponude je na nižem nivou od objektivno mogućih.

Postoji namjera na nivou Grada Sarajevo da se pokrene inicijativa za stavljanje Sarajeva na tentativnu listu UNESCO-a što bi značajno doprinijelo promociji i razvoju brenda Sarajevo i razvoju turizma. Tokom oktobra 2017. godine Hagada i Rukopisna zbirka Gazi Husrev-begove biblioteke su na Generalnoj skupštini UNESCO-a upisani u Registar Memorija svijeta, posvećen pokretnoj svjetskoj kulturnoj baštini.

Turistička kretanja i statistike

U nastavku će biti prikazani statistički podaci o broju dolazaka i broju noćenja turista. Ove podatke treba uzeti sa rezervom zbog prisustva sive ekonomije u turizmu i neevidentiranja turista zbog izbjegavanja plaćanja boravišne takse, ali podaci se mogu smatrati dovoljno pouzdanim za ilustraciju trendova u turizmu. U svakom slučaju, pretpostavka je da je broj dolazaka turista sigurno značajno veći, ali da broj noćenja nije značajno duži.

Prema podacima Agencije za statistiku BiH tokom 2016. godine turisti su u BiH ostvarili 1,148.530 posjeta, što je više za 11,6% i 2,376.743 noćenja, što je više za 10,9% u odnosu na 2015. godinu. Broj noćenja domaćih turista bio je viši za 2,5%, dok je broj noćenja stranih turista viši za 15,1% u odnosu na 2015. godinu. U ukupno ostvarenom broju noćenja učešće domaćih turista je 30,9%, dok je 69,1% učešće stranih turista.

U strukturi noćenja stranih turista u 2016. godini najviše noćenja ostvarili su turisti iz Hrvatske (11,9%), Srbije (8,4%), Turske (8,1%), Italije (6,5%), Slovenije (6,0%), Poljske (4,1%) i Njemačke (4,0%) što čini ukupno 49% noćenja.

Po dužini boravka u BiH tokom 2016. godine na prvom mjestu je Malta sa prosječnim zadržavanjem od 5,5 noći, zatim Južnoafrička Republika sa 3,9 noći, Irska sa 3,5 noći, te Litvanija i Kuvajt sa po 3,4 noći. Prema vrsti smještajnog objekta najveći broj noćenja ostvaren je u okviru djelatnosti „Hoteli i sličan smještaj“ sa učešćem od 92,4%.

Tokom 2017. godine (januar-septembar) turisti su ostvarili 1,025.975 posjeta, što je više za 13,7% i 2,136.036 noćenja, što je više za 12,6% u odnosu na isti period 2016. godine.

U strukturi noćenja tokom 2017. godine učešće domaćih turista je 27,2% dok je 72,8% učešće stranih turista. Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Hrvatske (10,2%), Srbije (7,7%), Turske (7,6%), Ujedinjenih Arapskih Emirata i Italije sa po (5,8%), Poljske (5,6%), Slovenije (4,7%) i Njemačke (3,9%), što je ukupno 51,3 %. Broj noćenja domaćih turista viši je za 4%, dok je broj noćenja stranih turista viši za 16,1% u odnosu na isti period 2016. godine.

Po dužini boravka u BiH tokom 2017. godine na prvom mjestu je opet Malta sa prosječnim zadržavanjem od 6,1 noć, zatim Kuvajt sa 3,7 noći, Irska sa 3,5 noći, Katar sa 3,4 noći, Francuska i Iran sa po 3,2 noći, Rumunija sa 3,1 noć i Ujedinjeni Arapski Emirati sa 3 noći. Prema vrsti smještajnog objekta najveći broj noćenja ostvaren je u okviru djelatnosti „Hoteli i sličan smještaj“ sa učešćem od 92,2%.

Očit je trend rasta dolazaka turista u BiH, sa izraženim rastom dolazaka stranih turista, a posebno iz zemalja regije, zemalja Zaliva (visoke stope rasta od 2015. godine), te Turske, Italije, Njemačke, Poljske i drugih zemalja. I broj dolazaka turista u Federaciju BiH bilježi kontinuiran rast što se vidi iz naredne tabele.

Tabela – Broj dolazaka turista u FBiH, 1999.-2015. godina, u 000

Godina	Dolasci ukupno	Indeks	Dolasci	Indeks	Dolasci	Indeks
		1999=100	strani	1999=100	domaći	1999=100
1999	199	100	89	100	110	100
2000	221	111	108	121	113	103
2001	186	93	90	101	96	87
2002	215	108	104	117	111	101
2003	228	115	116	130	112	102
2004	258	130	136	153	122	111
2005	274	138	158	178	116	105
2006	294	148	177	199	117	106
2007	347	174	209	235	138	125
2008	355	178	213	239	142	129
2009	333	167	211	237	122	111
2010	407	205	265	298	142	129
2011	436	219	290	326	146	133
2012	496	249	332	373	164	149
2013	577	290	411	462	166	151
2014	576	289	413	464	163	148
2015	720	362	535	601	185	168

Izvor: Federalni zavod za statistiku (2016)

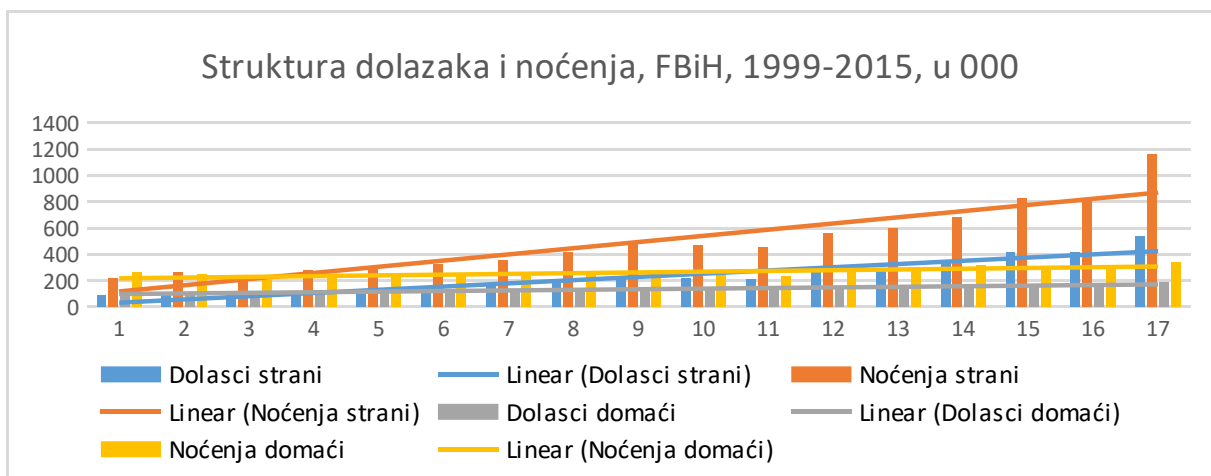
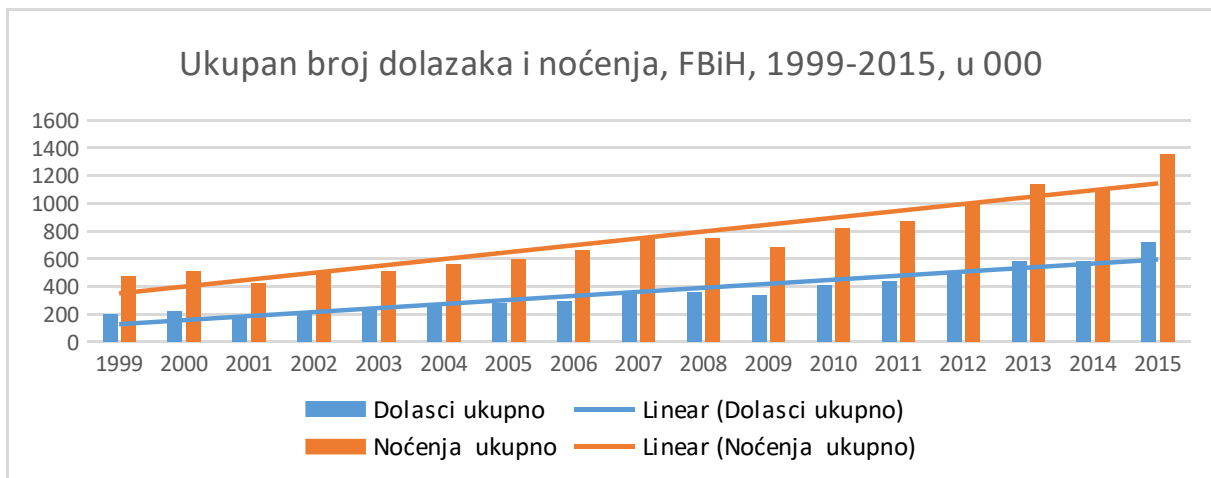
Broj dolazaka turista prati i rast broja noćenja, ali sa izraženo kratkim boravkom (u prosjeku dva dana), što ne daje priliku za punu valorizaciju turističkih potencijala.

Tabela – Broj noćenja u FBiH, 1999.-2015. godina, u 000

Godina	Noćenja	Indeks	Noćenja	Indeks	Noćenja domaći	Indeks	Prosječno zadržavanje
	Ukupno	1999=100	strani	1999=100		1999=100	
1999	474	100	214	100	260	100	2,4
2000	511	108	263	123	248	95	2,3
2001	421	89	222	104	199	77	2,3
2002	506	107	275	129	231	89	2,4
2003	509	107	286	134	223	86	2,2
2004	562	119	321	150	241	93	2,2
2005	596	126	351	164	245	94	2,2
2006	661	139	417	195	244	94	2,2
2007	751	158	478	223	273	105	2,2
2008	744	157	469	219	275	106	2,1
2009	684	144	453	212	231	89	2,1
2010	819	173	557	260	262	101	2,0
2011	870	184	600	280	270	104	2,0
2012	998	211	678	317	320	123	2,0
2013	1.135	239	826	386	309	119	2,0
2014	1.095	231	803	375	292	112	1,9
2015	1.351	285	1.158	541	340	131	1,9

Izvor: Federalni zavod za statistiku (2016)

Iz navedenih prikaza, očito je da broj dolazaka i noćenja stranih turista raste po značajno većoj stopi od dolazaka i noćenja domaćih turista.



Situacija u Kantonu Sarajevo je slična ukupnoj situaciji u turizmu Federacije BiH, odnosno u periodu 1999. – 2015. godina raste i broj dolazaka i broj noćenja turista uz izuzetno kratko zadržavanje turista.

Tabela – Broj dolazaka turista u KS, 1999.-2015. godina, u 000

Godina	Dolasci ukupno	Indeks	Dolasci	Indeks	Dolasci	Indeks
		1999=100	strani	1999=100	domaći	1999=100
1999	60	100	45	100	15	100
2000	75	125	54	120	22	147
2001	73	122	50	111	22	147
2002	80	133	55	122	25	167
2003	94	157	65	144	29	193
2004	105	175	72	160	33	220
2005	116	193	82	182	34	227
2006	130	217	95	211	35	233

2007	167	278	123	273	44	293
2008	166	277	122	271	44	293
2009	171	285	128	284	43	287
2010	205	342	161	358	44	293
2011	226	377	178	396	48	320
2012	269	448	212	471	57	380
2013	318	530	266	591	52	347
2014	301	502	253	562	48	320
2015	364	607	308	684	56	373

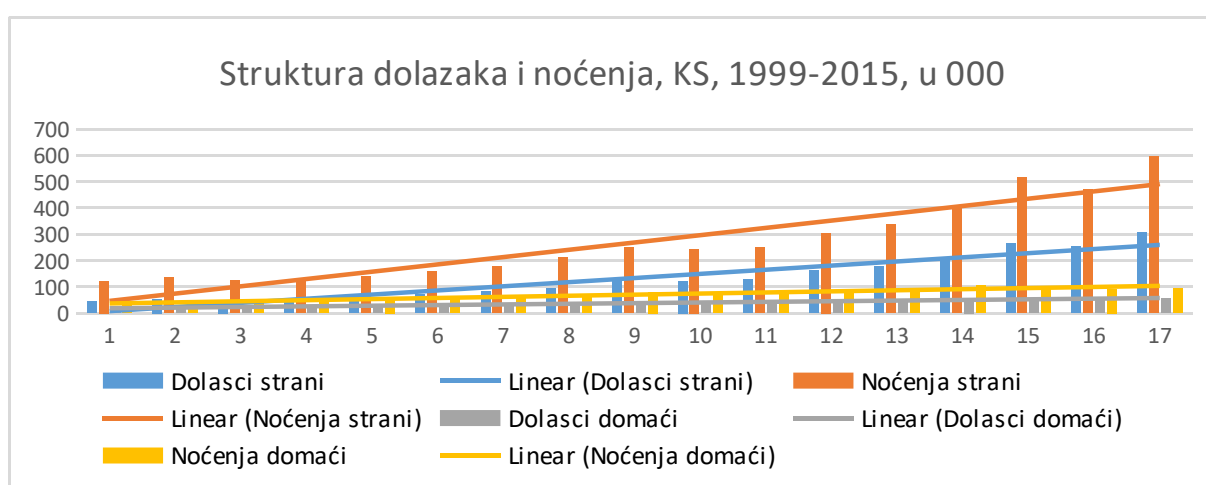
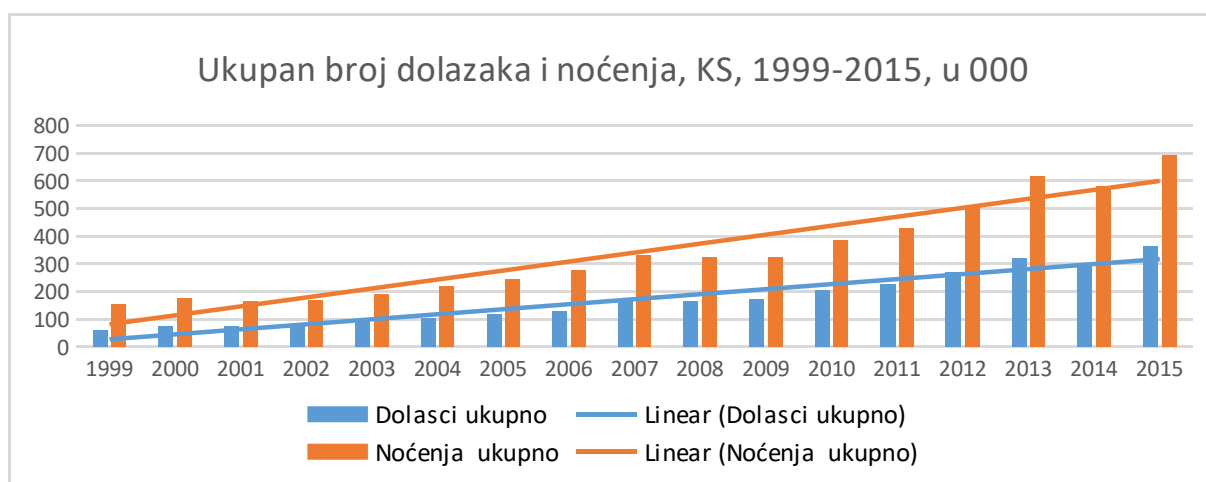
Izvor: Federalni zavod za statistiku (2016)

Tabela – Broj noćenja u KS, 1999.-2015. godina, u 000

Godina	Noćenja	Indeks	Noćenja	Indeks	Noćenja	Indeks	Prosječno zadržavanje
	ukupno	1999=100	strani	1999=100	domaći	1999=100	
1999	155	100	122	100	33	100	2,6
2000	176	114	134	110	42	127	2,3
2001	165	106	123	101	42	127	2,3
2002	169	109	124	102	45	136	2,1
2003	189	122	139	114	50	152	2,0
2004	220	142	158	130	62	188	2,1
2005	245	158	178	146	67	203	2,1
2006	277	179	210	172	67	203	2,1
2007	332	214	251	206	81	245	2,0
2008	324	209	244	200	80	242	2,0
2009	325	210	249	204	76	230	1,9
2010	385	248	305	250	80	242	1,9
2011	427	275	338	277	89	270	1,9
2012	511	330	408	334	103	312	1,9
2013	617	398	516	423	101	306	1,9
2014	580	374	469	384	91	276	1,9
2015	691	446	597	489	94	285	1,9

Izvor: Federalni zavod za statistiku (2016)

Očito je da Kanton Sarajevo generiše oko 50% dolazaka i 50% noćenja turista Federacije BiH, što je izuzetna razvojna šansa za Općinu Stari Grad.



Naredna tabela prikazuje broj dolazaka i noćenja u Kantonu Sarajevo prema zemljama. Očito je da u ukupnom broju najviše dolazaka i noćenja generišu turisti iz Turske. Interesantno je da turisti iz zemalja Zaliva ostaju duže nego što je prosječno zadržavanje turista u Kantonu. Imajući u vidu trendove rasta dolazaka turista iz zemalja Zaliva u BiH, može se pretpostaviti njihov dalji rast i značajnije učešće u ukupnim turističkim kretanjima u Kantonu.

Tabela – Broj dolazaka i noćenja u KS, po zemljama, 2016. godina

Država	Broj dolazaka 2016	Učešće, %	Broj noćenja 2016	Učešće, %	Prosječno zadržavanje
Ukupno	350.157	100,0%	726.557	100,0%	2,1
Turska	55.338	15,8%	94.281	13,0%	1,7
Hrvatska	33.546	9,6%	56.921	7,8%	1,7
UAE	27.338	7,8%	86.593	11,9%	3,2
Slovenija	17.141	4,9%	27.856	3,8%	1,6
Srbija	14.903	4,3%	26.290	3,6%	1,8
SAD	14.733	4,2%	32.936	4,5%	2,2
Južna Koreja	12.891	3,7%	14.285	2,0%	1,1

Njemačka	11.738	3,4%	24.593	3,4%	2,1
Kuvajt	11.729	3,3%	44.607	6,1%	3,8
Saudijska Arabija	11.576	3,3%	32.806	4,5%	2,8
Italija	10.003	2,9%	19.404	2,7%	1,9
Austrija	8.466	2,4%	14.337	2,0%	1,7
Velika Britanija	5.698	1,6%	12.560	1,7%	2,2
Poljska	5.675	1,6%	7.894	1,1%	1,4
Kina	5.014	1,4%	7.092	1,0%	1,4
Francuska	4.835	1,4%	9.217	1,3%	1,9
Holandija	4.793	1,4%	10.862	1,5%	2,3
Švedska	4.769	1,4%	10.783	1,5%	2,3
Crna Gora	4.686	1,3%	9.253	1,3%	2,0
Španija	4.051	1,2%	6.554	0,9%	1,6
Makedonija	3.870	1,1%	8.505	1,2%	2,2
Mađarska	3.646	1,0%	5.849	0,8%	1,6
Japan	3.595	1,0%	4.784	0,7%	1,3
Ostale zemlje	70.123	20,0%	158.295	21,8%	2,3

Izvor: Federalni zavod za statistiku (2017)

Broj dolazaka i broj noćenja turista u Općini Stari Grad karakteriše stalni rast u periodu 2010. – 2016. godina što se vidi iz narednih tabela. Broj dolazaka i broj noćenja su udvostručeni u navedenom periodu.

Tabela – Broj dolazaka turista u Općini Stari Grad, 2010.-2016. godina

Godina	Dolasci ukupno	Indeks	Dolasci	Indeks	Dolasci	Indeks
		1999=100	strani	1999=100	domaći	1999=100
2010	50.156	100	43.511	100	6.645	100
2011	51.969	104	45.238	104	6.731	101
2012	55.193	110	48.719	112	6.474	97
2013	66.724	133	59.840	138	6.884	104
2014	65.387	130	57.621	132	7.766	117
2015	90.503	180	81.460	187	9.043	136
2016	103.996	207	91.968	211	12.028	181

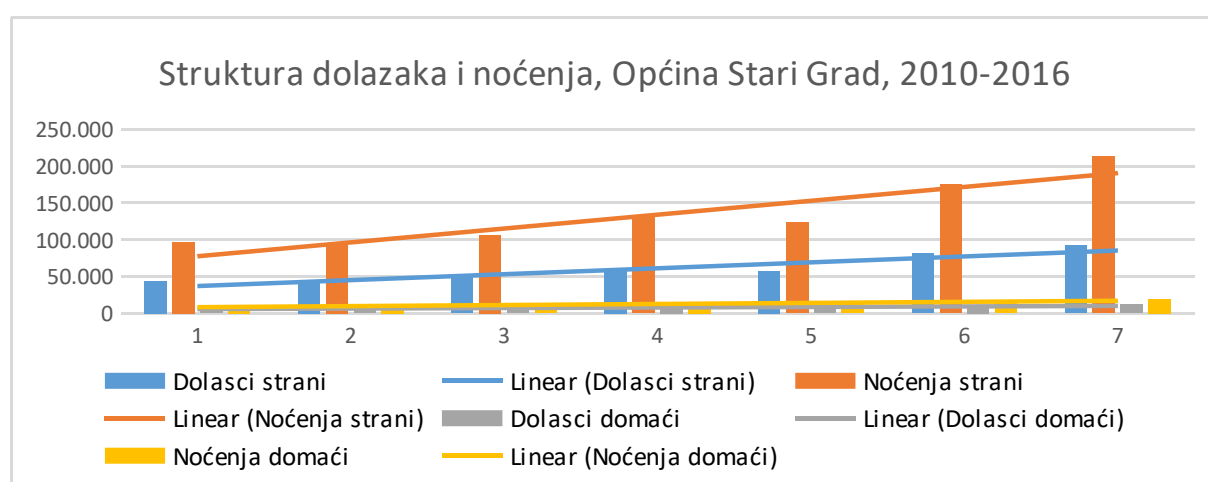
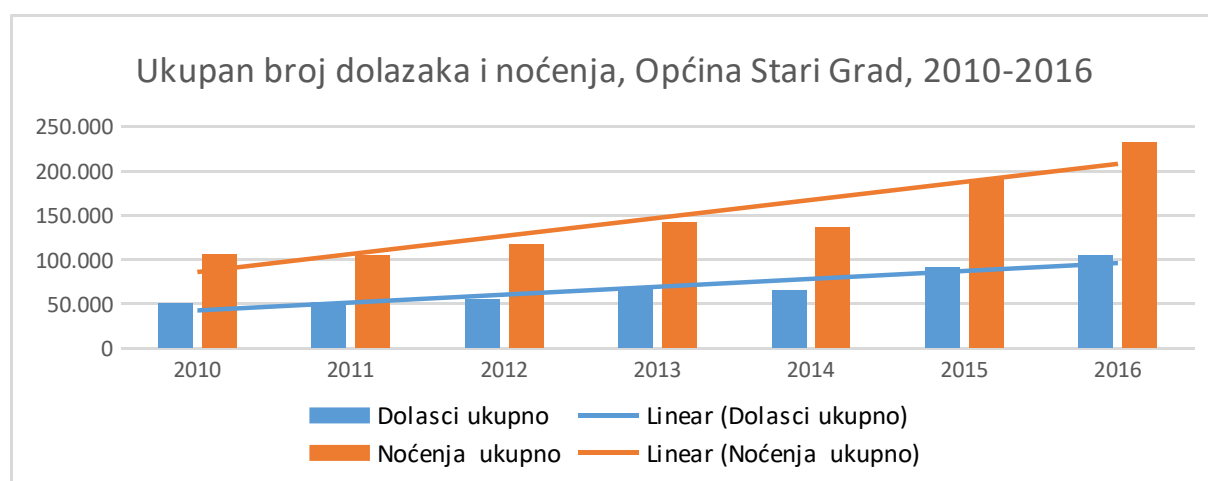
Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Tabela – Broj noćenja u Općini Stari Grad, 2010.-2016. godina

Godina	Noćenja	Indeks	Noćenja	Indeks	Noćenja	Indeks	Prosječno zadržavanje
	ukupno	1999=100	strani	1999=100	domaći	1999=100	
2010	106.007	100	96.348	100	9.659	100	2,1
2011	103.972	98	93.887	97	10.085	104	2,0
2012	116.826	110	106.500	111	10.326	107	2,1
2013	141.379	133	129.943	135	11.436	118	2,1
2014	136.302	129	123.177	128	13.125	136	2,1
2015	189.892	179	175.324	182	14.568	151	2,1
2016	232.252	219	212.617	221	19.635	203	2,2

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Kao i u Federaciji BiH i Kantonu Sarajevo, prosječno zadržavanje turista je izuzetno kratko – u prosjeku dva dana.



U općini Stari Grad se nalazi 49% svih smještajnih kapaciteta Kantona Sarajevo sa skoro dva puta bržom stopom rasta broja smještajnih jedinica u odnosu na Kanton.

Tabela – Broj smještajnih kapaciteta (poslovnih jedinica) u Općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	16	17	22	24	24	46	65	406
Kanton Sarajevo	61	61	66	66	65	95	134	220
Učešće, Stari Grad u KS	26%	28%	33%	36%	37%	48%	49%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Iako je broj smještajnih jedinica veći, Općina Stari Grad raspolaže sa oko 22% ukupnog broja soba i 23% ukupnog broja ležaja u Kantonu Sarajevo. Podaci pokazuju da su smještajni objekti i broj ležajeva po objektu za 50% manji u odnosu na prosjek Kantona (18 prema 37 soba i 38 prema 79 ležaja).

Tabela – Broj soba u općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	527	541	604	647	647	865	1.124	213
Kanton Sarajevo	2.890	3.251	2.926	3.320	3.315	3.261	5.032	174
Učešće, Stari Grad u KS	18%	17%	21%	19%	20%	27%	22%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Tabela – Broj ležaja u općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	903	923	1.083	1.182	1.138	1.805	2.479	275
Kanton Sarajevo	5.726	6.189	5.403	5.706	5.659	6.354	10.661	186
Učešće, Stari Grad u KS	16%	15%	20%	21%	20%	28%	23%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

U vezi sa navedenim, ne iznenađuje da Općina Stari Grad generiše oko 26% ukupnog broja dolazaka i 28% broja noćenja u Kantonu Sarajevo, što se vidi iz narednih tabela.

Tabela – Broj dolazaka turista u općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	50.156	51.969	55.193	66.724	65.387	90.503	103.996	207
Kanton Sarajevo	205.766	225.595	268.500	318.032	291.712	364.171	407.567	198
Učešće, Stari Grad u KS	24%	23%	21%	21%	22%	25%	26%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Tabela – Broj noćenja turista u Općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	106.007	103.972	116.826	141.379	136.302	189.892	232.252	219
Kanton Sarajevo	385.433	427.129	511.757	617.171	558.564	692.957	822.045	213
Učešće, Stari Grad u KS	28%	24%	23%	23%	24%	27%	28%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Tabela – Broj dolazaka domaćih turista u Općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	6.645	6.731	6.474	6.884	7.766	9.043	12.028	181
Kanton Sarajevo	44.598	47.535	56.878	52.269	46.552	56.192	57.265	128
Učešće, Stari Grad u KS	15%	14%	11%	13%	17%	16%	21%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Tabela – Broj noćenja domaćih turista u Općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	9.659	10.085	10.326	11.436	13.125	14.568	19.635	203
Kanton Sarajevo	80.569	88.827	103.931	100.618	87.536	95.499	94.984	118
Učešće, Stari Grad u KS	12%	11%	10%	11%	15%	15%	21%	

Tabela – Broj dolazaka stranih turista u Općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	43.511	45.238	48.719	59.840	57.621	81.460	91.968	211
Kanton Sarajevo	161.168	178.060	211.622	265.763	245.160	307.979	350.302	217
Učešće, Stari Grad u KS	27%	25%	23%	23%	24%	26%	26%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

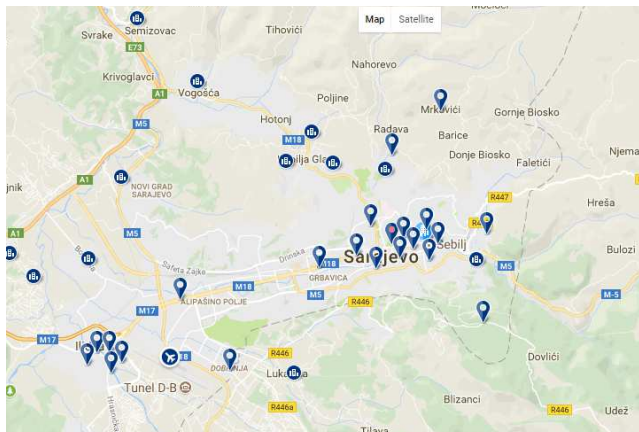
Tabela – Broj noćenja stranih turista u Općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	96.348	93.887	106.500	129.943	123.177	175.324	212.617	221
Kanton Sarajevo	304.864	338.302	407.826	516.553	471.028	597.458	727.061	238
Učešće, Stari Grad u KS	32%	28%	26%	25%	26%	29%	29%	

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Dolazak turista je uticao na povećanje smještajnih kapaciteta u Kantonu Sarajevo i Općini Stari Grad. Tako se na www.booking.com nalazi registrovanih 1.763 objekata za smještaj u Kantonu Sarajevo, a 1.599 u Sarajevu (917 apartmana, 139 kuća za smještaj, 94 hotela, 52 kuća za odmor, 38 vila, 36 hostela, 12 B&B, 11 motela, 4 sobe u stanu, 1 park za odmor). Problem se ogleda u tome da ogroman broj smještajnih jedinica nije registrovan i da djeluje u zoni sive ekonomije. U budućnosti treba raditi na tome da se olakša sistem registracije objekata za smještaj turista i da se intenzivira rad turističkih inspekcija.

Očita je visoka koncentracija smještajnih objekata na području Općina Stari Grad, Centar i Ilidža.



Izvor: , novembar, 2017

Iskorištenost kapaciteta u Općini i Kantonu su na izuzetno niskom nivou (26% i 21% respektivno), a koji je znatno ispod prosječne iskorištenosti kapaciteta u EU (51,9% prema podacima Eurostata za 2016. godinu).

Ovo proizvodi nekoliko implikacija i pitanja:

- Ako je nivo korištenja kapaciteta na tako niskom nivou, onda je ulaganje u smještajne kapacitete koje je očito posljednjih godina neracionalno i dugoročno neisplativo.
- Ako je nivo korištenja kapaciteta na tako niskom nivou, a ne dolazi do gašenja objekata, očito je da postoji značajna zona sive ekonomije.
- Ako je nivo korištenja kapaciteta na tako niskom nivou, onda će dugoročno doći do izražene konkurencije cijenama, nelojalne konkurencije i snižavanja cijena smještaja. Prema podacima [booking.com](http://www.booking.com), prosječna cijena smještaja u Sarajevu je za 20 EUR niža u odnosu na prošlu godinu.

Tabela – Iskorištenost kapaciteta u Općini Stari Grad i Kantonu Sarajevo, 2010.-2016. godina

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Indeks rasta, 2016/2010
Stari Grad	32	31	30	33	33	29	26	80
Kanton Sarajevo	18	19	26	30	27	30	21	115

Izvor: Zavod za planiranje razvoja KS (2016 i 2017) i Zavod za informatiku i statistiku KS (2017)

Prema istraživanju koje su proveli Peštek i Činjurević za Turističku zajednicu Kantona Sarajevo tokom 2017. godine na uzorku od 1.000 ispitanika iz 60 zemalja, dobijen je bolji uvid u stepen zadovoljstva turista destinacijom Sarajevo. Ključni nalazi istraživanja su sljedeći:

- Motiv dolaska: Odmor i opuštanje je primarni motiv dolaska za 74,8% turista. Među turistima koji su motivirani odmorom i opuštanjem približno je jednak udio onih koji odsijedaju u hotelskom, hostelskom i privatnom smještaju. Upoznavanje kulture/kulturnih znamenitosti primarni je motiv dolaska za 58,8% turista.
- Karakteristike putovanja: Internet je primarni izvor informacija o destinaciji Sarajevo za 60,1% turista, te preporuka rodbine i prijatelja (42,4%). Ostali izvori su mediji (9,2%), štampani turistički vodiči (9,4%) i preporuke putničke agencije (11,9%). Samostalno organizovanje putovanja direktno putem Interneta dominantan je način dolaska turista u Kanton Sarajevo, odnosno 56,7% turista je organizovalo putovanje direktno putem Interneta.
- Karakteristike boravka: Turisti u Kantonu Sarajevo uglavnom borave do tri dana (69,1%). Među turistima koji borave do tri dana približno je jednak udio onih koji odsijedaju u hotelima, hostelima i privatnom smještaju. Oko dvije trećine turista boravi u Kantonu Sarajevu sa partnerom/supružnikom ili sa prijateljima/poznancima.
- Zadovoljstvo elementima turističke ponude: Turisti su iskazali vrlo visok stepen zadovoljstva za gostoljubivost lokalnog stanovništva, kvalitetu gastronomske ponude i sveukupnu 'vrijednost za novac'. Visok stepen zadovoljstva turisti su iskazali za ponudu turističkih aktivnosti/sadržaja (muzeji, galerije, istorijske znamenitosti, itd.) i ponudu lokalnih proizvoda i suvenira. Srednji nivo zadovoljstva turisti su iskazali za kvalitetu ponude turističkih sadržaja na otvorenom, kvalitetu noćnog života i zabave i za mogućnosti kupovine/shoppinga. Turisti su veoma zadovoljni socijalnim elementima turističke ponude (lična sigurnost i 'family friendly' okruženje), a nezadovoljni kvalitetom lokalnog prijevoza i jasnoćom putokaza, odnosno turističke signalizacije.
- Ključne prednosti i nedostaci destinacije: Prema mišljenju turista, ključne prednosti Kantona Sarajevo kao turističke destinacije su 'raznovrsna i slikovita arhitektura', 'gastronomska ponuda', 'gostoljubivost i ljubaznost ljudi', te 'kulturno bogatstvo'. S druge strane, ključni nedostaci Kantona Sarajevo kao turističke destinacije su: 'čistoća/uređenost destinacije' i 'loša javna infrastruktura' (javni prijevoz i gužva u prometu).
- Sveukupno zadovoljstvo i buduće namjere: 90% turista je veoma zadovoljno boravkom u Kantonu Sarajevo, te namjerava pozitivno govoriti o ovoj destinaciji svojoj rodbini i prijateljima/poznancima. Također, više od 80% turista smatra da posjeta Kantonu Sarajevo predstavlja 'dobru vrijednost za novac', te namjerava preporučiti destinaciju rodbini, prijateljima/poznancima. Čak 80% turista je iskazalo želju da u budućnosti ponovo posjeti Kanton Sarajevo.

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 podrazumijeva dugoročno zadovoljenje potreba svih interesnih grupa što se upravo ostvaruje kroz proces strateškog planiranja.

Stoga je analiza interesnih grupa važan korak u razumijevanju 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.
Kanton Sarajevo i Općina Stari Grad	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 Kantona Sarajevo	S obzirom na presudu Ustavnog suda FBiH iz

	<p>2014.godine, aktivnosti kantonalnih turističkih zajednica u FBiH su se nalazile u pravnom vakuumu, sve do donošenja Zakona o turizmu Kantona Sarajevo i Prijedloga zakona o turizmu u FBiH (u parlamentarnoj proceduri). Aktivnosti Turističke zajednice su u prošlosti bile usmjerene uglavnom na promociju. Turističke zajednice u svakom slučaju imaju veliki značaj u promociji destinacije i posebno u upravljanju destinacijom. Sa osnivanjem nove Turističke zajednice Kantona Sarajevo Kanton dobija modernu destinacijsku organizaciju. Za Općinu će biti posebno važno uspostavljanje turističke menadžment kompanije Općine što će biti objašnjeno u nastavku.</p>
Javne i privatne kompanije i ustanove	<p>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 škole koje obrazuju kadrove u turizmu, muzeje, javna preduzeća – Gras, Rad, Park, ViK, itd.</p>
Nevladine organizacije i fondacije	<p>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 javnog sektora, a posebno kroz identifikaciju eksternalija, edukaciju, rad sa marginalizovanim grupama, kampanje zagovaranja, davanje prijedloga zakona, itd. Na području Kantona i Općine djeluju mnoga udruženja čiji je djelovanje povezano sa očuvanjem kulturnog naslijeđa i očuvanjem prirode.</p>
Institucije za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa	<p>S obzirom na bogatstvo kulturno-istorijskog naslijeđa veliki je značaj Komisije za očuvanje nacionalnih spomenika, Federalnog zavoda za zaštitu spomenika i Zavoda za zaštitu kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa Kantona Sarajevo.</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	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. Prema nalazima istraživanja Peštek i drugi (2017.), lokalno stanovništvo ima pozitivne preferencije prema razvoju turizma u Federaciji BiH, ali smatra da lokalne vlasti ne čine dovoljno u sistemskom i planskom razvoju turizma.
Edukacijske ustanove, akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije	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.
Vjerske zajednice	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 naslijeđa i uključenje u turističku ponudu za različite segmente.

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	Vажnost 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
Kanton Sarajevo i Općina Stari Grad	Zaštita okoliša i održivi razvoj Ekonomski i društveni razvoj kroz unapređenje turizma i razvoj stimulativnog poslovnog ambijenta	+++	+++	Upravljanje razvojem područja Razvoj poslovnog ambijenta i

	Razvoj infrastrukture Očuvanje kulturno-istorijskog i prirodnog naslijeđa Razvojni lokalni i regionalni projekti Uvezivanje sa drugim destinacijama Promocija preduzetništva Razvoj imidža destinacije Donatorski projekti			stimulacija preduzetništva Zakonska regulativa Planski dokumenti Razvojni projekti Finansiranje projekata Privlačenje donatora Tehnička podrška Uvezivanje privatnog, javnog i nevladinog sektora
Turistička zajednica Kantona Sarajevo	Razvoj turizma i integracija ponude Razvoj i promocija turističke ponude Efikasan destinacijski menadžment Razvoj imidža destinacije	+++	+++	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 naslijeđa	Zaštita i promocija kulturno-istorijskog naslijeđa Finansiranje aktivnosti očuvanja kulturno-istorijskih spomenika	+++	+++	Očuvanje kulturno-istorijskog naslijeđa 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, akademska zajednica i naučno-istraživačke institucije	Istraživački i konsultantski projekti Razvojni lokalni i regionalni projekti Formalni i neformalni edukacijski programi na različitim nivoima	++	++	Edukacijski programi Razvojni projekti Stručna podrška Istraživanje i razvoj
Vjerske zajednice	Očuvanje kulturnog naslijeđa	+++	+++	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.

Ocjena odabranih elemenata uspješnosti destinacije

U cilju procjene odabranih elemenata uspješnosti djelovanja destinacije i ocjene potencijala za razvoj urađeno je ispitivanje članova radnih grupa uz pomoć upitnika sa skalom od 1 (najmanji stepen slaganja/najmanja ocjena) do 5 (najveći stepen slaganja/najveća ocjena). Faktori koji su ocjenjivani su preuzeti iz relevantne literature o razvoju turističkih destinacija. U ispitivanju je učestvovalo 128 ispitanika, a sumirani nalazi su prikazani u narednoj tabeli. Podatke prikupljene na ovaj način ne možemo smatrati reprezentativnim nego izviđajnim. Ovo istraživanje pokazuje subjektivne ocjene učesnika i u budućnosti bi trebalo uraditi šire istraživanje i dublju analizu. Iz navedenog je očito da postoji prostor za unapređenje situacije u svim segmentima turističkog djelovanja. Crveno su označeni elementi koji imaju prosječnu ocjenu manje od 2,5.

Faktori	Broj ispitanika	Min. ocjena	Maks. ocjena	Prosjek	Mod	Medijan
Dostupnost						
Mogućnost lakog pristupa atrakcijama	128	1	5	3,0	3	3
Dostupnost javnog prevoza	128	1	5	3,0	3	3
Ukupna razvijenost taksi i djelatnosti prevoza	128	1	5	2,9	3	3
Dostupnost destinacije avio saobraćajem	128	1	5	2,9	3	3
Ukupna razvijenost putne infrastrukture	128	1	5	2,4	3	3
Dostupnost destinacije željeznicom	128	1	5	2,0	1	2
Raspoloživost parking mjesta	128	1	4	1,7	1	2
Komunalna infrastruktura						
Kvalitet vode	128	1	5	3,4	3	3
Kvalitet zraka	128	1	5	2,7	3	3
Uređenost javnih površina	128	1	4	2,4	3	2,5
Prikupljanje i upravljanje otpadom	128	1	5	2,2	3	2
Čistoća okoliša	128	1	4	2,2	3	2
Kanalizacija i sistem odvodnje	128	1	5	2,2	2	2
Usluge vodovoda i snabdijevanje vodom	128	1	5	1,9	1	2
Ljudski potencijali						
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	128	1	5	3,8	4	4
Poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	128	1	5	3,1	3	3
Ocjena kvaliteta stručnog kadra u turizmu	128	1	5	2,4	3	3
Raspoloživost stručne radne snage u turizmu	128	1	5	2,3	3	2
Opšti nivo educiranosti stručnog kadra u turizmu	128	1	5	2,2	3	2
Raspoloživost stručnih osoba sa upravljačkim i menadžerskim znanjima u turizmu	128	1	4	2,2	3	2
Marketing i promocija destinacije						
Opšti dojam o ponudi turističke destinacije	128	1	5	2,6	3	3
Atraktivnost paketa sadašnje turističke ponude destinacije	128	1	4	2,5	3	3
Saradnja sa turističkim agencijama i operaterima van destinacije	128	1	5	2,5	3	3
Korištenje online promocije turističke destinacije	128	1	5	2,4	3	3
Ocjena ukupnog kvaliteta dosadašnjih promotivnih aktivnosti destinacije	128	1	5	2,4	3	3
Postojanje incoming turističkih agencija u	128	1	5	2,3	3	3

destinaciji						
Ocjena uspješnosti prodaje destinacije	128	1	4	2,3	3	2
Integracija turističke ponude destinacije	128	1	5	2,3	3	3
Korištenje društvenih medija u svrhu promocije destinacije	128	1	5	2,3	3	2
Raznolikost i kvalitet korištenih promotivnih materijala destinacije	128	1	4	2,3	3	2
Postojeći nivo znanja o potrebama turista	128	1	4	2,2	3	2
Kvalitet turističke signalizacije	128	1	4	2,0	2	2
Kvalitet rada i podrške od strane (stare) Turističke zajednice	128	1	4	2,0	1	2
Objekti, hrana i piće						
Raspoloživost ugostiteljskih objekata	128	3	5	4,1	5	4
Kvalitet i raznovrsnost hrane	128	2	5	3,9	4	4
Kvalitet i raznovrsnost pića	128	1	5	3,8	5	4
Raznolikost i originalnost ukupne ugostiteljske ponude	128	1	5	3,4	4	4
Čistoća i urednost ugostiteljskih objekata	128	1	5	3,4	3	3
Gostoprimstvo osoblja u ugostiteljskim objektima	128	1	5	3,4	3	3
Raspoloživost ponude autentične hrane i pića	128	1	5	3,0	3	3
Stručnost osoblja u ugostiteljskim objektima	128	1	5	2,9	3	3
Korištenje domaće/lokalno proizvedene hrane i pića	128	1	5	2,8	3	3
Okruženje						
Ocjena potencijala za budući razvoj turističke destinacije	128	1	5	3,8	5	4
Interes lokalnih preduzetnika za razvoj turističkog biznisa	128	1	5	3,0	4	3
Poznavanje stranih jezika službenika koji komuniciraju sa turistima	128	1	4	2,8	3	3
Ocjena poslovnog ambijenta za razvoj turističkog biznisa	128	1	5	2,6	3	3
Poznavanje stranih jezika stanovništva	128	1	4	2,5	3	3
Inovativnost preduzetnika u razvoju turizma	128	1	4	2,5	3	3
Ocjena sistema zdravstvene zaštite turista	128	1	5	2,4	3	2
Sigurnost turista u destinaciji	128	1	4	2,3	3	2
Ukupna ocjena dosadašnjeg upravljanja destinacijom	128	1	4	2,3	3	2
Posvećenost lokalne uprave razvoju turizma	128	1	5	2,3	2	2
Usklađenost ponude sa standardima kvalitete	128	1	5	2,2	3	2
Ocjena nivoa zaštite okoline	128	1	4	2,1	3	2
Saradnja turizma sa drugim sektorima privrede	128	1	4	2,0	2	2
Saradnja privatnog i javnog sektora u destinaciji	128	1	5	2,0	2	2
Turističke usluge						
Kulturna ponuda (npr. muzeji, galerije, itd.)	128	1	5	3,3	3	3
Raspoloživost trgovina i mogućnosti za shopping	128	1	5	3,3	3	3

Raspoloživost autentičnih suvenirna i starih zanata	128	1	5	3,2	3	3
Postojanje i raznolikost kulturnih manifestacija i događaja	128	1	5	2,8	3	3
Raspoloživost zabavnih sadržaja	128	1	5	2,6	3	3
Raspoloživost pješačkih staza	128	1	5	2,3	2	2
Raspoloživost sadržaja za avanturističke i outdoor aktivnosti	128	1	5	2,3	2	2
Raspoloživost sportsko-rekreativnih sadržaja	128	1	4	2,1	2	2
Raspoloživost biciklističkih staza	128	1	4	2,1	1	2
Smještajni kapaciteti						
Brojnost smještajnih kapaciteta	128	2	5	3,7	3	4
Gostoprimstvo osoblja u smještajnim objektima	128	2	5	3,7	4	4
Čistoća i urednost smještajnih objekata	128	1	5	3,4	3	3
Kvalitet smještajnih objekata	128	1	5	3,4	3	3
Kvalitet usluge u smještajnim objektima	128	1	5	3,2	3	3
Stručnost osoblja u smještajnim objektima	128	1	5	2,9	3	3
Dodatne usluge u smještajnim objektima (npr. wellness, spa, itd.)	128	1	5	2,8	3	3
Turistički potencijali						
Bogatstvo kulturne baštine destinacije	128	2	5	4,1	5	5
Brojnost i raspoloživost istorijskih spomenika	128	2	5	4,0	5	4
Brojnost i raspoloživost prirodnih atrakcija	128	2	5	3,6	3	4
Raznovrsnost turističkih atrakcija	128	1	5	3,3	3	3

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.

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

SNAGE
<ul style="list-style-type: none">○ Postojanje interesa svih zainteresovanih strana i lokalne zajednice za sistemski razvoj turizma○ Bogatstvo kulturno-istorijskih spomenika○ Razvijenost brenda Sarajevo u regiji i upoznatost turista sa destinacijom○ Pozicija glavnog grada○ Izuzetno dobar geoprometni položaj i pristupačnost○ Lokacija Općine u okviru Grada i Kantona Sarajevo○ Prirodne ljepote i mogućnost razvoja outdoor aktivnosti○ Bogatstvo vjerskih spomenika i multikulturalnost○ Nematerijalna baština, običaji i zanati○ Gostoljubivost stanovništva○ Cjenovna pristupačnost○ Raspoloživost smještajnih kapaciteta○ Postojanje specijalizovanih incoming agencija○ Uključenost nevladinog sektora u razvoj projekata zaštite naslijeđa○ Uključenost razvojne agencije SERDA u pitanja turizma○ Aktivnosti Vlade Kantona Sarajevo na sistemskom razvoju turizma○ Postojanje Turističke zajednice Kantona Sarajevo i njeno pozicioniranje kao destinacijske organizacije
SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">○ Kratak boravak turista○ Odsustvo holističkog upravljanja destinacijom○ Neuređeni i turistički neatraktivni lokaliteti koji imaju potencijal za razvoj○ Uređenost i korištenje javnih prostora i površina (npr. reklame na javnim površinama, čistoća, dostavna vozila, bašte, itd.)○ Turistička signalizacija○ Putna infrastruktura○ Manjak edukovanih i stručnih kadrova u turizmu, uključujući i organe uprave○ Sezonalnost ponude○ Reaktivni, atomizirani tržišni nastup i ad-hoc nastup○ Neuvezana turistička ponuda Općine○ Nepostojanje dovoljnog broja dodatnih sadržaja (kupovina, zabava, wellness, biciklističke staze, outdoor aktivnosti, itd.)○ Nedovoljan broj registrovanih turističkih vodiča i problem njihove certifikacije

<ul style="list-style-type: none"> ○ Nepoznavanje stranih jezika i nedovoljna edukacija lokalnog stanovništva o turizmu ○ Nedovoljna turistička kontrola ○ Marketinški neprofilisana turistička ponuda ○ Manjak autohtonih suvenira i uvoz suvenira ○ Nedovoljna namjenska sredstva za ulaganja u obnovu kulturno-istorijskog naslijeđa i razvoj turizma ○ Pitanje nadležnosti i pitanje gazdovanja na destinaciji ○ Neuređen pristup i parking za autobuse ○ Nelegalna gradnja ○ Nizak stepen korištenja smještajnih kapaciteta ○ Neuređena korita rijeka ○ Nedovoljno korištenje informacionih i komunikacionih tehnologija i digitalnog marketinga u turizmu ○ Nedovoljna promocija destinacije i nepostojanje marketing programa ○ Siva ekonomija – nelegalno pružanje turističkih usluga ○ Neadekvatan sistem poticanja razvoja turističke ponude ○ Nedostatak saradnje javnog i privatnog sektora na projektima turizma ○ Koordinacija lokalne zajednice i javnih preduzeća ○ Javni prevoz na području Kantona Sarajevo ○ Vodosnabdijevanje ○ Sigurnost turista
<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 ○ Sklonost turista da putuju češće i kraće ○ Porast obima putovanja na globalnom nivou i porast interesa za BiH ○ Kontinuirani rast broja dolazaka turista u BiH i Sarajevo, te učešće Kantona Sarajevo u ukupnim turističkim kretanjima ○ Lako dostupna iskustva drugih zemalja u regionu o razvoju turizma ○ Rast svijesti lokalnog stanovništva i investitora o važnosti turizma za ekonomski razvoj ○ Razvoj poljoprivrede i proizvodnje hrane ○ Dijaspora ○ Blizina emitivnih tržišta regije i EU ○ Obavezne ekskurzije ○ Mogućnost korištenja međunarodnih izvora finansiranja, posebno IPA 2 ○ Mogućnost saradnje sa destinacijama iz okruženja - multidestinacijski 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 ○ Iseljavanje mladih ljudi ○ Odumiranje tradicionalnih zanata

- Loša pozicija BiH prema T&T indeksu konkurentnosti turizma (113 od 134 zemlje)

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 je navedeno nekoliko definicija vizije razvoja Općine, ali bez jasno određene definicije koja služi kao osnova za definisanje budućeg razvoja:

Vizija grupe do 20 godina

Moderna, otvorena i komunikativna, odraz bogatstva i kulturnog naslijeđa, mlada Općina, ispunjenje ciljeva, povećanje biznisa, poboljšanje infrastrukture, veći broj radnih mjesta (veće, solidne, realne, zaslužene plate).

Vizija grupe od 20 do 35 godina

Unaprijeđeno i omogućeno obrazovanje svim kategorijama stanovništva, podržati male i srednje poduzetnike jer bez ojačanog malog i srednjeg poduzetništva nema jake lokalne zajednice, transparentan pristup informacijama o dešavanjima u Općini, poticati poljoprivrednu proizvodnju, inicirati udruženje poljoprivrednika, unaprijediti kulturni život Općine.

Vizija grupe od 40 do 55 godina

Regulacioni-urbanistički planovi, podrška malim i srednjim poduzećima, projekti za iskorištavanje prirodnih resursa, zakonska regulativa u turizmu, stimulacija poljoprivrede, izgradnja sportskog centra, zakonska regulativa zanata.

Vizija grupa starije od 55 godina

Razvijena Općina, sigurno okruženje, razvijena infrastruktura/saobraćajnice.

Prijedlog 1 nosioca izrade Strategije

Općina Stari Grad postoji na prirodom obdarenim ljepotama življenja, predstavlja odraz kulturno-istorijskih različitosti, integriše biznise i tradicionalne zanate kroz otvorenost i kontinuiranu edukaciju ljudi modernim trendovima poslovanja i kvaliteti života. Različite kulture privlače pažnju turista i opstaju u harmoniji gostoprimstva, radnih navika i ljubaznosti građana.

Prijedlog 2 nosioca izrade Strategije

Urbano uređena i ekološki čista, bezbjedna, finansijski stabilna Općina sa razvijenim ruralnim sredinama i otvorena za međuopćinsku, regionalnu i međunarodnu saradnju. Privlačna za biznise i investicije, otvorena za ideje i motiviranje građana za prosperitetan i kvalitetan standard življenja na ekonomskom, obrazovnom, kulturnom, socijalnom i sportskom planu. Vodeća Općina u korištenju sredstava međunarodnih programa i regionalnih fondova Evropske Unije i međunarodnih donatora.

Imajući u vidu navedene definicije vizije, moguće je predložiti definiciju vizije razvoja turizma koja će objediniti sljedeće vrijednosti i nastojanja lokalne zajednice i interesnih grupa za razvoj turizma općine:

- Multikulturalnost,
- Jedinstvenost,
- Naslijeđe i tradicija,
- Otvorenost,

- Sigurnost,
- Dinamičnost,
- Integracija.

Vizija razvoja turizma općine: „Općina Stari Grad je uređena, moderna, dinamična, sigurna i prepoznatljiva destinacija. Multikulturalnost, otvorenost i gostoljubivost naših ljudi privlači turiste iz cijelog svijeta i pruža im jedinstveni doživljaj istoka i zapada“.

S obzirom na 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. Zbog sličnosti situacije destinacija u BiH, ovaj model je primjenjiv na veći broj destinacija.

Stari Grad sadašnjosti

Kratki boravci

Neuvezana ponuda

Reaktivni i ad-hoc pristup

Odsustvo upravljanja destinacijom

Razvoj baziran na inicijativama privatnog sektora

STRATEŠKI POMAK

-

Stari Grad budućnosti

Turizam kao **INDUSTRIJA**

Efikasno **PROAKTIVNO** upravljanje **TURISTIČKOM DESTINACIJOM**

INTEGRISANA turistička ponuda i **MULTIDESTINACIJSKA SARADNJA**

ATRAKTIVNA, SIGURNA I UREĐENA turistička destinacija

Prepoznatljiv **TURISTIČKI BREND**

Turizam kao integrativna snaga privrede i **MOTOR RAZVOJA** Općine i Kantona

Preduslovi:

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA I MARKETINŠKA ORIJENTACIJA

UVEZIVANJE PONUDE

Uspostavljanje **DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA** i uvezivanje i uključivanje svih interesnih grupa u upravljanje destinacijom

Razvoj turističkih proizvoda i pratećih djelatnosti

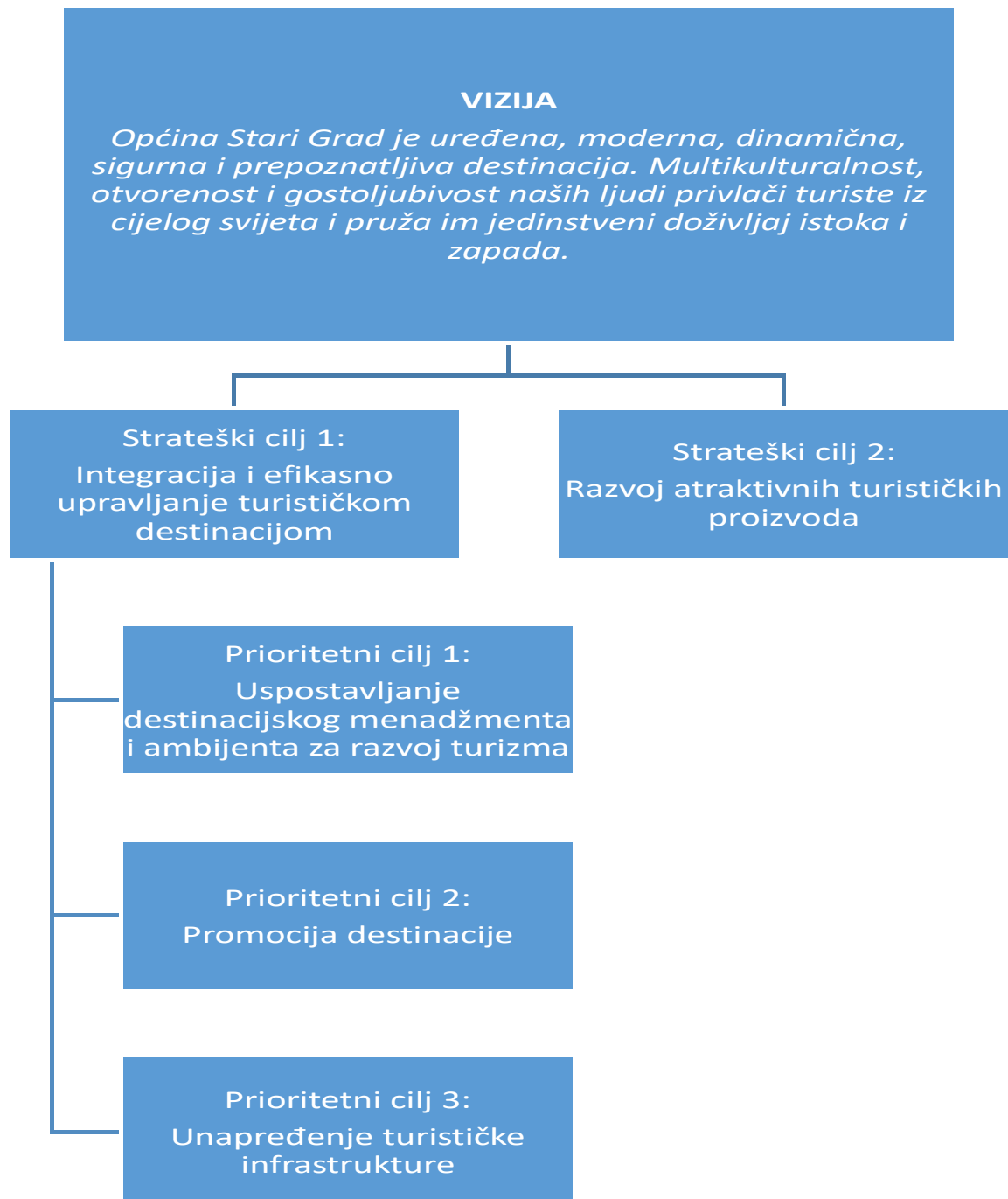
Očuvanje i razvoj **AUTOHTONIH PROIZVODA I ZANATA**

EDUKACIJA

Korištenje **SAVREMENIH INFORMACIONIH I KOMUNIKACIONIH TEHNOLOGIJA** i **PRAVILA STRUKE**

Glavni cilj razvoja turizma Općine do 2022. godine treba biti povećanje atraktivnosti, konkurentnosti i održivosti.

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



Strateški cilj 1 – Integracija i efikasno upravljanje turističkom destinacijom

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. Čak i one destinacije koje posjeduju veoma interesantne atrakcije mogu očekivati neuspjeh ukoliko se destinacijom i turističkim proizvodima destinacije ne upravlja na pravilan način.

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.

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. Razvoj turizma je rezultat organskog rasta i inicijative uglavnom privatnog sektora. Privatni sektor nastupa na tržištu samostalno i atomizirano, sa malim stepenom integracije. 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, pa tako i u Kantonu Sarajevo, su se uglavnom bavile promotivnim aktivnostima što čini samo dio očekivanih aktivnosti. Osnivanje nove Turističke zajednice KS bi trebao biti kvalitativni iskorak ka uspostavljanju destinacijskog i sistemskog djelovanja na području Kantona. S obzirom na odrednice Zakona o turizmu FBiH koji je u parlamentarnoj proceduri, biće moguće uspostavljanje lokalnih turističkih zajednica, što je za turističke općine kao što je Stari Grad, prilika da efikasnije upravljaju turizmom na području općine, u saradnji sa Turističkom zajednicom KS. 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.

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.

U periodu do, a i nakon usvajanja zakona, potrebno je da Služba za privredu, uz podršku Sektora za lokalni razvoj Općine, na sebe preuzme integrativnu i razvojnu funkciju turizma kroz uspostavljanje odjela za turizam.

Preporuka je i da se odmah uspostavi i koordinacijsko tijelo za razvoj turizma – Turističko vijeće 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.

Za razvoj turizma potrebno je implementirati sljedeće mjere vezane za razvoj infrastrukture i ambijenta za razvoj turizma:

- Infrastruktura - upravljanje, razvoj i očuvanje resursa:
 - Planski razvoj i upravljanje prostorom,
 - Postavljanje turističke signalizacije u skladu sa standardima,
 - Izgradnja nedostajuće i unapređenje postojeće infrastrukture za razvoj specifičnih oblika turizma,
- Ambijent
 - Unapređenje sigurnosti turista,
 - Unapređenje čistoće i uređenosti,
 - Jačanje mehanizama kontrole i inspekcije,
- Preduzetništvo:
 - Pružanje podrške za razvoj preduzetništva i pružanje podrške turističkim biznisima, te zapošljavanje,
 - Kreiranje okvira za investicije,
 - Očuvanje i razvoj starih zanata,
- Razvoj ljudskih potencijala - Nova znanja i vještine u turističkom sektoru:
 - Uticaj na razvoj novih programa edukacije i sticanja novih zanimanja u turizmu,
 - Razvoj programa cjeloživotnog učenja za turistički sektor,
 - Kadrovsko jačanje općinske uprave i tijela povezanih sa razvojem turizma.

U kontekstu ovog strateškog cilja se može govoriti o tri prioriteta područja:

- Uspostavljanje destinacijskog menadžmenta i ambijenta za razvoj turizma,
- Promocija destinacije i
- Unapređenje turističke infrastrukture.

U vezi sa ovim strateškim ciljem, moguće je definisati sljedeće indikatore uspješnosti implementacije Strategije:

- Povećan broj dolazaka turista za najmanje 50% uz prosječno vrijeme zadržavanja najmanje tri dana,
- Uspostavljen, kadrovski osposobljen i funkcionalan turistički odjel u okviru Općine Stari Grad, uspostavljeno i funkcionalno Turističko vijeće i Turistička organizacija Općine, uspostavljen Turističko-informativni centar,
- Pokrenuta procedura uvrštavanja na listu UNESCO,
- Postavljena moderna i sa međunarodnim standardima usklađena turistička signalizacija,
- Uspostavljen i funkcionalan sistem registracije turista,
- Uspostavljen video nadzor na najmanje pet novih frekventnih lokacija na području općine,
- Povećan broj zanatskih radnji za najmanje 20%,

- Ostvaren stepen zadovoljstva turista ukupnom ponudom i doživljajem destinacije minimalno 4 (na skali od 1 do 5),
- Razvijeno i u kontinuiranoj implementaciji najmanje 10 programa stručnog usavršavanja za zaposlene u turizmu,
- Povećane investicije u turističke biznise za najmanje 20%,
- Povećano zapošljavanje u turizmu za najmanje 20%,
- Povećan interes učenika za zanimanja u turizmu za najmanje 10%,
- Razvijen i funkcionalan destinacijski portal Općine uz efikasno i kontinuirano prisustvo na društvenim mrežama,
- Promocija ponude općine na najmanje pet sajмова godišnje (najmanje dva inostrana sajma),
- Objavljeno najmanje pet javnih poziva za kreativna rješenja uređenja turističkih mikrolokacija i atrakcija na području općine.

U nastavku je data okvirna lista projekata koji se odnose na strateški cilj 1. Lista projekata može proširena tokom implementacije Strategije.

Naziv projekta	Nosilac projekta i partneri	Početak	Završetak
<i>2.1. Uspostavljanje destinacijskog menadžmenta</i>			
<i>2.1.1. Uspostavljanje i djelovanje Turističke organizacije Općine u saradnji sa TZ KS i kontinuirana saradnja sa Turističkom zajednicom Kantona Sarajevo</i>	<i>Općina Stari Grad Turistička zajednica KS</i>	<i>Po usvajanju zakona o turizmu FBiH</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.2. Uspostavljanje odjela za turizam u okviru Službe za privredu uz podršku Sektora za lokalni razvoj</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.3. Uspostavljanje i vođenje Turističkog vijeća Općine (privatni i javni sektor)</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.4. Turistička signalizacija</i>	<i>Općina Stari Grad Grad Sarajevo Kanton Sarajevo Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.1.5. Uspostavljen sistem registracije turista</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>

	<i>Kanton Sarajevo</i>		
	<i>Turistička zajednica KS</i>		
<i>2.1.6. Kontinuirano ispitivanje i praćenje zadovoljstva i potreba turista</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.7. Kursevi stranih jezika (engleski i njemački) za uposlenike Policijske uprave</i>	<i>PU Logavina</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (tri ili šest mjeseci godišnje)</i>
<i>2.1.8. Razvoj i implementacija projekata cjeloživotnog obrazovanja za radnike u turizmu</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Srednje škole i fakulteti</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.9. Unapređenje sistema formalnog obrazovanja kadrova u turizmu (nova zanimanja i programi, unapređenje sistema obavljanja prakse, tehničko opremanje obrazovnih ustanova) u saradnji sa KS</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Kanton Sarajevo</i> <i>Edukacijske ustanove</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2019</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.10. Stimulisanje i subvencioniranje start-up u turizmu</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.11. Stimulisanje i subvencioniranje poslovanja turističkih biznisa na području Općine</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.12. Podrška turističkim biznisima za uvođenje inovacija i informacionih i komunikacionih tehnologija u turizam (multimedija, virtual</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>

<i>reality, mobilne aplikacije, augmented reality, web alati, društveni mediji)</i>			
<i>2.1.13. Obezbjedenje uslova za pokretanje procedura za izmjene regulacionih planova u svrhu realizacije projekata u oblasti turizma</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.14. Kreiranje kataloga investicionih projekata u turizmu na području Općine za ulaganja (uključujući i javno-privatno partnerstvo)</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.1.15. Uspostaviti efikasan i kontinuiran sistem podrške javnim događajima, manifestacija i festivalima važnih za turizam Općine i kreiranje i promocija godišnjeg plana/kalendara događaja, manifestacija i festivala</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.16. Rješavanje problema sive ekonomije</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Kanton Sarajevo</i> <i>Policajska uprava</i> <i>Inspekcije</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.17. Unapređenje sigurnosti turista i postavljanje video nadzora</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Kanton Sarajevo</i> <i>Policajska uprava</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.18. Razvoj programa očuvanja i razvoja starih</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>

<i>zanata i autentičnih suvenira/proizvoda</i>			
<i>2.1.19. Uvezivanje turističke ponude sa ponudom drugih destinacija u BiH i regiji</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.20. Dodjela godišnjih nagrada za razvoj turizma u Općini Stari Grad biznisima, organizacijama i pojedincima</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.1.21. Zajednička ulaznica za atrakcije</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Muzeji</i> <i>Turistički biznisi</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.2. Promocija destinacije</i>			
<i>2.2.1. Izrada plana marketinga, budžeta i plana promocije destinacije i implementacija plana promocije (Internet i društvene mreže – destinacijski portal, sajmovi, printani mediji, elektronski mediji, itd) u saradnji sa TZ KS</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.2.2. Uspostavljanje veza sa turističkim agencijama i tour operatorima u regiji i svijetu</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.2.3. Obezbjedenje uslova za pokretanje procedure za nominaciju Bašćaršije za UNESCO listu</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Grad Sarajevo</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>

	<i>Kanton Sarajevo</i>		
	<i>Turistička zajednica KS</i>		
<i>2.2.4. Turističko-informativni centar Općine Stari Grad</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2018</i>
<i>2.2.5. Sarajevo susret kultura/Promocija destinacije</i>	<i>Udruženje Sarajevo susret kultura</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.3. Unapređenje turističke infrastrukture</i>			
<i>2.3.1. Definisanje turističkih zona na području općine i razvoj plana upravljanja u cilju minimiziranja gužvi, zastoja i zagađenja, te razvoja turističkih sadržaja i izgradnje objekata</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.3.2. Uklanjanje nelegalno postavljene signalizacije, objekata i vizuelno i ambijentalno neprihvatljivih elemenata</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Kanton Sarajevo</i> <i>Inspekcije</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.3.3. Uređenje javnih prostora i površina kroz urbanistički i prostorno prihvatljiva rješenja (putem javnih poziva)</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2019</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.3.4. Rješavanje problema saobraćaja u mirovanju, dostavnih vozila, drop-off zona i parkinga za autobuse</i>	<i>Općina Stari Grad</i> <i>Kanton Sarajevo</i> <i>Policijska uprava</i> <i>Inspekcije</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>

2.3.5. <i>Grijanje i unutarnje osvjetljenje Katedrale Srca Isusova u Sarajevu</i>	<i>Kaptol Vrhbosanski Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2018</i>
2.3.6. <i>Uređenje minibuskog terminala na Bašćaršiji</i>	<i>KJKP Gras Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2018</i>
2.3.7. <i>Hortikulturno uređenje zelenih površina oko objekata Muzej Jevreja BiH i Galerija „Novi Hram“</i>	<i>KJKP Park dd Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (mart-april ili jesen)</i>
2.3.8. <i>Studija izvodljivosti za uspostavljanje Zanatsko-ugostiteljske atrakcije sa izvornim tradicionalnim ručnim radom i jedinstvenim ambijentom – Zanatski i umjetnički centar Kovači</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2019</i>	<i>Kontinuirano</i>
2.3.9. <i>Unapređenje stepena javne higijene na području općine Stari Grad nabavkom korpica i električnog usisivača</i>	<i>KJKP Rad dd Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
2.3.10. <i>Uvođenje selektivnog prikupljanja otpada na području općine Stari Grad nabavkom reciklažnih kontejnera i kanti za odvojeno prikupljanje otpada</i>	<i>KJKP Rad dd Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
2.3.11. <i>Unapređenje prikupljanja komunalnog otpada na području općine Stari Grad nabavkom kontejnera i električnog vozila</i>	<i>KJKP Rad dd Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
2.3.12. <i>Obezbjeđenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju sportsko-</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2019</i>	<i>2022</i>

<i>rekreacionog centra općine Stari Grad i izgradnja centra</i>			
<i>2.3.13. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju i uređenje biciklističkih staza</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2022</i>
<i>2.3.14. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju adrenalinskog parka</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>
<i>2.3.15. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za izgradnju tematskog Aqua parka i izgradnja parka</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2019</i>	<i>2022</i>
<i>2.3.16. Edukativni kutak - Stari Grad, prijatelj Zemaljskog muzeja BiH</i>	<i>Zemaljski muzej BiH</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2022</i>
<i>2.3.17. Obilježavanje mjesta vezanih za I svjetski rat</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2022</i>
<i>2.3.18. Obezbjedenje tehničke dokumentacije i stvaranje preduslova za formiranje Muzeja mira i baštine Starog Grada</i>	<i>Međunarodni centar za mir</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2022</i>
<i>2.3.19. Obezbjedenje uslova za vidljivost Muzeja zločina protiv čovječnosti i genocida 1992-1995</i>	<i>Udruženje Centar za post-konfliktnu pravdu</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2018</i>

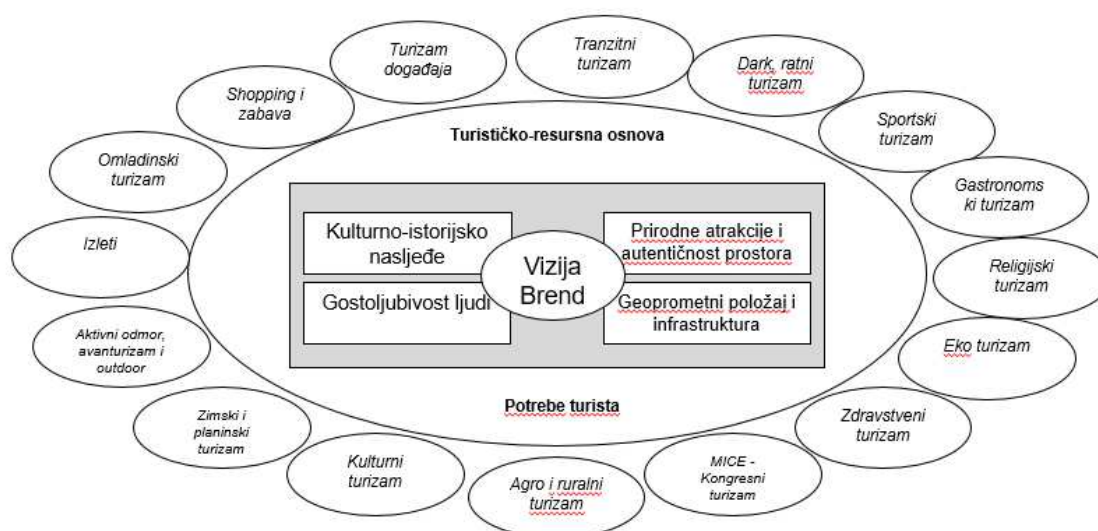
Strateški cilj 2 - Razvoj atraktivnih turističkih proizvoda

Općina Stari Grad može ponuditi brojne aktivnosti i koje ima dovoljnu privlačnu snagu za različite segmente posjetilaca i turista, a posebno u saradnji sa drugim općinama u Kantonu Sarajevo.

Destinacija ima značajne prednosti zbog mogućnosti razvoja brojnih aktivnosti za različite specifične oblike turizma ili specifične tržišne niše tj. turiste posebnih interesa čiji broj zadnjih 20 godina kontinuirano raste.

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:
 - Turizam baziran na kulturno-istorijskom naslijeđu,
 - Gastro turizam,
 - Tranzitni turizam,
 - Izleti i ekskuzije,
- Turistički proizvodi koje je potrebno dalje unaprijediti i razvijati:
 - Religijski turizam,
 - Manifestacije, događaji, sajmovi,
 - Omladinski turizam,
- Turistički proizvodi koji se trebaju razviti:
 - Sportski turizam
 - Aktivni odmor i outdoor,
 - Eko i ruralni turizam,
 - Zdravstveni turizam,
 - Ratni turizam.



Autor: Almir Peštek

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

Tabela - Razvojni portfolio i ocjena razvijenosti

Oblici turizma	Ocjena trenutne razvijenosti	Ocjena mogućnosti razvoja u budućnosti
Aktivni odmor, sport, avanturizam i outdoor	-	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	+	Izuzetno visok
Tranzitni turizam	+++	Izuzetno visok
Zdravstveni turizam	-	Izuzetno visok
Ratni turizam (dark tourism)	-	Izuzetno visok

Izvor: Procjena saradnika na bazi nalaza radionice

Legenda:

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

Prioritet je unapređenje postojećih turističkih proizvoda i razvoj novih atraktivnih specifičnih oblika turizma.

U vezi sa ovim strateškim ciljem, moguće je definisati sljedeće indikatore uspješnosti implementacije Strategije:

- Razvijeno najmanje 10 novih turističkih tura – proizvoda,
- Razvijena najmanje tri programa outdoor i avanturističkog turizma,
- Broj festivala, kulturnih događaja i manifestacija povećan za najmanje 25%,
- Povećan broj turista koji u destinaciju dolaze zbog festivala i događaja za najmanje 33%,
- Povećan broj turista koji u destinaciju dolaze zbog kongresa i konferencija za najmanje 33%,
- Kapaciteti eko i ruralnog turizma povećani za najmanje 50%,
- Identifikovani i brendirani autohtoni suveniri destinacije.

U nastavku je data okvirna lista projekata koji se odnose na strateški cilj 2. Lista projekata može proširena tokom implementacije Strategije.

Naziv projekta	Nosilac projekta i partneri	Početak	Završetak
<i>2.1. Razvoj i promocija outdoor i avanturističkog turizma</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.2. Programi podsticaja za razvoj, promociju i izgradnju kapaciteta ruralnog turizma</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.3. Razvoj i promocija kongresnog i konferencijskog turizma</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2019</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.4. Stari Grad – The Heart of the European Jerusalem</i>	<i>Islamska zajednica u BiH/Preporod</i> <i>Općina Stari Grad</i> <i>Turistička zajednica KS</i> <i>Religijske zajednice</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.5. Sarajevo Evropski Jerusalem</i>	<i>Udruženje Hagada</i> <i>Općina Stari Grad</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.6. Jevrejsko Sarajevo</i>	<i>Udruženje Hagada</i> <i>Općina Stari Grad</i> <i>Turistička zajednica KS</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.7. Večeri Sevdaha u Art Kući Sevdaha</i>	<i>Udruženje „Promokultura“</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.8. Interaktivne školske radionice-Art Kuća Sevdaha-kao odredište i kao put</i>	<i>Udruženje „Promokultura“</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (tokom školske godine)</i>
<i>2.9. Budućnost kulture kroz turističku ponudu</i>	<i>KUD Bašćaršija</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>2.10. Sarajevska zima</i>	<i>Međunarodni centar za mir</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>

	<i>Općina Stari Grad</i>		
<i>2.11. Međunarodni festival etno stvaralaštva</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	<i>2019</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.12. International jazz day</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i> <i>Jazz festival</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (april)</i>
<i>2.13. Late nite stage</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i> <i>Jazz festival</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (novembar)</i>
<i>2.14. Monument 365-366</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano</i>
<i>2.15. Monument Music Fest</i>	<i>Club Monument</i> <i>Sarajevo Film Festival</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (avgust)</i>
<i>2.16. Monument – Baščaršijske noći</i>	<i>Club Monument</i> <i>Festival Baščaršijske noći</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (juli)</i>
<i>2.17. Monument – Sarajevska zima</i>	<i>Club Monument</i> <i>Festival Sarajevo-Sarajevska zima</i> <i>Općina Stari Grad</i>	<i>2018</i>	<i>Kontinuirano (mart)</i>

2.18. <i>Open door – Comedy Show</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano (52 dana godišnje)</i>
2.19. <i>Orient nights</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano (52 dana godišnje)</i>
2.20. <i>Playing for change days</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano (septembar)</i>
2.21. <i>Sevdah nights</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano (52 dana godišnje)</i>
2.22. <i>SMB 222 Vikend</i>	<i>Club Monument</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano</i>
2.23. <i>Sarajevo 92-96 Live AMBIJENT</i>	<i>Udruženje A-zona</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	2019
2.24. <i>Gastro festivali na otvorenom</i>	<i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano</i>
2.25. <i>Edukacija turističkih radnika o gastro ponudi</i>	<i>JU Srednja ugostiteljsko-turistička škola</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano (dva mjeseca godišnje)</i>
2.26. <i>Kurs kuhanja</i>	<i>JU Srednja ugostiteljsko-turistička škola</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	<i>Kontinuirano (mjesec dana godišnje)</i>
2.27. <i>Turistička tura Tragovima starih zanata</i>	<i>Fondacija Kulturno naslijeđe bez granica (CHWB)</i>	2018	2019

	Zanatlije <i>Općina Stari Grad</i>		
2.28. <i>Prezentacija starih zanata Bašćaršije u Kući zanata</i>	<i>Obrtnička komora Kantona Sarajevo</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	2019
2.29. <i>Očuvajmo tradiciju kroz zanate</i>	<i>Srednja škola za tekstil, kožu i dizajn, Sarajevo</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	2019
2.30. <i>Nove priče – novi doživljaji : oživljavanje kulturno-turističke ponude Općine Stari grad</i>	<i>Bošnjački institut – Fondacija Adila Zulfikarpašića</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	2019
2.31. <i>Virtualna prezentacija vakufa u Općini Stari Grad</i>	<i>Prva Bošnjačka gimnazija</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	2019
2.32. <i>Studija izvodljivosti za Zip Line Sarajevo</i>	<i>Turistička agencija “Haris Youth Hostel“</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2019	2020
2.33. <i>Obilazak grada električnim biciklima</i>	<i>Hod tours</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	2019
2.34. <i>Ekspozat- Biciklo kao vremenoplov</i>	<i>Hod tours</i> <i>Općina Stari Grad</i>	2018	2018

OBRAZLOŽENJE

Pripremljen je Nacrt Strategije održivog razvoja turizma Općine Stari Grad Sarajevo 2018.-2022. godine, te se Općinskom vijeću Stari Grad dostavlja na razmatranja i usvajanje. Nacrt Strategije održivog razvoja turizma za predstojeći petogodišnji period je pripremljen u skladu sa Zaključkom Općinskog vijeća Stari Grad od 29. decembra, 2014. godine. Osnovu i razvojni okvir za izradu Strategije čine Strategija lokalnog razvoja općine Stari Grad Sarajevo 2014.-2018. godine i Strategija razvoja Kantona Sarajevo do 2020. godine.

Pravni osnov za pripremu i usvajanje ovog dokumenta nalazi se u članu 8. Zakona o principima lokalne samouprave u Federaciji Bosne i Hercegovine koji općinama daje u nadležnost donošenje programa i planova razvoja jedinica lokalne samouprave i stvaranje uvjeta za privredni razvoj i zapošljavanje. Osim na osnovu navedenog Zakona, Općina Stari Grad je pokrenula proceduru usvajanja ovog dokumenta i na osnovu člana 10. Statuta Općine Stari Grad.

Po usvajanju ovog dokumenta Nacrt Strategije održivog razvoja turizma Općine Stari Grad 2018.-2022. godine Sarajevo bit će na Javnoj raspravi koja će trajati 15 dana. Nacrt Strategije bit će objavljen na zvaničnoj web stranici Općine Stari Grad www.starigrad.ba. U Javnoj raspravi svoje primjedbe i sugestije na Nacrt Strategije moći će dostavljati Općinsko vijeće Stari Grad i njegova radna tijela, političke stranke odnosno klubovi vijećnika, nadležna radna tijela Općinskog vijeća, privrednici (biznis sektor), organizacije civilnog društva, građani i ostali zainteresovani subjekti. Svoje primjedbe i sugestije učesnici Javne rasprave mogu dostaviti lično u Sektor za lokalni razvoj Općine Stari Grad u pisanoj formi i to u zgradu Općine Stari Grad, Ulica Zelenih beretki 4, Objekat A – peti sprat, kancelarije 507 i 508 od 9 do 14,30 sati ili putem e-mail adresa: sanin.hadzibajric@starigrad.ba ili admira.muhic@starigrad.ba.

Nakon završene Javne rasprave Radna grupa za izradu Strategije razmotrit će eventualne sugestije i prijedloge, te pripremiti Prijedlog Strategije održivog razvoja turizma 2018.- 2022. godine Općine Stari Grad za narednu sjednicu Općinskog vijeća Stari Grad.

Broj: 02-49-
Datum: 28.12.2017.

U skladu sa članom 103. Poslovnika Općinskog vijeća Stari Grad Sarajevo ("Službene novine Kantona Sarajevo", broj 23/14, 48/16 i 23/17) na 13. sjednici Općinskog vijeća Stari Grad Sarajevo, održanoj 28. decembra, 2017.godine, nakon razmatranja tačaka dnevnog reda:

- **Nacrt Strategije održivog razvoja turizma Općine Stari Grad Sarajevo 2018.-2022. godine**, čiji predlagač je Općinski Načelnik, a stručnu obradu je uradio Sektor za lokalni razvoj, usvojen je sljedeći:

ZAKLJUČAK

1. Općinsko Vijeće Stari Grad Sarajevo je **utvrdilo Nacrt Strategije održivog razvoja turizma Općine Stari Grad Sarajevo 2018.-2022. godine**,

2. Nacrt Strategije iz tačke 1. ovog Zaključka, upućuje se na javnu raspravu koja će trajati 15 dana.

Subjekti javne rasprave su:

Općinsko vijeće Stari Grad i njegova radna tijela, političke stranke odnosno klubovi vijećnika, nadležna radna tijela Općinskog vijeća, privrednici (biznis sektor), organizacije civilnog društva, građani i ostali zainteresovani subjekti.

3. Tekst Nacrta Strategije iz tačke 1. ovog Zaključka, bit će objavljen na WEB stranici Općine Stari Grad Sarajevo: www.starigrad.ba.

4. Prijedloge i sugestije sa javne rasprave potrebno je dostaviti, u pisanoj formi Sektoru za lokalni razvoj Općine Stari Grad Sarajevo, putem protokola Općine ili na e-mail: sanin.hadzibajric@starigrad.ba ili admira.muhic@starigrad.ba, najkasnije do 18. januara, 2018. godine.

5. Nakon sumiranja rezultata javne rasprave o **Nacrtu Strategije održivog razvoja turizma Općine Stari Grad Sarajevo 2018.-2022. godine**, predlagač će istu Strategiju, u formi Prijedloga, uputiti Općinskom vijeću na usvajanje, najkasnije do kraja mjeseca januara, 2018. godine.

**PREDSJEDAVAJUĆI
OPĆINSKOG VIJEĆA STARI GRAD
SARAJEVO**

dr. sci. Jusuf Pušina